



2012

Årsrapport

Vi utløser bærekraftige innovasjoner
som gir økt konkurransekraft og
attraktive arbeidsplasser

Vi gir lokale ideer globale muligheter

Forord

Mange og viktige skritt framover

Norge er et lite land i en stor verden. Vi er velsignet med rike naturressurser som vi forvalter, foredler og utnytter på en god måte. Kunnskapen og erfaringene fra disse har vi videreført inn i nye næringer. Alt dette gjør at vi i dag har en mye bedre økonomisk tilstand enn mange land rundt oss. Som nasjon er vi avhengige av et variert og innovativt næringsliv som setter oss i stand til å møte framtida og konkurransen i det globale markedet.

Vi trenger blant annet:

- Flere gode gründere og nyskapende bedrifter
- Flere internasjonalt rettede bedrifter med kompetanse, vekstkraft og mot til å se hele verden som et mulig marked
- Sterkere og mer effektive kompetansemiljø som kan styrke og utnytte all kompetansen over hele landet på tvers av næringer

En framsynt og offensiv innovasjonspolitikkk skal legge til rette for vekst og utvikling. Innovasjon Norge er en pådriver og katalysator for å få dette til. Innovasjon og næringsutvikling er langsiktig arbeid. Det er summen av de mange små og store tiltakene i hver enkelt bedrift, som over tid gir framgang og ruster norsk næringsliv for framtida. Gjennom å utnytte den erfaringen, kompetansen og det sterke engasjementet medarbeiderne våre har, arbeider vi hver dag for å øke verdiskaping hos kundene og dermed i Norge.

Mens krisen i Europa fortsatte i 2012 var temperaturen i norsk økonomi fortsatt høy. Todelingen i økonomien er imidlertid enda mer fremtredende nå, og negative vekstimpulser fra Europa begynner å merkes. Med økende arbeidsledighet ute, øker interessen for Norge. Utfordringen i en slik situasjon er også å tiltrekke seg den kompetanse som vil øke verdiskapingen, ikke bare i de lavproduktive næringene. Vi trenger kompetanse som kan bidra inn i produksjonen av høyt spesialiserte produkter og prosesser i de deler av verdikjedene med størst verdiskapingspotensial.

I denne situasjonen har Innovasjon Norge jobbet intenst med svært mange gründere og bedrifter både lokalt og internasjonalt, samt noen av de mest lovende og spennende næringsmiljøer i Norge. Av store hendelser kan vi nevne, offisielt besøk og nytt kontor i Jakarta, store lån til fiskeflåten, arbeid med oppfølging av stortingsmelding med nye mål for virksomheten og ny strategi – “Pådriverstrategien”. Vi har også gjort mye internt utviklingsarbeid i 2012. Vi har innført ny arbeidsmetodikk for å bli bedre til å hjelpe kundene med å lage gode forretningsmodeller (Osterwalder) og vi har innført nye leveransemodeller og arbeidsform for proaktiv bistand. Gjennom arbeidet med “Key account” kunder, ønsker vi å oppnå mer for dem med størst potensial internasjonalt.

Ny mål gir nye muligheter

Som følge av de nye målene må Innovasjon Norge ha et nytt Mål- og resultatsstyringssystem. I løpet av høsten 2012 utviklet en arbeidsgruppe med representanter fra Innovasjon Norge, Nærings- og handelsdepartementet, fylkeskommunene, Kommunal og regionaldepartementet, Fiskeri- og kystdepartementet, Landbruks- og matdepartementet og Utenriksdepartementet et nytt MRS-system for Innovasjon Norge. I 2013 arbeider vi videre med operasjonalisering av det nye MRS systemet gjennom utvikling av nye indikatorer, nytt rapporteringsformat og gode analyser som synliggjør utviklingen til selskapet. Vi mener at de nye målene vil gi oss nye muligheter til å synliggjøre effekten av Innovasjon Norges arbeid.

Denne årsrapporten oppsummerer resultater og aktiviteter for 2012. Det er den siste årsrapporten som rapporterer etter de gamle målene for Innovasjon Norge.

Innovasjon Norges årsrapportering for 2011 består av følgende rapporter:

- Hovedrapport 2012: Delmålsrapportering og ressursinnsats på budsjettpostene, etc.
- Årsrapport 2012 for investeringsfondene for Russland og Øst-Europa (unntatt offentlighet)
- Årsrapport 2012 for Såkorn-fondene (unntatt offentlighet)
- Årsrapport over Fylkesvise BU midler 2012
- Årsregnskap 2012

I tillegg til årsrapporteringen evaluerer vi hvert år et utvalg av tjenester, programmer og satsinger. Resultatene fra disse rapporteres gjennom fremleggelsen av evalueringsrapportene og oppsummeres i halvårs-/årsrapportene.

Spørsmål i forbindelse med årsrapporten kan rettes til avdeling for Virksomhetsstyring v/Sigrid Gåseidnes, Innovasjon Norge.

Oslo, 26. april 2013

Innovasjon Norge



Gunn Ovesen

Adm. direktør

Innhold

1	Rapportering på delmålene i MRS.....	1
1.1	Delmål 1: IN skal bidra til økt innovasjon i næringslivet i hele landet	1
1.2	Delmål 2: IN skal bidra til økt internasjonalisering i næringslivet i hele landet	4
1.3	Delmål 3: Innovasjon Norge skal styrke profileringen av Norge og norsk næringsliv internasjonalt	9
1.4	Delmål 4: IN skal bidra til næringsutvikling basert på regionale forutsetninger.....	12
1.5	Delmål 5: Generelle gjennomgående hensyn og føringer knyttet til hovedmålet.....	16
1.6	Arbeidsområde 5C - Kunnskapsbygging og premissgiving	20
2	Arbeidet med prioriterte sektorer	23
2.1	Helse	23
2.3	Landbruk	25
2.5	Olje- og gass	27
2.6	Marin.....	28
2.7	Reiseliv	31
2.8	Energi og miljø	32
2.9	Maritim	33
3	Departementsvise rapporteringer- Oversikt og innledning.....	34
4	Rapportering på tjenester/aktiviteter som finansieres av flere departement	37
4.1	Arena.....	37
4.2	NCE.....	41
4.3	Bedriftsnettverk	46
4.4	Designrådgiving.....	50
4.5	Høyvekstprogrammet	53
4.6	Global Entrepreneurship Training (inkl. også TINC)	55
4.7	Kompetanseprogrammet	60
4.8	Kvinner i næringslivet.....	63
4.9	Etablerertilskudd	67
4.10	Mentortjenesten for gründere.....	75
4.11	Profilering av Norge som reisemål	77
5	Nærings- og handelsdepartementets budsjettposter	85
5.1	Overordnet bilde og vurdering	85
5.2	Effekter av tildelinger fra NHD	92
5.3	Kap. 2421.50 Innovasjon – prosjekter.....	95

5.4	Kap. 2421.51 Tapsfond, såkornkapitalfond.....	107
5.5	Kap 2421.56 Distriktsrettet låneordning.....	110
5.6	Kap 2421.70 Bedriftsutvikling og administrasjon.....	110
5.7	Annen administrativ rapportering	123
5.8	Kap 2421.71 Reiseliv	126
5.9	Kap 2421.71 Nettverk og profilering.....	129
5.10	Kap 2421.72 Forsknings- og utviklingskontrakter	147
5.11	Kap 2421.73 Tilskudd til innkjøpskonsortium for kjøp av kraft.....	155
5.12	Kap 2421.76 Miljøteknologiordningen.....	156
5.13	Kap. 2421.90 Lavrisikolån.....	159
5.14	Kap 2421.95 Egenkapital såkornfond og Kap 2421.53 Risikoavlastning såkornfond	161
5.15	Kap 962.51/972.91 Russland- og Øst-Europafondene	162
6	Kommunal- og regionaldepartementets budsjettposter.....	164
6.1	Overordnet bilde og vurdering	164
6.2	Effekter av tildelinger fra KRD	167
6.3	Målgrupper	168
6.4	Kap 551.60 Tilskudd til fylkeskommuner for regional utvikling	170
6.5	Kap 551.61 Kompensasjon for økt arbeidsgiveravgift	173
6.6	Kap 552.72 Nasjonale tiltak for regional utvikling	173
7	Landbruks- og matdepartementets budsjettposter	183
7.1	Overordnet bilde og vurdering	183
7.2	Effekter av tildelinger fra LMD	186
7.3	Kap 1149.71 Verdiskapnings- og utviklingstiltak i landbruket	188
7.4	Kap. 1150 Til gjennomføring av jordbruksavtalen m.m.	192
7.5	Kap 1151 Til gjennomføring av reindrifftsavtalen	203
8	Fiskeri- og kystdepartementets budsjettposter.....	206
8.1	Overordnet bilde og vurdering	206
8.2	Kap. 2415.75 Marint verdiskapingsprogram.....	209
9	Utenriksdepartementets budsjettposter	213
9.1	Kap. 117.74 EØS-finansieringsordningene	213
9.2	Næringsutvikling og bistand.....	214
10	Administrasjons- og gjennomføringskostnader.....	217
11	Utvikling av tjenesteporteføljen.....	219

11.1	Utvikling og styring av tjenesteporteføljen	219
12	Samfunnsansvar i næringslivet (CSR)	225
13	Investinor	228
14	Definisjoner av sentrale begrep	232
14.1	Prosjekt/Tilsagn	232
14.2	Bruttobeløp/Nettobeløp	232
14.3	Innovasjonsnivå	232
14.4	Innovasjonstype	233
14.5	Kjennetegn	233
15	Vedlegg	235
15.1	Vedlegg 1 – Analyse av førundersøkelsen 2012	235
15.2	Vedlegg 2 – Årsrapport for Norsk reiseliv 2012	237

Dette er Innovasjon Norge

Mål

Formålsparagrafen oppsummerer Stortingets oppdrag til Innovasjon Norge:

Innovasjon Norge (IN) skal fremme bedrifts- og samfunnsøkonomisk lønnsom næringsutvikling i hele landet, og utløse ulike distrikters og regioners næringsmessige muligheter gjennom å bidra til innovasjon, internasjonalisering og profilering.

Innovasjon Norge har **fire selvstendige delmål**

- Økt innovasjon
- Økt internasjonalisering
- Styrke profilering av norsk næringsliv
- Næringsutvikling basert på regionale forutsetninger

Visjon

"Vi gir lokale ideer globale muligheter"

"Gi lokale ideer globale muligheter" er et uttrykk for vår fremste ambisjon. Vi skal realisere vår formålsparagraf og visjon gjennom den unike organiseringen vi har, med kontorer i alle fylker og i de viktigste markedene for norsk næringsliv i dag og i morgen. Med kunnskap og erfaring om entreprenørskap, forretningsutvikling og omdømmebygging skal vi hjelpe våre kunder med å utvikle sine ideer og realisere sitt potensial både i Norge og internasjonalt.

Strategi

Målsetting: Vi utløser bærekraftige innovasjoner som gir økt konkurransekraft og attraktive arbeidsplasser i hele landet.

"Vi utløser bærekraftige innovasjoner" betyr at vi skal arbeide langsiktig og sørge for at behovene til kommende generasjoner ivaretas. Prosjektene skal ha langsiktig økonomisk bæreevne, og bedriftene skal vise samfunnsansvar og ta hensyn til miljøet på en måte som viser vei for andre.

Strategien definerer **tre arbeidsområder**:

Entreprenørskap

Vi skal sikre nye, spennende bedrifters overlevelsessevne slik at de kan utfordre det etablerte næringslivet og legge grunnlaget for framtidens næringsliv.

Vekst i bedrifter

Vi skal bidra til at flere bedrifter vokser og bygger internasjonal konkurransekraft.

Innovasjonsmiljøer.

Vi skal bidra til at flere bedrifter får muligheter til å innovere i samspill med andre aktører for økt konkurransekraft og verdiskaping. Vi skal bygge videre på og utvikle nye regionale konkurransefortrinn.

Internasjonalisering skal være integrert i alt vi gjør.

Vi har i 2012 valgt å prioritere **sju sektorer**

- Energi- og miljø
- Helse
- Landbruk
- Marin
- Maritim
- Olje- og gass
- Reiseliv

Verdier

Vi har definert tre verdier som grunnlaget for vår virksomhet

- Koblende
- Ansvarlig
- Nytenkende

Med utgangspunkt i disse verdiene og vår rolle som pådriver for innovasjon i næringslivet, er det utviklet en serviceerklæring, som danner grunnlaget for målinger av kundetilfredsheten.

Tjenester

Vi tilbyr fem typer tjenester til næringslivet

- Finansieringstjenester
- Kompetansetjenester
- Rådgivningstjenester
- Nettverkstjenester
- Profileringstjenester

Vi har 15 distriktskontorer og er representert i 30 land utenom Norge.

I de land hvor Innovasjon Norge ikke har egne kontorer er vi representert gjennom Norges utenriksstjeneste.

Kilder

Til *hovedrapport og detaljrapporter* er det benyttet flere interne og eksterne kilder. Nedenfor omtales de viktigste.

Kilde	Beskrivelse
Innovasjon Norges interne systemer	Saksbehandlings-system for finansieringssaker CRM systemer Økonomi- og reskontrosystemer
Serviceundersøkelser (SU)	Serviceundersøkelsene tar utgangspunkt i serviceerklæringen. Alle kundene våre blir oppfordret til å svare på en serviceundersøkelse umiddelbart etter de har fått tilsagn eller avslag på en søknad, eller har benyttet en av våre tjenester. Serviceundersøkelsene viser kundenes subjektive opplevelse av tilbudene og servicen til Innovasjon Norge. Serviceundersøkelsene utføres av ekstern leverandør og er unntatt offentlighet.
Kundeeffektundersøkelser (KEU).	Effektene av Innovasjon Norges virksomhet analyseres i første rekke gjennom de årlige kundeeffektundersøkelser. Det gjennomføres to undersøkelser, en året etter at kunden fikk et tilsagn/tjeneste (førundersøkelse) og én fire år etter (etterundersøkelse). I denne rapporten er det først og fremst etterundersøkelsene som brukes under vurdering av effekter av det enkelte virkemiddel. I vedlegg 1 er det en vurdering av resultater fra førundersøkelsen av bedrifter som fikk tilsagn i 2011. KEU utføres av ekstern leverandør.
Evalueringer av enkelttjenester og programmer	Følgende evalueringer av enkelttjenester og programmer er utført i 2012. • Marint verdiskapingsprogram. • IFU/OFU-programmet 2006-2011 • Kompetansenettverket for småskala matproduksjon NCEene – de seks første etter seks år. Kundeeffektundersøkelse av 2011-årgangen • Kundeeffektundersøkelse av 2008-årgangen.. • I hvilken grad bidrar Innovasjon Norge til Innovasjon. En nærmere undersøkelse av årgangene 2003-2006 fire år etter.

1 Rapportering på delmålene i MRS

1.1 Delmål 1: IN skal bidra til økt innovasjon i næringslivet i hele landet

Vi ser en nedadgående trend i norsk næringsliv når det gjelder innovasjonsaktiviteter. SSBs analyser viser dette. Samtidig observerer vi en todeling av økonomien der veksten i olje- og gassrelatert virksomhet både driver prisene på kompetanse og kapital, gjør oss mer ensidig avhengig av enkelte råvarepriser og gir oss et mindre mangfold i næringslivet. Dette gir sterke begrunnelser for at arbeid med innovasjon må styrkes både blant grundere, vekstforetak og i næringsmiljøer.

De senere årene har Innovasjon Norge igangsatt et betydelig arbeid for å øke innovasjonseffekten av sine midler. Dette har gitt seg utslag i en klar økning i innovasjonshøyde på de prosjektene vi har utløst de siste tre årene. Vi har også økt andelen innovasjonsrettede prosjekter siste år fra 71 til 72%. Dette viser Innovasjon Norges statistikker fra kundedatabasene.

Våre kundeeffektundersøkelser viser at virkemidlenes effekt på innovasjon er høy. Det har imidlertid vært et større fokus på økonomiske indikatorer de senere årene enn myke indikatorer som kompetanse, samarbeid og innovasjon. Den siste effektmålingen der vi har spurt kundene fire år etter at de har mottatt bistand fra oss, kan tyde på at fokuset på innovasjon igjen har økt svakt. I den siste undersøkelsen rapporteres det at bedriftene har innoveret i stor grad på 2,4 områder, mens det tilsvarende tallet for året før var 2,3. De fleste innoverer på varen eller tjenesten, dernest på prosess. Det er dog også ca. halvparten som gjør en eller annen markedsmessig innovasjon.

1.1.1 Bakgrunn

Innovasjon Norge legger til grunn en bred definisjon av innovasjon:

«En ny vare, tjeneste, produksjonsprosess, anvendelse eller organisasjonsform som er lansert i markedet eller tatt i bruk i produksjonen for å skape økonomiske verdier.»

I statistikken skiller vi mellom følgende innovasjonstyper og nivåer

Innovasjonstype

- Produkt-/tjenesteinnovasjon
- Prosessinnovasjon
- Organisatorisk innovasjon
- Markedsmessig innovasjon

Innovasjonshøyde

- Innovasjon på bedriftsnivå
- Innovasjon på regionalt nivå
- Innovasjon på nasjonalt nivå
- Innovasjon på internasjonalt nivå

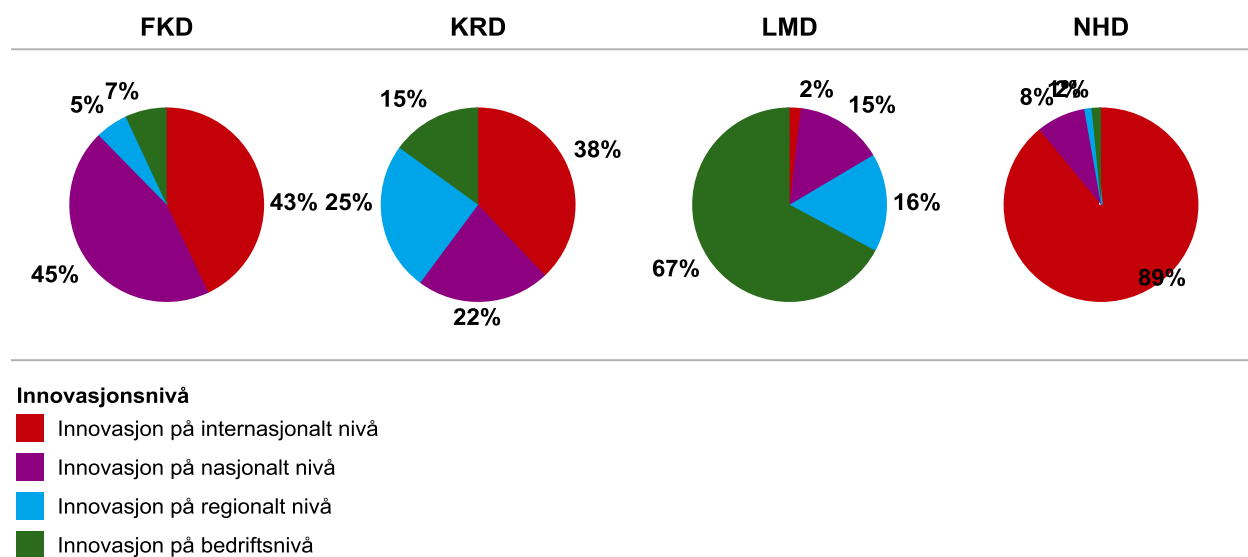
1.1.2 Viktigste aktiviteter og resultater i 2012

Hovedtall

Andelen midler til innovasjonsrettede prosjekter økte fra 71 prosent i 2011 til 72 prosent i 2012. I tillegg har vi også økt andelen prosjekter med innovasjon på internasjonalt nivå hvis vi ser på utviklingen på prosjekter i prosent av nettobeløp bevilget.

	Prosent av antall tilsagn			Prosent av bruttobeløp			Prosent av nettobeløp		
	2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012
Innovasjon på internasjonalt nivå	19%	20%	20%	27%	31%	25%	39%	42%	44%
Innovasjon på nasjonalt nivå	13%	14%	14%	18%	16%	13%	15%	14%	14%
Innovasjon på regionalt nivå	12%	12%	13%	6%	7%	8%	8%	11%	11%
Innovasjon på bedriftsnivå	26%	25%	25%	18%	18%	20%	16%	16%	15%
Ikke innovasjonsprosjekt	30%	29%	28%	31%	28%	35%	21%	17%	16%

Tabell 1. Hovedtall innovasjonsnivå. Viser andelen av totalt antall tilsagn, netto og bruttobeløp tildelt fra Innovasjon Norge i 2012 fordelt på innovasjonshøyde. Tilsagn som går til virkemiddelet rentestøtte er utelatt.



Figur 1. Fordeling av nettobeløp på forskjellige innovasjonsnivå og på bevilgende departement. Tallene angir andel av tilsagn av total mengde tilsagn fordelt på innovasjonshøyde og departement. Tilsagn med ikke relevant innovasjonsnivå er ikke med.

Som vist i Tabell 1 og Figur 1 så er det stor forskjell i fordeling av innovasjonsnivå mellom de forskjellige departementene. Dette representerer i stor grad forskjellen mellom de tre oppdragene våre (innovasjonsoppdraget, distriktsoppdraget og landbruksoppdraget). Målt i andelen av nettobeløp så går 89 prosent av midlene fra NHD til tilsagn som har innovasjon på internasjonalt nivå, mens kun tre prosent av midlene fra LMD går til tilsagn med innovasjon på internasjonalt nivå.

Innovasjon Norges egne registreringer i forkant av bedriftenes gjennomføring av prosjektene (Tabell 1) og kundeeffektundersøkelsene fire år etter gjennomføring av prosjektene (Figur 2), viser at prosjekter som finansieres av midler fra NHD gjennomgående har et høyt innovasjonsnivå. Det er imidlertid viktig å

merke seg at også utvalgte tjenester finansiert av både LMD og KRD har høy score mht. påvirkning på innovasjon.

Tjeneste	Departement	Antall områder med stor grad av innovasjon
Etablererstipend	NHD	3,8
IFU/OFU	NHD	3,7
Marint verdiskapingsprogram	FKD	3,1
Etablererstipend	KRD	3,7
Distriktsrettede lån og tilskudd	KRD	3,1/3,2
Trebasert innovasjonsprogram	LMD	3,2
Lokalmatprogrammet	LMD	3,0
Totalt for alle tjenester		2,5

Figur 2. Innovasjonsnivå for tjenester med høyest fokus på innovasjon i de ulike departementene. Tallene er hentet fra Innovasjon Norges kundeeffektundersøkelse. Bedrifter som fikk tilsagn i 2011 ble spurt om effekter ett år etterpå (i 2012). Ny registeringsmåte i denne årgangen gjør at tallene ikke er sammenlignbare fra tidligere år. Kundeeffektundersøkelser får sammenlignbare tall i neste undersøkelse.

Prosjektporteføljens innovasjonshøyde er en direkte funksjon av hvilke bedrifter og prosjekter vi kommer i kontakt med. Vi har i 2012 fortsatt et systematisk arbeid med å identifisere og utvikle prosjekter med stor innovasjonshøyde og høyt verdiskapingspotensial. Segmenter av bedrifter/prosjekter der potensialet er stort og vår innsats utløsende, tilbys en tettere oppfølging med relevant kompetanse og tjenester fra hele organisasjonen.

1.2 Delmål 2: IN skal bidra til økt internasjonalisering i næringslivet i hele landet

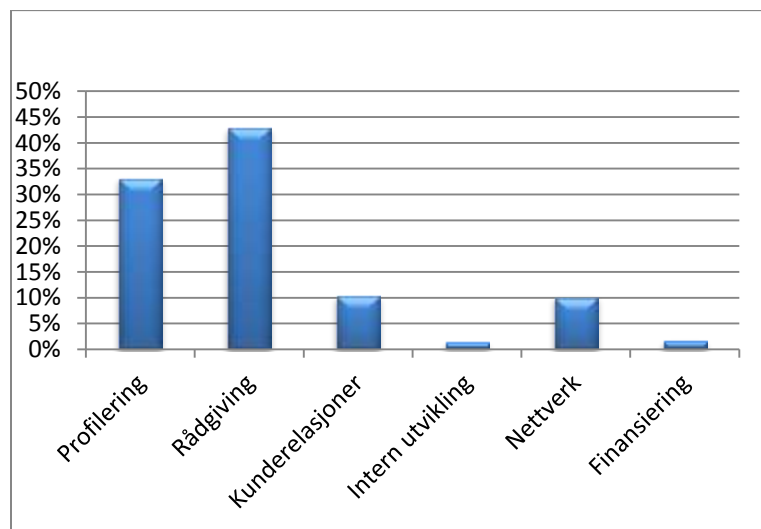
Innovasjon Norge har et bredt tilbud innen temaet internasjonalisering i norsk næringsliv. Tjenestene gis både hjemme og ute, og er i form av enten en finansierings-, rådgivings-, nettverks-, kompetanse- eller en profileringstjeneste. Tjenestene kan ytes eksplisitt til en internasjonaliseringsaktivitet eller implisitt som en del av en aktivitet som ikke først og fremst er et internasjonaliseringsprosjekt. Internasjonaliseringsaspektet blir en del av bedriftenes innovasjonsprosess.

Innovasjon Norges virksomhet og tjenester kan beskrives som en kunnskapmessig infrastruktur i internasjonale markeder. Infrastrukturen består både av personellmessige ressurser ved utekontorene og ved koplingen mellom Innovasjon Norges kontorer hjemme og ute – i et samspill med norsk næringsliv.

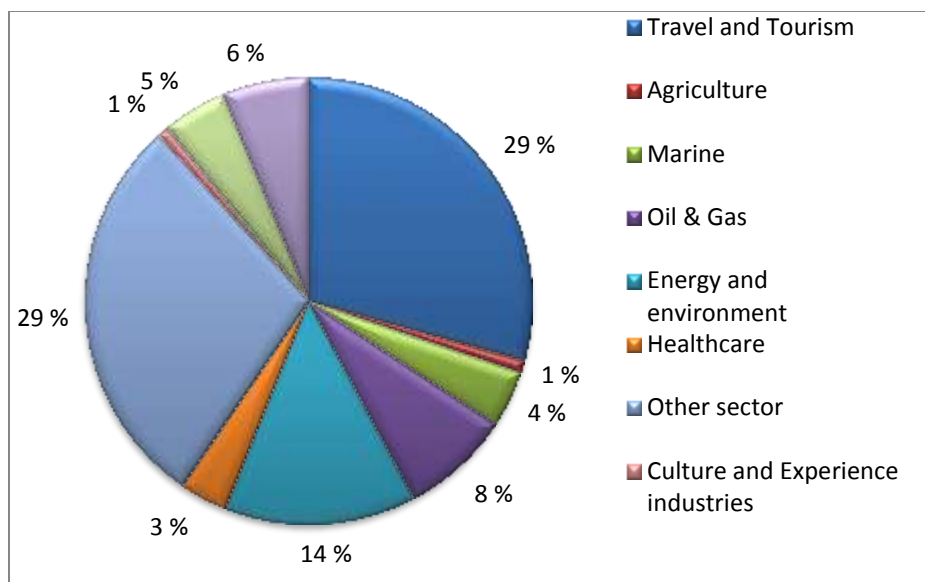
1.2.1 Rapportering fra Divisjon Utland

Fordeling av timeforbruk – sektorer og tjenestetyper

Figurene nedenfor viser fordeling av operative timer på ulike tjenestetyper og på sektorer for Divisjon Utland. Reiselivsaktiviteten er inkludert i profileringsaktiviteten.



Figur 3. Prosentvis fordeling av operative timer ved utekontorene på ulike tjenestetyper, 2012. Profilering inngår i reiselivsaktiviteten.



Figur 4. Fordeling av operative timer ved utekontorene på ulike sektorer. Fordelingen er relativt stabil over tid. "Other sector" omfatter også prosjekter og programmer som dekker flere sektorer.

Utviklingen fra 2011 til 2012 skal ikke tolkes for bastant, men det synes å være en økt aktivitet på reiseliv, en kraftig nedgang på IKT fra 18 til 5 prosent og noe nedgang på olje og gass.

I siste kundeeffektundersøkele er de interasjonale rådgivingstjenestene blitt undersøkt spesielt. Denne viser at 94 prosent av de som fikk rådgiving fra et utekontor, er fornøyd med den hjelpen de fikk. 68 prosent mener at kontakten med utekontoret har gitt prosjektet og bedriften et betydelig "løft".

Aktiviteter og resultater

Divisjon Utland er leveranseansvarlig for tjenesteområdene; internasjonal rådgiving, hjemhenting av kunnskap samt etablering og oppfølging av internasjonale møteplasser.

Ved utgangen av året hadde utekontorene arbeidet med 15 %, eller 107, flere nye prosjekter sammenlignet med fjoråret. Dette gjelder samlet for internasjonal rådgiving, etablering og oppfølging av internasjonale møteplasser samt hjemhenting av kunnskap og reiselivsaktiviteten – til sammen 800 prosjekter for enkeltbedrifter og grupper av bedrifter. I tillegg til disse aktivitetene kommer løpende serviceavtaler og prosjekter som ble opprettet foregående år og som løper inn i 2013.

Tjeneste	2011	2012
Internasjonal rådgivning	505	618
• herav prosjekter > 50 t	221	271
• herav prosjekter < 15 t	86	119
• 100% kundefinansierte prosjekter	141	164
• INTSOK- og Norad-prosjekter	57	64
Hjemhentingsprosjekter	3	20
Messer, delegasjoner og diverse øvrige prosjekter	27	29
Øvrige prosjekter	80	107
Reiseliv	75	24
SUM	690	798

Tabell 2. Samlet prosjektaktivitet ved INs utekontorer målt i antall prosjekter.

Internasjonal rådgivning

Ved utgangen av 2012 hadde utekontorene arbeidet med om lag 600 rådgivningsprosjekter, herav mottok 271 prosjekter 50 % finansiering fra Internasjonal Vekst- og Høyvekstprogrammet (over 50 timer), mot 221 prosjekter i samme periode i fjor. I tillegg er det startet eller slutført 119 mindre rådgivningsprosjekter (inntil 15 timer per prosjekt), 33 fler enn tilsvarende periode i 2011.

I 2012 arbeidet vi med 164 kunde-prosjekter/aktiviteter som var 100 % kundefinansierte – 23 flere enn i samme periode i fjor. Dette er i all hovedsak oppdrag for store bedrifter og prosjekter for enkeltbedrifter som løper over flere år. Arbeidet med de større bedriftene og de langsiktige prosjektene, er viktig for å vedlikeholde og utvikle vår rådgivningskompetanse, og ikke minst for å knytte og etablere et interessant lokalt nettverk og omdømme som SMB'ene kan nyte godt av. I tillegg jobbet IN med 64 større prosjekter for norske bedrifter på vegne av Norad og INTSOK i samme periode.

Hjemhenting av kunnskap

Antall hjemhentingsprosjekter er med hensikt redusert siden 2009. I 2012 arbeidet Innovasjon Norge med 20 slike prosjekter. Intensjonen er å øke kvaliteten på hvert enkelt prosjekt. Prosjektene stiller derfor krav til en klar plan hos kundene i tillegg til at det forutsettes det god forankring i næringen. Dette er viktige betingelser både for god kvalitet på sluttleveransen og for oppfølging og mulig bruk av resultater i ettertid.

Samarbeid med utenriktjenesten

Samarbeidet med ambassadene fungerer generelt godt, og både Innovasjon Norge og Utenriksdepartementet er innstilt på å utnytte ressursene best mulig. Felles aktiviteter går som planlagt. Samarbeidet dreier seg om messer, en rekke fellesarrangement for representanter for norsk næringsliv og for grupper av bedrifter samt felles prosjekter for styrket omdømme for Norge og norsk næringsliv.

Andre aktiviteter

Kontorene i utlandet leverer i tillegg en rekke andre tjenester, som ulike sektorspesifikke prosjekter, spesielle kompetansetjenester, messer og delegasjoner. Her er det registrert 136 prosjekter 2012, mot 107 i 2011. I tillegg kommer 24 reiselivsprosjektene, mot 75 i fjor.

Mobilisering og arbeid på tvers

Mobiliseringarbeidet oppleves som positivt. Dette innebærer intensivt arbeid på tvers i organisasjonen for å skape effektive leveranser til de rette kundene. De ansatte både på distrikts- og på utekontorene jobber strukturert sammen om definerte kundegrupper – Key Accounts og shortlist-kunder. Dette vil over tid reflekteres gjennom økt tidsbruk i kundedialogen.

Når det gjelder andre forbedringsaktiviteter vises til strategiske prosjekter som effektivisering av leveransene til kunden gjennom enhetlige arbeidsprosedyrer og verktøy. I tillegg følges resultater systematisk opp i regioner og på kontorer gjennom balansert målstyring med økt fokus på aktivitet som gir ønskede resultater. I tillegg kommer aktiviteter som forbedringer i tjenesteporteføljen og videreutvikling av sektorarbeidet.

1.2.2 Utvikling i internasjonalt rettede finansieringsprosjekter

Under saksbehandlingen av alle finansieringstjenester blir internasjonalt rettede tilsagn merket med et eget kjennetegn. Kjennetegnet settes på prosjektnivå. Når et prosjekt som har tre tilsagn blir angitt som internasjonalt rettet, blir alle tre tilsagnene merket som internasjonalt rettede.

	2010	2011	2012
Antall	31 %	36 %	37 %
Bruttobeløp	39 %	50 %	43 %
Nettobeløp	49 %	60 %	59 %

Tabell 3. Utvikling i andel internasjonalt rettede tilsagn som andel av totalt antall tilsagn og som andel av brutto/netto beløp. Tilsagn til rentestøtte er utelatt.

Målt i andel av antall har andelen internasjonalt rettede finansieringsprosjekter økt også for 2012. Dette ser vi på som veldig positivt og som et resultat av mere fokus på internasjonalisering de siste årene.

Andelen Internasjonalt rettede prosjekter av bruttobeløpet har gått ned fra 2011 til 2012. Dette skyldes i stor grad at vi har gitt lavrisikolån for over en milliard kroner til finansiering av fiskefartøy i 2012, mange av disse tilsagnene er ikke internasjonalt rettet og bidrar derfor til å trekke ned andelen.

Sektorspesifikke forskjeller i internasjonalisering

Innovasjon Norge jobber inn mot sju prioriterte sektorer. Andelen internasjonalt rettede prosjekter varierer mellom sektorene, men de fleste har hatt en positiv utvikling fra 2010 til 2012.

	2010	2011	2012
Energi og miljø	44%	63%	67%
Helse	60%	72%	66%
Landbruk	3%	4%	4%
Marin	42%	49%	46%
Maritim	64%	70%	71%
Olje og gass	73%	82%	77%
Reiseliv	48%	60%	68%

Tabell 4. Prosentandel internasjonalt rettede prosjekter av totalt antall prosjekter fordelt på sektor. Tilsagn til rentestøtte er utelatt.

Utviklingen på sektor når det gjelder alle finansieringssaker (dette innebærer ikke rådgivingstjenestene internasjonalt med mindre disse også har mottatt en finansieringstjeneste) kan kort oppsummeres ved at det er over tid har vært;

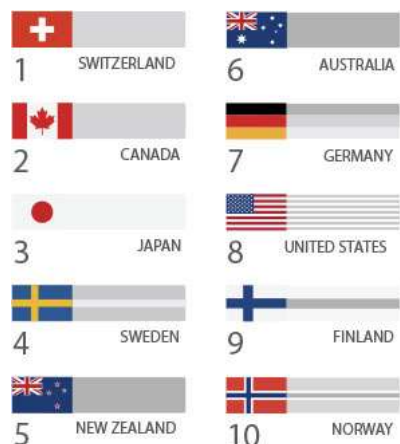
- Økning på Energi og miljø og på Reiseliv, og til dels svak økning på Maritim.
- Nedgang siste år på Olje og gass, Marin og Helse.

Eksport

Vektleggingen på internasjonalisering, kan komme til uttrykk på flere måter. En interessant indikator er i hvilken grad prosjektet har bidratt til økt eksport. Tall fra siste kundeffektundersøkelse hvor forventede effekter av prosjektet er kartlagt året etter, viser at det forventes økt eksport i 38 prosent av prosjektene, i noen grad i 20 prosent av prosjektene og i stor grad i 18 prosent av prosjektene. Typiske eksportrettede tjenester er OFU/IFU, Etablererstipend (NHD) og Innovasjonslån med andeler på over 70 prosent, men også de distriktsrettede ordningene har betydelig eksport med andeler over 50 prosent.

1.3 Delmål 3: Innovasjon Norge skal styrke profileringen av Norge og norsk næringsliv internasjonalt

1.3.1 Overordnet vurdering av måloppnåelse



Norge klatrer to plasser til 10. plass globalt på Futurebrands Country Brand Index. Country Brand Index er en anerkjent studie av lands merkeposisjon hvor man måler og rangerer den globale oppfatninger av verdens nasjoner. Studiet inkluderer indikatorer innen fem viktige dimensjoner: verdisystem, livskvalitet, bra for næringsliv, kultur og reiseliv.

Alle de skandinaviske landene klatrer oppover på rangeringen. Denne trenden har fortsatt også for 2011. Sverige gikk opp 3 plasser og er nå rangert som nr. 7, Finland er rangert som nr. 8 og Danmark som nummer 12. Flere undersøkelser har indikert at Norge er lite kjent i utlandet (Synovate 2009¹), det virker likevel som om vi sammen med de andre skandinaviske landene får et stadig bedre omdømme

internasjonalt.

En av de indikatorene som inngår i Country Brand Index rankingen er hvor godt egnet landet er for næringslivsvirksomhet. Norge gikk ned en plass til 10. plass i 2012. Av de fire indikatorene som brukes: regulatorisk, dyktig arbeidsstyrke, avansert teknologi og investeringsklima så er det de to siste Norge rangeres lavest på 15. plass totalt. I Damvad sin undersøkelse av markedsorientering i norsk næringsliv² viser at norske bedrifter har mer fokus på å introdusere ny teknologi enn bedrifter i Danmark og Sverige.

Reiselivsåret 2012 kan i korte trekk oppsummeres ganske likt som 2011. Vinteren var snøfattig, sommersesongen solfattig og den norske kronekursen var fortsatt høy mot mange av våre viktigste handelspartnere. Med en nullvekst fra utlandet i 2011 er det likevel hyggelig at antall utenlandske gjestedøgn økte med 1 prosent i 2012. Norske gjestedøgn økte med 3 prosent.

At antall utenlandske gjestedøgn kom ut i pluss er takket være økningen på 4 prosent i vintersesongen. Tall fra sommersesongen viser en nullvekst fra utlandet. Gjennom 2012 var det en nedgang fra mange av de markedene Innovasjon Norge markedsfører Norge som ferieland i, men et lyspunkt er at veksten fra Asia fortsatte. Ellers var det en økning i overnattinger fra Sverige, Danmark, Russland, Polen og Storbritannia. Norske gjestedøgn økte gjennom hele året. Det vises til statistikkvedlegget for ytterligere informasjon om markedsutviklingen

¹ Improving Norway's reputation. Synnovate 2009

² Markedsorientering i norsk næringsliv, Damvad 2011. Rapport utarbeidet for Innovasjon Norge

1.3.2 Viktigste aktiviteter og resultater i 2012

De viktigste profileringstjenestene- og aktivitetene i Innovasjon Norge i 2012 har vært:

- Strategisk posisjonering
- Profilering av Norge som reisemål, herunder Visitnorway.com og reiselivskampanjer
- Internasjonal vekst
- Norske fellesstands på messer i utlandet
- Næringslivsdelegasjoner

Strategisk posisjonering

I 2012 har tjenesten strategisk posisjonering utviklet en felles verktøykasse sammen med Utenriksdepartementet. (Norwaystories, Norgesprofilen, sektorbaserte rapporteringsskjemaer), samt samordnet kommunikasjon til ambassader og utekontor. I tillegg har man jobbet med flere næringsklynger.

Profilering av Norge som reisemål

Totalt ble det gjennomført over 1491 markeds aktiviteter fordelt på over 1 190 reiselivskunder i 2012. Antall internasjonale turoperatører og reisebyråer som selger norske reiselivsprodukter er 1 575.

I 2012 er det registrert 8546 artikler i trykte media om Norge som reisemål, og ga en samlet annonseverdi på nesten 759,7 mill. kroner. I tillegg kommer utbytte av 65 TV-programmer og 24 radioprogrammer som det ikke er beregnet presseverdi for.

Antall besøkende til Visitnorway har økt med over 20 prosent i 2011 til 14,3 millioner.

Internasjonal vekst

Det er registrert 245 internasjonale rådgivningsoppdrag til SMB-bedrifter levert fra utekontorene. Dette er noe høyere enn i 2011.

Delegasjonsvirksomheten

I 2012 ble det gjennomført 4 delegasjonsreiser fra Norge til utlandet med 180 deltakende norske bedrifter. Dette omfatter statsbesøk, offisielle besøk og reiser der statsråder deltar.

Internasjonale fagmesser

I 2012 stod Innovasjon Norge bak 13 nasjonale paviljonger med til sammen 260 bedrifter. Det er på samme nivå som i 2011.

1.3.3 Utfordringer og risiko

Innovasjon Norge har i oppdrag å bistå norske bedrifter i internasjonale profilering. Det er tre grunner til dette:

- Norge er et lite land med et begrenset marked.
- Felles profilering er et kollektivt gode.
- Det er klare stordriftsfordeler i organisering av felles profileringsaktiviteter.

Arbeidet med å profilere Norge og landets omdømme kan begrunnes ut fra at det er et fellesgode. Et godt omdømme kan være et kollektivt gode, fordi flere aktører kan ha nytte av det samme, gode omdømmet. Det gjør at den samfunnsøkonomiske gevinsten av å drive med profilering og omdømmebygging er større enn gevinsten den enkelte bedrift kan ta ut. Det kan forklares som en markedssvikt, hvor enkeltbedrifter vil vegre seg for å investere i omdømmebygging.

Profileringsarbeidet i enkeltvirksomheter kan ha positive effekter for andre bedrifter enn den som utfører aktiviteten. For eksempel vil markedsføringsaktiviteten til en opplevelsesprodusent innenfor reiseliv skape flere overnattinger for lokale overnattingsbedrifter sammenliknet med en situasjon uten slik aktivitet.

1.4 Delmål 4: IN skal bidra til næringsutvikling basert på regionale forutsetninger

Delmål 4 består av tre arbeidsområder. Utvikling og utnyttelse av regionale fortrinn og muligheter (arbeidsområde A), regionalt samspill (arbeidsområde B) og regional omstilling (Arbeidsområde C). Alle disse arbeidsområdene omtales sammen i beskrivelsen av måloppnåelse.

For å realisere målet om næringsutvikling i alle deler av landet, er det nødvendig med flere og sterkere virkemidler i områder med omfattende markedssvikt i kapital- og/eller kompetansemarkedene eller lokaliseringmessige ulemper (avstandsulemper) som det er et politisk mål å utligne. Derfor disponerer også Innovasjon Norge ressurser for et bredere og tyngre engasjement overfor næringslivet i distriktene enn i sentrale strøk.

1.4.1 Finansieringstjenestene fordeler seg i stor grad til det distriktspolitiske virkeområdet

Totalt sett gikk 43 prosent av tilsagnene i 2012 til prosjekter som er lokalisert i virkemiddelsone III og IV (nettobeløp). Det er stor variasjon på distriktsprofilen til midlene fra de forskjellige departementene (se Tabell 5). Forskjellen mellom de ulike departementene gjenspeiler de i stor grad forskjeller i departementenes egne mål for hva midlene skal bidra til å oppnå.

		2010	2011	2012
KRD	Innenfor DPV	67%	65%	64%
	Utenfor DPV	12%	10%	10%
	Uspesifisert	21%	25%	26%
LMD	Innenfor DPV	56%	52%	55%
	Utenfor DPV	34%	31%	30%
	Uspesifisert	10%	17%	15%
NHD	Innenfor DPV	12%	12%	12%
	Utenfor DPV	71%	70%	73%
	Uspesifisert	17%	17%	16%
FKD	Innenfor DPV	38%	21%	31%
	Utenfor DPV	11%	10%	17%
	Uspesifisert	51%	70%	52%

Tabell 5 Fordeling av prosentandel av netto tilsagn i mill. kroner fra ulike departement etter distriktspolitisk virkemiddelområde. Kategorien uspesifisert inneholder tilsagn til flere kommuner/flere fylker, til utlandet og tilsagn til administrasjon. Summene som er vist er nettobeløp. Midler fra UD er utelatt fordi alle tilsagnene fra denne posten går til utlandet.

Finansieringstjenester spesifikt innrettet mot utnyttelse av regionale fortrinn og regional omstilling

Vårt fylkeskommunale oppdrag

Det fylkeskommunale oppdraget til Innovasjon Norge ivaretas primært gjennom ordningene etablerertilskudd, distriktsutviklingstilskudd og distriktsrettet risikolån. Det er dette oppdraget som også tydeligst er knyttet opp til planer og strategier basert på utvikling og utnyttelse av regionale fortrinn. Viktige deler av dette oppdraget er naturlig nok også knyttet til våre øvrige tre delmål. Samtidig er det

også i oppdraget forutsatt at Innovasjon Norge med disse midlene skal utløse andre typer prosjekter som bidrar til økt verdiskaping og styrket lønnsomhet i distriktsbedriftene.

Andelen innovasjonsprosjekter³ har økt fra 82 prosent i 2010 til 87 prosent i 2012. Nesten 60 prosent av tilsagnene fra fylkeskommunen (regnet i prosent av antall prosjekter) går til prosjekter som har innovasjon på internasjonalt eller nasjonalt nivå.

	2010	2011	2012
Innovasjon på internasjonalt nivå	23%	26%	25%
Innovasjon på nasjonalt nivå	20%	23%	22%
Innovasjon på regionalt nivå	19%	18%	23%
Innovasjon på bedriftsnivå	20%	18%	17%
Ikke innovasjonsprosjekt	18%	15%	13%

Tabell 6 Andel innovasjonsprosjekter på forskjellige nivå for midler fra fylkeskommunene (budsjettpost 60 fra KRD). Andelen er angitt som andel av totalt antall tilsagn. Prosjekter som i statistikken er markert som at de ikke er innovasjonsprosjekter inneholder både administrative tilsagn og tilsagn som går til prosjekter som har annet formål enn innovasjon.

Regional omstilling

Målet for Innovasjon Norges arbeid med *Regional omstilling* er å bidra til å styrke næringsgrunnlaget gjennom økt verdiskaping og etablering av nye lønnsomme arbeidsplasser. Kommunen/området får derigjennom en mer variert og robust næringsstruktur med sysselsettingsmuligheter for både kvinner og menn. Arbeidet bidrar til å styrke den langsiktige næringsutviklingsevnen i området.

Innenfor arbeidsområdet *Regional omstilling* har Innovasjon Norge i 2011 hatt ansvaret for oppfølging og kvalitetssikring av 25 kommuner/regioner på vegne av fylkeskommunene. Totalt er det bevilget 18,3 mill. kroner fra kap. 551 post 60 "Tilskudd til fylkeskommunen for regional utvikling". I tillegg bidrar enkelte kommuner med inntil 25 prosent i egenfinansiering. Tidligere var hovedtyngden av omstillingsprosjektene kommuner med en stor hjørnesteinsbedrift som nedbemannet eller ble lagt ned. I dag er hovedtyngden små næringssvake kommuner. Denne endringen har ført til at vi har tilpasset arbeidsmodell, tjenester og verktøy slik at vi bedre kan støtte opp om mindre kommuner.

Følgende omstillingsprogram startet opp i 2012:

Meløy, Verran, Lærdal kommuner

Følgende kommuner avsluttet sin ordinære omstillingsperiode:

Gamvik, Lebesby, Båtsfjord, Loppa kommuner

Se for øvrig en mer detaljert beskrivelse av programmet "Regional omstilling" under budsjettpost 72 fra KRD (side 176).

Rådgivings-, nettverk- og kompetansetjenester

NCE- og Arenaprogrammene

De tydeligste eksemplene på aktiviteter i Innovasjon Norge som er innrettet mot å utvikle og utnytte regionale fortrinn, er det som skjer innenfor våre klyngeutviklingsprogrammer (NCE- og Arenaprogrammene). NCE- og Arena-prosjektene omfatter bedrifter i næringer som representerer

³ Innovasjonsprosjekt defineres som alle prosjekter unntatt de som går til prosjekter med annet formål enn innovasjon (merket som "ikke innovasjonsprosjekt" i tabellen)

tyngdepunkter i det regionale næringslivet i fylkene. De er spesielt opptatt av tverrgående kompetanse- og innovasjonsprosjekter, ofte i samarbeid med regionale og nasjonale FoU- og kunnskapsmiljøer

I 2012 har NCE-prosjektene hatt deltakelse fra i overkant av 1 100 bedrifter og vel 150 FoU-/kunnskapsmiljøer. Ca. 1400 bedrifter og 100 FoU-/kunnskapsmiljøer har deltatt i Arena-prosjektene.

Vi finansierer nå ca. 300 innovasjonsprosjekter gjennom NCE-programmet, en kraftig økning fra 2011.

I tillegg til det som leveres gjennom disse programmene, er det ofte innenfor de regionspesifikke klyngemiljøene som inngår i disse programmene vi finner de bedriftene som har best forutsetninger for å kunne nyttiggjøre seg krevende innovasjonspolitiske virkemidler som OFU-/IFU-ordningen, kompetansetjenester som Navigatorprogrammet og våre rådgivnings- og profileringstjenester.

Andre tjenester

Den regionale fordelingen av Innovasjon Norges nasjonale tjenester varierer. Fordelingen har ofte sammenheng med hvilke målgrupper tjenestene er rettet mot. For eksempel brukes tjenester rettet mot målgruppene kvinner og unge i hovedsak i distriktene fordi det er her man har offensive strategier mot disse målgruppene for å realisere ønsket regional utvikling.

Programmer og finansieringstjenester rettet mot landbruk og fiskerinæringen er i sin natur innrettet mot å utnytte regionale naturgitte og kompetansemessige fortrinn som påpekt ovenfor. Det samme kan i noen grad sies om våre reiselivsrettede aktiviteter. Også innenfor andre av våre sektorsatsinger – for eksempel Energi- og miljø og Olje og gass er det stedlige ressurser som er utgangspunktet for aktørenes lokalisering. Se nærmere redegjørelse om aktiviteter og resultater knyttet til disse sektorene under det enkelte ressurskapittel.

1.4.2 Effekter, læring og tiltak

Spørsmål	2006	2007	2008
IN har i stor grad bidratt til økt kompetanse	64	65	76
IN har i stor grad bidratt til økt innovasjon	65	67	65
Betydning for lønnsomhetsutvikling	69	83	75
Betydning for overlevelse	76	72	65
Betydning for økt eksport	40	86	83
Betydning for økt omsetning	80	80	88

Figur 5. Resultater fra kundeeffekt etterundersøkelser av distriktsrettede risikolån. Viser kunder som har fått tilsagn om distriktsrettet risikolån i 2006, 2007 og 2008 og som er blitt spurt om effekten av tjenesten fire år etter tildeling (dvs. i 2010, 2011 og 2012). Tallene er angitt i prosent.

Spørsmål	2006	2007	2008
IN har i stor grad bidratt til økt kompetanse	80	78	82
IN har i stor grad bidratt til økt innovasjon	75	73	73
Betydning for lønnsomhetsutvikling	48	74	75
Betydning for overlevelse	45	65	65
Betydning for økt eksport	24	44	39
Betydning for økt omsetning	69	75	73

Figur 6. Resultat fra kundeeffekt etterundersøkelse av distriktsutviklingstilskudd. Tallene er angitt i prosent. Viser kunder som har fått tilsagn om distriktsrettet risikolån i 2006, 2007 og 2008 og som er blitt spurt om effekten av tjenesten 4 år etter tildeling (dvs. i 2010, 2011 og 2012). Tallene er angitt i prosent.

Kundeeffektundersøkelsene viser at distriktsrettede risikolån (Figur 5) og distriktsutviklingstilskudd (Figur 6) i stadig større grad bidrar til økt kompetanse i bedriftene. For distriktsutviklingstilskudd så mener 86 prosent av bedriftene, når de blir spurt fire år etter leveransen fra Innovasjon Norge, at prosjektet i stor grad har bidratt til økt kompetanse.

Flere av de økonomiske indikatorene (f.eks lønnsomhetsutvikling og eksport) økte veldig fra 2006 årgangen til 2007. Det ser ut som om dette nå har stabilisert seg.

1.5 Delmål 5: Generelle gjennomgående hensyn og føringer knyttet til hovedmålet

1.5.1 Arbeidsområde 5A - Kundetilfredshet

Innovasjon Norge skal være en kunde- og markedsorientert organisasjon.

Med utgangspunkt i vår rolle som pådriver for innovasjon i næringslivet, og verdiene koblende, ansvarlig og nytenkende, ble det i 2009 utviklet en serviceerklæring (SE) som i 2012 ble justert til:

1. Du får nyttig informasjon om hva vi kan tilby deg
2. Du blir møtt med interesse ⁴
3. Du får tilgang til kompetanse og leveranser ⁵ som er tilpasset dine behov
4. Du får rask respons når du henvender deg til Innovasjon Norge ⁶
5. Du får en rådgiver som er opptatt av dine resultater og følger deg opp
6. Du får tydelige svar og begrunnelser innen avtalte frister

Ut fra SE gir serviceundersøkelsen (SU) oss mulighet bl.a. til å "teste" kundenes syn på om vi har et tilbud som møter deres behov og deres opplevelse av kontakten med Innovasjon Norge. SU utgjør, sammen med medarbeiderundersøkelsen, viktig grunnlag for intern utvikling av Innovasjon Norge. Resultatene fra SU og andre undersøkelser inngår som en del av virksomhetsstyringen i Innovasjon Norge.

SU kan bl.a. knyttes opp mot leveranseansvarlig enhet, hvilken kundetype/målgruppe bevarelsen kommer i fra og hvilken tjeneste som er levert. SU benyttes som grunnlag for å sette i verk organisasjonsmessige tiltak i de berørte enhetene i Innovasjon Norge som ledd i det løpende forbedringsarbeidet.

SU gjennomføres som en web-basert spørreundersøkelse. Fra 2012 gikk vi over fra kvartalsvis til månedlig kjøring. Alle kunder som har søkt om eller fått levert en tjeneste, og som har registrert e-postadresser og bakgrunnsinformasjon, får tilsendt spørreskjema. I 2012 har i alt 3 134 bedrifter og enkeltpersoner svart på SU, og av disse var 363 avslagskunder. Dette var en økning fra 2011, hvor vi fikk svar fra 2 969 kunder, og av disse var 288 avslagskunder. Svarprosenten varierer mellom 48-60 % på tilsagn om leveranser og 16-43 % på avslag, noe vi er fornøyd med.

Resultatene for 2012 vises som andel som sier seg "enig/helt enig" (score 4/5), hvor avslagskunder er holdt utenfor. Avslagskunder er i gjennomsnitt ca. halvparten så fornøyd. Det er ingen store forskjeller mellom resultatene for utekontorene og distriktskontorene. I det følgende gjengis resultater samlet på Innovasjon Norge-nivå.

⁴ Fra 2012 er "respekt" fjernet

⁵ "Tjeneste" er byttet ut med begrepet "leveranse"

⁶ Endret fra at "du får en foreløpig tilbakemelding på din henvendelse i løpet av tre arbeidsdager" til "rask respons"

Resultatene som er direkte knyttet til serviceerklæringen:

De fleste av spørsmålsstillingene var nye i 2009 og danner derfor et "nullpunkt". I 2012 ble det foretatt en justering av spørsmålsstillingene, herunder at noen spørsmål har blitt fjernet og noen har komme til:

SE	SU	2009	2010	2011	2012
1	Nyttig informasjon om hva Innovasjon Norge kan tilby	75 %	78 %	75 %	81 %
2	Interesse (og respekt)	81 %	84 %	81 %	90 %
3	Kompetanse tilpasset behov	60 %	63 %	62 %	67 %
	Leveranse tilpasset behov	60 %	61 %	61 %	75 (84) ⁷
	Utfordrer kunders forretningsmodell	-	-	-	45 %
	Hvordan ivareta samfunnsansvar	-	-	-	35 %
4	Tilfredsstillende responstid	-	-	-	78 %
	Skisserte stegene i prosessen/ forklarte behandlingsforløpet ⁸	55 %	57 %	56 %	78 %
5	Innovasjon Norges rådgiver var opptatt av resultatene	60 %	63 %	63 %	70 %
	Fulgte opp	59 %	63 %	64 %	78 %
6 ⁹	Tilfredsstillende fremdrift i saksbehandlingen/prosjektet	54 %	57 %	56 %	77 %
Pådriverrollen	Innovasjon Norge bidro til forbedring av prosjektideen	38 %	38 %	42 %	42 (50) ¹⁰ %
	Innovasjon Norge bidro til samarbeid mellom min bedrift og andre	30 %	31 %	35 %	36 (46) %
"Gjenkjøp" Anbefaling	Benytte Innovasjon Norges tilbud igjen	87 %	87 %	89 %	95 % ¹¹
	Anbefale andre å benytte Innovasjon Norges tilbud	88 %	88 %	90 %	96 %
Alt i alt	Tilfredshet med denne leveransen	-	-	-	86 %

Resultatene viser gjennomgående en økning for 2012 sammenlignet med 2011. Arbeidet med kompetanse i kundedialogen videreføres. I 2012 var det 67 % som sa seg "enig/helt enig" i at de har fått tilført kompetanse fra IN som var tilpasset deres behov. Vår interne masterplan for 2012 satte 70 % som et måltall. Av fritekstkommentarene fremkommer det bl.a. at mange kunder ønsker seg bedre og mer forutsigbare prosesser og kortere sakshandlingstid. Det understrekes også av resultatene ovenfor.

Pådriverrollen skal gjenspeiles i kundedialogen. Resultatene er tilnærmet uendret fra 2011 til 2012. Rundt en tredjedel av våre kunder mener følgelig at Innovasjon Norge har bidratt aktivt til å gi

⁷ Tallet i parentes viser andelen av de som har svart "enig/helt enig" (score 4/5) sett i forhold til de som har svart 1-5.

⁸ Spørsmålet ble endret fra 2012 til at "Innovasjon Norge forklarte behandlingsforløpet for vår sak på en tilfredsstillende måte"

⁹ Med ny SU fra 2012 spør vi ikke lenger direkte på serviceerklæring nr. 6.

¹⁰ For disse pådriver-spørsmålene er det en betydelig andel som svarer "vet ikke/ikke relevant" (score 6). En større andel respondenter fra andre tjenester enn "finansiering" er trolig årsaken til dette, bl.a. kompetanse, profilering og rådgivning. Tallene i parentes viser andelen som har svart "enig/helt enig" (score 4/5) sett i forhold til de som har svart 1-5.

¹¹ I 2012 ble skalaen endret, dette gjør at tallene ikke kan sammenlignes med tidligere år

prosjektet/aktiviteten ”et ekstra løft”. I forhold til i hvilken grad Innovasjon Norges bidrag var avgjørende - addisjonalitet - for at prosjektet/aktiviteten ble gjennomført, har i en årrekke blitt målt gjennom våre kundeeffektundersøkelser (KEU).

Det er positivt at hele 86 % sier at de alt i alt er tilfreds med Innovasjons Norge i denne leveransen (nytt spørsmål i 2012). Ved å analysere resultatene pr. *kundetype*¹² fremkommer som tidligere år at *SMB med vekstambisjoner og – potensial* gjennomgående er mest fornøyde. Generelt er *Etablerere og Unge bedrifter* noe mindre fornøyd enn gjennomsnittet. Dette kan bl.a. forklares ut i fra den fase og modenhet bedriftene befinner seg i samt ulike forventninger til virkemiddelapparatet.

1.5.2 Arbeidsområde 5B - Korrigering for markeds- og systemsvikt

Innovasjon Norges virksomhet skal korrigere for svikt i de private finansieringsmarkedene og i samhandlingen mellom næringslivet, kunnskapsmiljøene og offentlige organisasjoner.

Å korrigere for ulike former for svikt er gjennomgående for hele Innovasjon Norges virksomhet. Det kan være en markedssvikt, dvs. at markedet ikke fungerer optimalt sett fra samfunnets side, eller en systemsvikt, dvs. at viktige relasjoner mellom aktører i innovasjonssystemet ikke fungerer optimalt. I tillegg påvirkes Innovasjon Norges aktiviteter av politiske mandat og føringer, som ikke nødvendigvis er direkte forankret i en dokumenterbar svikt.

Både evalueringer, kundeeffektundersøkelser (KEU) og serviceundersøkelsene (SU) av våre tjenester måler hvorvidt og i hvilken grad Innovasjon Norges virksomhet har bidratt til å korrigere for markeds- og systemsvikt på særskilte områder.

Addisjonalitet er et uttrykk for hva som ville skjedd med prosjektet/aktiviteten dersom Innovasjon Norge ikke hadde levert en tjeneste i form av finansiell eller rådgivende støtte, dvs. i hvilken grad Innovasjon Norges bidrag har hatt utløsende effekt for kundens prosjekt. Høy addisjonalitet indikerer en svikt – lav addisjonalitet det motsatte. Ved høy og middels addisjonalitet ville ikke prosjektet blitt gjennomført uten støtte fra Innovasjon Norge, eller blitt gjennomført i redusert skala og/eller på et senere tidspunkt.

¹² Vi gjør oppmerksom på at kundetype i 2009 kun er registrert på finansieringssaker. Senere er kundetype også registrert på andre tjenestetyper, men ikke i samme grad.

1.5.3 INs utløsende evne (addisjonalitet)

Tjeneste	2009-årgangen	2010-årgangen	2011-årgangen
Svært høye verdier:			
Entreprenørskap	-	-	97
Etablererstipend KRD	95	95	96
Distriktsutviklingstilskudd	94	91	93
OFU/IFU	91	96	93
Miljøteknologi	-	-	93
Trebasert innovasjonsp.	95	93	93
Skog og klimaprogr.	84	90	92
Etablererstipend NHD	97	97	91
Marint verdiskapingsp.	97	97	91
Bioenergiprogrammet	83	88	91
Svært lave verdier			
Lavrisikolån	70	75	63
Delegasjoner	-	84	64
GFL-flåte	65	73	65
FRAM	95	89	70
Designrådgiving	-	-	74
IPR	-	87	76
Internasjonal rådgiving	91	87	76
Landbrukslån	72	82	77
Innovasjonslån	92	93	77
TOTALT	88	88	85

Figur 7. Utvikling i andel av kunder hvor kundeeffektundersøkelsen sier at tilsagnet har høy og middels addisjonalitet. Tallene er fra førundersøkelsene i henholdsvis 2009, 2010 og 2011 (ferdigstilt i januar 2013), tjenestene er for 2011 rangert etter både svært høy og svært lav addisjonalitet.

Antall kunder som ikke ville gjennomført prosjektet eller ville gjennomført prosjektet på et senere tidspunkt og/eller i et mer begrenset omfang (henholdsvis høy og middels addisjonalitet) har gått noe ned det siste året, fra 88 til 85%. Innovasjon Norge har imidlertid skiftet operatør for gjennomføring av Kundeeffektundersøkelsene i den siste årgangen, så resultatene vil kunne tolkes med større tyngde etter neste gjennomførte undersøkelse, trenden vil følges nøye.

Det er imidlertid store forskjeller tjenestene imellom. Størst utløsende effekt har Innovasjon Norge for tjenestene Entreprenørskap og Etablererstipend (KRD) samt IFU/OFU, Distriktsutviklingstilskuddet og Miljøteknologiordningen. Minst utløsende er Innovasjon Norge overfor Lavrisikoordningen, Delegasjoner, GFL-flåte og FRAM.

1.6 Arbeidsområde 5C - Kunnskapsbygging og premissgiving

Mål for arbeidsområdet

Innovasjon Norge skal være en kompetent pådriver og bidragsyter regionalt og nasjonalt i utformingen av en helhetlig politikk som ser innovasjon, internasjonalisering og regional utvikling i sammenheng.

Innovasjon Norges rolle som kunnskapsbygger og premissgiver

En treffsikker og effektiv innovasjonspolitikken må bygge på et solid kunnskapsgrunnlag. Dette er kunnskap om utfordringene i næringslivet, hva som er riktige mål og strategier – samt synspunkter på og dokumentasjon av hvilke virkemidler som virker. Myndighetene, som utformer innovasjons-, nærings- og regionalpolitikken, må derfor ha tilgang til tallbaserte analyser, strategiske vurderinger, evalueringer og annen relevant kunnskap.

Innovasjon Norge skal utvikle og formidle kunnskap om næringslivets utfordringer som bedrer rammebetingelsene for innovasjon og verdiskaping hos bedrifter og entreprenører. Innovasjon Norges rolle som kunnskapsbygger og premissgiver er å gi faglige og erfaringsbaserte råd og innspill til nasjonale eller regionale myndigheter.

Innovasjon Norges mål som kunnskapsbygger er forankret i ny MRS utarbeidet i 2012, samt ny strategi godkjent i februar 2013.

I evalueringsrapporten om Innovasjon Norge fra 2010 trekkes det fram at Innovasjon Norge har et potensial for å styrke seg i rollen som kunnskapsorganisasjon og premissgiver for norsk næringspolitikk. I 2012 har organisasjonen fortsatt å gjennomføre tiltak for å styrke denne posisjonen.

Prosess- og kommunikasjonsansvaret for Innovasjon Norge som premissgiver er internt delt ved at hovedkontoret ivaretar den nasjonale dialogen, mens hvert distriktskontor har ansvaret for arbeidet i det regionale partnerskapet i sitt fylke.

Kunnskapsleveranser og evalueringer i 2012

Innovasjon Norge gjennomførte i 2012 en rekke kunnskapsleveranser av betydning for våre kunder og oppdragsgivere. Disse har også dannet grunnlag for internt utviklings- og forbedringsarbeid. Det gis her en oversikt over noen viktige leveranser og aktiviteter i 2012.

Analyse og ulike kunnskapsleveranser

- En rekke innspill til Meld. St. 22 (2011-2012) *Verktøy for vekst – om Innovasjon Norge og SIVA SF* (NHD)
- Innspill til Meld. St. 13 (2011-2012) *Ta heile Noreg i bruk – Distrikts- og regionalpolitikken* (KRD)
- Innspill til Innovative offentlige innkjøp (NHD)
- innspill til den kommende stortingsmeldingen om immaterielle rettigheter (NHD)
- innspill til den kommende stortingsmeldingen om sjømat (FKD)
- innspill til Meld. St. 18 (2012-2013) *Lange linjer – kunnskap gir muligheter* (KD)
- Deltatt i referansegrupper for prosjektene Eksport fra norske regioner - Hvorfor så store forskjeller? Er et høyere innovasjonsinnhold hensiktsmessig i de distrikts- og regionalpolitiske virkemidlene? Begge prosjektene har vært i regi av KRD.

- Deltatt i programstyret for forskningsprogrammet om forsknings- og innovasjonspolitik (FORFI).
- Deltatt i redaksjonskomiteen for *Det norske forsknings- og innovasjonssystemet, statistikk og indikatorer*.
- Gitt budsjettinnspill og innspill til store nye satsninger.
- Forberedt samarbeidsforum for Innovasjon Norge sammen med representanter for eierne og oppdragsgiverne.
- Publisering av månedlige konjunktuelle og makroøkonomiske vurderinger bl.a. basert på eksportstatistikk.
- Utgitt det innovasjonspolitiske magasinet *Innsats*.
- Arrangert innovasjonspolitiske debatter på Litteraturhuset/Stratos.
- Etablert ny innovasjonspolitisk blogg (www.innovasjonsbloggen.com).
- "Norge som vertskap for et attraktivt næringsliv" (NCE 2012).

Evalueringer

Innovasjon Norge har i løpet av 2012 gjennomført flere evalueringer av våre tjenester og programmer, i tillegg til kundeeffektundersøkelser (KEU) som det produseres to av hvert år, en førundersøkelse og en etterundersøkelse. I 2012 har Pöyry overtatt kundeeffektundersøkelsene etter at Oxford Research har hatt oppdraget i noen år. Igangsetting av nye operatører krever alltid et visst utviklingsarbeid, og vi har også denne gang justert og gjennomgått opplegget for en ny gruppe med årganger.

Følgende evalueringer og kundeeffektundersøkelser (KEU) ble gjennomført i 2012:

- Marint verdiskapingsprogram. Måloppnåelse etter 6 år. Pöyry.
- IFU/OFU-programmet 2006-2011. Oxford Research.
- Kompetansenettverket for småskala matproduksjon "Kunnskapsspredning i nettverk". Vista Analyse og Oxford Research.
- NCEene – de seks første etter seks år. Menon og Damvad.
- Kundeeffektundersøkelse av 2011-årgangen. Pöyry. (Ferdig januar 2013).
- Kundeeffektundersøkelse av 2008-årgangen. Etterundersøkelse. Oxford Research.
- I hvilken grad bidrar Innovasjon Norge til Innovasjon. En nærmere undersøkelse av årgangene 2003-2006 fire år etter. Oxford Research.

Det er tilgang til evalueringene på DFØs evalueringsportal: <http://www.evalueringsportalen.no/> og på den enkelte evaluators hjemmeside.

Strategisk innovasjonspolitisk rådgiver

Innovasjon Norge arbeider med å utnytte sitt potensial som strategisk rådgiver for myndighetene langs to linjer.

1. Tett dialog og involvering av departementene i kunnskapsprosjekter (evalueringer og utredninger)
2. En mer aktiv rolle i den offentlige debatten om innovasjonspolitikken.
3. Fokus på bedre interne prosesser rundt budsjettinnspill, innspill til meldingsarbeid og andre

Departementene inviteres og deltar i referansegrupper og lignende i forbindelse med evalueringer, kundeeffektundersøkelsen og utviklingsprosesser. Innovasjon Norge oppfordrer departementene til å invitere til det samme i de prosjektene departementet måtte gjennomføre.

Innovasjon Norge tror videre at innovasjonspolitikken vil tjene på at den kommer høyere på den offentlige agendaen. Vi ønsker derfor å bidra til at de problemstillingene som vi mener er av størst betydning for en bedre innovasjonspolitik, løftes til en bredere offentlig debatt. Vi ønsker at selskapets egne synspunkter basert på våre unike data og erfaringer, også blir tydelige i en slik debatt. Debatten ønsker IN å ta i samspill med departementene.

2 Arbeidet med prioriterte sektorer

Innovasjon Norge har i 2012 arbeidet spesifikt mot sju sektorer.

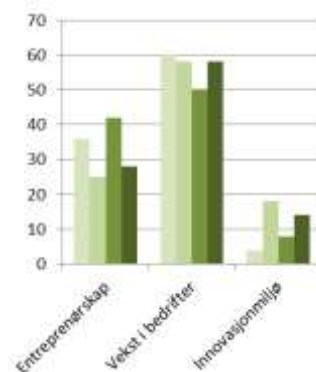
2.1 Helse

Med helsesektoren forstår vi i denne sammenheng norskeide bedrifter som leverer egenutviklede produkter eller innovative tjenester til helsevesenet i Norge eller internasjonale markeder. Sektoren favner over mange produkt og tjenesteområder, inkludert medisiner, diagnostikk, medisinsk-teknisk utstyr og helsereelatert IKT. Totalt antall bedrifter er ca 500, med ca 15.000 ansatte og en omsetning i underkant av 30 mrd. Dette er en meget kunnskapsintensiv sektor der det meste av innovasjonsaktiviteten finnes konsentrert rundt universiteter og universitetssykehus. Fokuset er tydelig på produktinnovasjon (91%, se tabell motstående side). Kravene til dokumentasjon og godkjenning av nye medisinske produkter innebærer svært høye utviklingskostnader, typisk flere hundre millioner kroner, og utviklingsløp over flere år. De fleste bedriftene i helsesektoren retter seg derfor mot et globalt marked som kan gi avkastning på slike store investeringer. Særlig medisinteknologi er en «høy risiko/høy avkastning» bransje. I 2012 har vi sett eksempel på at en lovende bedrift har mistet 90% av sin verdi (Clavis Pharma) etter et dårlig resultat i fase III, mens en annen liten utviklerbedrift (Algeta) etter produktgodkjenning er verdsatt til 7,5 mrd, 3x verdien av f.eks Borregaard med 1100 ansatte og fabrikker/salgskontorer i 17 land. Et annet dominerende trekk de senere årene er et økende marked for omsorgsteknologi, dvs teknologi og tjenester som adresserer behovene til en voksende gruppe kjøpsterke eldre. IN's sektorarbeid har fokusert spesielt på dette området i 2012, der Norge har en rekke spennende bedrifter.

2.1.1 Resultater og aktiviteter

Som det fremgår av tabellen har finansieringstjenester rettet mot helsesektoren stabilisert seg rundt 150 mill. kroner etter unntaksåret 2009. Det er imidlertid vekst i antall selskaper og en tendens til at prosjektene gjennomgående er små. En mulig forklaring er mangelen på privat kapital til å matche offentlige tilskudd.

TJENESTER OG PROGRAMMER	2009	2010	2011	2012
	Mill NOK	Mill NOK	Mill NOK	Mill NOK
Diverse mobilisering/nettverk/profilering	6,	9,3	3,8	7,6
Innovasjonsmiljøer (ARENA/NCE)	11,9	13,3	5,9	17,7
Rådgivningstilskudd (Internasjonal vekst)	1,2	1,9	1,2	0,9
Landsdekkende etablererstipend	13,3	9,03	6,2	10,7
Offentlige FoU kontrakter (OFU)	37,3	28,4	41,5	30,1
Industrielle FoU kontrakter (IFU)	46,2	28,8	14,7	25,5
Øvrige tilskudd og distriktutvikling	55,4	32,2	28,8	36,5
Risikolån og garantier	125,2	21,1	35,7	28,9
Lavisikolån og rentestøtte	56,3	0	5,7	0
SUM HELSESATSINGEN	352,8	142,1	143,4	156,9



Årsvariasjonen i tilskudd til innovasjonsmiljøer skyldes periodisering. Det finansierer tre ARENA prosjekter og ett NCE, samt en pilot innen landsdekkende innovasjonsnettverk (Nansen Neuroscience Network), og dette antallet er uendret siden 2010. Det er lav og fallende etterspørsel etter

rådgivningstjenester, noe som nok reflekterer høye kompetansekrav i deler av helsesektoren. På den annen side ser vi interesse for rådgivning i områder der kulturforståelse og lokalkunnskap er særlig viktig, dvs primært i Asia og Russland. Det er blant annet gjennomført et meget vellykket Navigatorprosjekt rettet mot Kina. Dreiningen mot omsorgsteknologi vil trolig også bidra til å øke etterspørselen etter rådgivning også i nære markeder og kontorene i London, Hamburg og Stockholm har gjennomført et felles hjemhentingsprosjekt som grunnlag for videre satsing i 2013. Det er verdt å merke seg at andelen OFU/IFU bare er ca 30% høyere enn «andre tilskudd og distriktsutvikling». Dette kan skyldes at kravene om en «krevende kunde» kan være uhensiktsmessig for bedrifter med utviklingsløp som strekker seg over 3-4 år.

Utviklingsprosjekt innen omsorgsteknologi

Det viktigste utviklingsprosjektet i 2012 har tatt sikte på å legge grunnlaget for markedsorienterte F&U konsorter innen omsorgsteknologi. Det vil bidra til det strategiske målet om bedre konkurranseevne for små utviklerbedrifter og det operative målet om økt bruk av OFU/IFU. Prosjektet har i 2012 etablert et aktørkart og bygget et fundament av relasjoner mot relevante miljøer. Vi forventer at man i løpet av 1.halvår 2013 vil se resultater av dette arbeidet i form av nye bedriftsprosjekter. I disse og andre aktiviteter har sektoren økt samspillet med klynger og nettverk, og fagnettverket innen helsesektoren, som omfatter drøyt 20 personer tilnærmet likt fordelt på ute- og hjemmekontorer, møtte samtlige helseklynger på sin årlige samling i september.

2.3 Landbruk

Landbrukssatsingen operasjonaliseres gjennom et bredt sett med tjenester og programmer. De ulike tjenestene og programmene har delvis ulike målgrupper, men litt forenklet kan man si at bøndene er hovedmålgruppen for alle program unntatt Trebasert innovasjonsprogram hvor hovedmålgruppe er trebearbeidende industri, og verdiskapingsprogram for reindrift hvor hovedmålgruppe er reindriftsutøvere.

2.3.1 Resultater og aktiviteter

De ulike programmene i landbrukssektoren har svært forskjellig innretning, virkeområde og målgrupper. Det gir derfor ikke et godt bilde av å omtale og vurdere de ulike statistikkverdiene ved prosjektene innen sektoren som helhet. Dette omtales nærmere under det enkelte programmet.

Generelt har sektoren høy kvinneandel i prosjektene, og øker fra 43 % i 2011 til 47 % i 2012. Det er særlig prosjekter innen alternativ næringsutvikling på gårdsbruk som trekker opp andelen kvinneprosjekter. For andre kjennetegn som design, om prosjektene er internasjonalt rettet, miljørettet og andel unge støttemottakere er det små endringer. Andelen midler til FoU-baserte prosjekt er gått tilbake fra 4 til 1 %, dette skyldes sannsynligvis både at landbruksprogram som trebasert innovasjonsprogram har en nedgang, men også trolig at det er bevilget noe mindre generelle virkemidler med høyere andel FoU til sektoren.

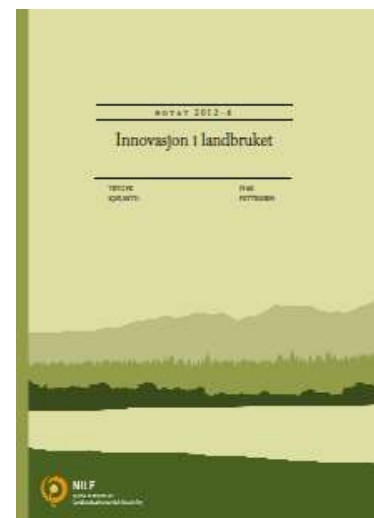
Innovasjon på bedriftsnivå er det dominerende innovasjonsnivået med 88 % av tildelingene. Dette er samme andel som for 2011, og skyldes at de bedriftsrettete bygdeutviklingsmidlene og lån til tradisjonelt landbruk utgjør en dominerende del av sektoren. For lokalmatprogrammet og trebasert innovasjonsprogram utgjør derimot midler til innovasjon på nasjonalt nivå 50 % – 70 % av prosjektene, hvilket også samsvarer godt med ambisjonen og målsettingen for disse programmene.

2.3.2 Innovasjon Norge har fått utarbeidet to rapporter om landbruk i 2012:

Innovasjon i landbruket

Rapporten er utarbeidet av Norsk institutt for landbruksøkonomi (NILF) på oppdrag for Innovasjon Norge.

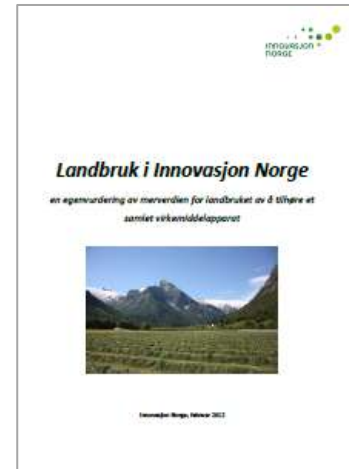
Produktivitetsvekst er en anerkjent økonomisk indikator for innovasjon, og rapporten dokumenterer at landbruks sektoren er blant de næringene som har hatt høyest produktivitetsvekst de siste tiårene. Næringens verdikjede representerer et sammensatt innovasjonssystem som også inkluderer forskning, og rapporten viser at den bondeide forskning er blant de verdensledende på flere områder. Det tette samspillet mellom forskning og næring er en av grunnene til at innovasjoner tas raskt i bruk, og på den måten bidrar til den høye og vedvarende produktivitetsøkningen i sektoren.



Landbruk i Innovasjon Norge

Denne rapporten er en egenvurdering av merverdi for landbruket av å tilhøre et samlet virkemiddelapparat.

Rapporten er en internrapport som bl.a. ser på hvordan landbrukssektoren har benyttet seg av de øvrige tjenestene i Innovasjon Norge. Konklusjonen er at landbruk i betydelig grad har benyttet seg av så vel generelle finansieringstjenester som rådgivnings-, kompetanse- og nettverkstjenester, noe som også er i samsvar med intensjonene om synergier da landbruk ble slått sammen med SND fra 2000.



2.5 Olje- og gass

Innovasjon Norges arbeid med leverandørindustrien olje og gass er bidrag til å styrke Norge som en viktig energinasjon som stor produsent av olje og gass. Leverandørindustrien har stor verdiskaping i Norge og har stor eksport. Industrien er Norges teknologiske spydspiss, en viktig næring i distriktene og er en solid bidragsyter til den norske velferden. De viktigste virkemidlene i denne sektoren er IFU, miljøteknologiordningen og bedriftsnettverk. Innovasjon Norge har ingen øremerkede penger til sektoren. Rådgivningstjenester ved utekontorene er en viktig for sektoren. Innovasjon Norge legger OG21 strategien til grunn for sitt arbeid på sektoren.

2.5.1 Virkemiddelbruken 2012 vs 2011

Tilsagn til olje og gass-sektoren har gått opp fra 173 mill. kroner i 2011 til 226 mill. kroner i 2012. Den relative andelen av tilsagn til sektoren er økt med 1 prosent, fra 3 til 4 prosent. Av de 5 mest brukte tjenestene mot sektoren, så er det største IFU med 91 millioner, en økning fra 80 millioner i 2011. Tilskudd (for eksempel etablerertilskudd, miljøteknologi og bedriftsnettverk) er nummer 2 med 85 millioner, en økning fra 65 i 2011. Innovasjonslån har også økt fra 25 mill. kroner i 2011 til 36 mill. kroner i 2012.

85 prosent av tilsagnene i 2012 er på internasjonalt nivå, ned fra 86 prosent i 2011. Det er en større del av tilsagnene som er på regionalt nivå i 2012, enn det var i 2011, henholdsvis 3 og 8 prosent.

2.5.2 Resultater og aktiviteter

Innovasjon Norge var tilstede på viktige møteplasser for sektoren, blant annet OTC Houston, ONS i Stavanger og Rio Oil and Gas. På ONS i Stavanger hadde Innovasjon Norge en innovasjonspark der 20 innovative norske selskaper fikk profilert seg. Dette var i tillegg til den norske standen. Tiltaket var meget vellykket.

Innovasjon Norge har fortsatt samarbeidet med INTSOK og det er gjennomført flere felles markedsframstøt.

Flere markeder krever langsiktig arbeid og utekontorene til Innovasjon Norge er verdifulle i dette arbeidet. Vi ser like vel at det er vanskelig å etablere seg i markeder som for eksempel Brasil på grunn av nasjonale krav.

I forhold til mobilisering så har Innovasjon Norges distriktskontorer i løpet av 2012 identifisert omkring 60 bedrifter som vi mener har betydelig potensiale for vekst, i hovedsak internasjonalt. Vi vil fortsette arbeidet med disse bedriftene i 2013.

2.6 Marin

Boka "et Kunnskapsbasert Norge" (Reve T., Sasson A. 2012) slår fast at sjømatsektoren sammen med olje og gass og maritim sektor er de tre sektorene som Norge bør satse på i fremtiden. Det er disse tre sektorene som primært skal skape grunnlaget for fremtidens næringsliv i landet.

Innovasjon Norges engasjement gjennom Sektor sjømat omfatter sjømatproduksjon fra oppdrett og fiskeri, hele verdikjeden fra hav til fat. Innovasjon Norges strategi for sektoren er å bidra til økt verdiskaping gjennom markedsorienterte tiltak i sjømatbedriftene og til sammenhengende verdikjeder fra råstoff til marked. Full utnyttelse av råvaren på en effektiv måte bidrar til sektorens lønnsomhet og konkurranseevne samtidig som det bærer sektoren i en mer bærekraftig retning. Det er bakteppet for at sektor sjømat i 2012 har engasjert seg sterkere i den marine leverandørnæringen og arbeidet for utnyttelse av restråstoff.

2012 har vært et godt år for sjømatnæringen med en positiv vekst og utvikling. Totalt ligger eksporten for 3. år på rad på ca. 53 mrd. kroner, som er svært tilfredsstillende hensyntatt en sterkere kronekurs. Den internasjonale finanskrisen og svekket økonomi i flere viktige markeder, skaper en betydelig usikkerhet særlig for hvitfisknæringen i 2013. Laksenæringen hadde god økonomisk vekst i 2012 med betydelige uttak og volumøkning. Muligheter for volumøkning i 2013 er derfor begrenset. I kombinasjon med antatt lav tilførsel av laks fra konkurrerende land betyr dette at prisene kan gå opp i 2013.

2.6.1 Resultater og aktiviteter

Innovasjon Norges sterkeste virkemiddel overfor sjømatsektoren er Marint verdiskapingsprogram (MVP). Programmet tar tak i den største utfordringen for bedrifter i sjømatnæringen, omstilling til markedsorienterte strategier. Gjennom markedsorienterte bedriftsutviklingsprosjekter og kompetanseprogram samt Sjømat Trainee får Innovasjon Norge tilbakemeldinger om at MVP dekker bedriftenes behov for kompetanseheving og mer?. Andre viktige virkemidler som bidrar til utvikling av en konkurransedyktig og bærekraftig sjømatnæring er miljøteknologiordningen, klyngeprogrammene og internasjonal vekst. Miljøteknologiordningen har gitt tilsagn om ca. 41 mill. kroner til 13 marine bedrifter i 2012 hvor totalverdien av prosjektporteføljen er rundt 70 mill. kroner. I 2013 vil arbeidet med en målrettet samordning mellom de ulike virkemidlene og forenkling ovenfor kundene i sektoren fortsette.

Det ble innvilget ca. 1,5 milliarder kroner til fiskeflåten i 2012. Innovasjon Norge er en viktig aktør innen finansiering til fiskeflåten, og alle større prosjekter finansieres sammen med kundens bankforbindelse. Samarbeidet med private banker er godt. Det har blitt investert både i nybygg og strukturering i 2012. Nybyggingsaktiviteten har tradisjonelt gått i bølger, og 2012 var et år med både mange og store prosjekter. Nye fiskefartøy med moderne utstyr er viktig både i HMS- og i rekrutterings-sammenheng, og dessuten har det stor betydning for håndtering og oppbevaring av fisken og dermed kvalitet og utnyttelsesgrad på det som leveres. Myndighetene har åpnet for stadig mer strukturering, så på dette feltet forventes fortsatt aktivitet – under forutsetning av at den økonomiske situasjonen for rederiene utvikler seg slik at dette er forsvarlig.

Det ble innført en rekke spesifikke og generelle tiltak for å dempe de negative virkningene for fiskerinæringen og samfunnet forøvrig i forbindelse med den internasjonale uroen i finansmarkedene i 2009. Disse ordningene er avviklet. Erfaringen med ordningene er at Innovasjon Norges garanti for førstehåndsomsetning, som ble gitt til Norges Råfisklag og Norges Sildesalgslag, virket etter hensikten.

De bidro til å opprettholde fiskeriene og særlig innenfor Norges Råfisklags område var garantien et viktig bidrag. Andre tiltak som f.eks. likviditetslån ble kun utnyttet i begrenset utstrekning.

2.6.2 Norge, verdens fremste sjømatnasjon

Innovasjon Norge bidrar gjennom MVP og øvrige virkemidler aktivt til realisering av regjeringens visjon om "Norge, verdens fremste sjømatnasjon". Total tilsagn til sjømatbedriftene økte fra Xxx mill. kroner i 2011 til 1 773 mill. kroner i 2012, dette tilsvarer 30 prosent av Innovasjon Norges samlede tilsagn. Lån til nybygging og modernisering av fiskefartøy utgjør en stor andel av dette.

Fokuset i arbeidet med sjømatsektoren er på vekst i bedrifter og da i en internasjonal kontekst. Det gjenspeiles i fordelingen av tilsagn hvor det aller meste (ca. 85 %) går til eksisterende bedrifter i internasjonalt rettede prosjekter. Bærekraftig utvikling av sjømatnæringen er sentral i Innovasjon Norges arbeid, og rundt 30 % av bevilgede prosjekter er miljørettet.

Største andelen av bevilgede prosjekter handler om innovasjon i produkt-/tjeneste og prosess. Viktig kriterium for disse prosjektene er at de setter sjømatnæringen i stand til å levere produkter som markedet krever. En av målsetningene i 2013 er å se mer markedsmessig innovasjon og flere innovative forretningsmodeller.

2.6.3 Sjømatbedrifter vokser ut i verden

I tråd med ambisjonene økte omfanget av samarbeid mellom Innovasjon Norges distriktskontor i Norge og utekontor i sjømatmarkedene i 2012. Dette samarbeidet gjorde tilgjengelig kunnskap og kompetanse om de ulike markedene for norske bedrifter og bidro til at flere har kommet lengre i sin markedsrettede strategiutvikling. Samarbeidet har bidratt til Sektor sjømat sine ambisjoner om å styrke bedriftenes evne til å oppnå robuste priser i markedene gjennom mer langsiktige kunderelasjoner og bedre utnyttelse av produktenes fortrinn.

Fagnettverk Sektor sjømat er et forum som kobler sammen kunnskap om norsk sjømatnæring og bedrifter, markedsmuligheter og kompetanse på forretningsutvikling.

Fagnettverket består av

Innovasjon Norges ansatte på

distriktskontor og utekontor. Fra dette fagnettverket dannes det kundeteam som setter sammen beste kompetansen i henhold til bedriftens behov for å oppnå optimal kundetilpasning og lønnsomhet.

Kompetanseutvikling i fagnettverket og samarbeid mellom distrikts-, utekontorer og bedrifter er forsterket gjennom Marint verdiskapingsprogram.

Arbeidet med å identifisere mer systematisk de sjømatbedriftene med størst potensial begynte i 2012 og blir videreført i en større grad i 2013. Slik vil de bedriftene med størst engasjement og vilje til å vokse få mest oppmerksomhet i sin omstilling til mer kundetilpasning.

Innovasjon Norges tilbud for sjømatnæringen er unikt, ettersom enkeltstående bedrifter eller bedrifter i et strategisk samarbeid kan få støtte til å utvikle en markedsrettet strategi. I prosjektene som bevilges

- **Ervik Havfiske får innpass i COOP Norge**
 - **Cold Water Prawns er nominert som årets Gasselbedrift**
 - **Bremnes Seashore satser på 0 utslipp**
 - **Halvors tradisjonsfisk**
- Les mer på <http://www.innovasjonnorge.no/sjomat/>

kan Sektor sjømat støtte bedrifter til å dra nytte av ny kunnskap, om den er teknologisk eller markedsrettet. På den måte bidrar Innovasjon Norge gjennom Sektor sjømat til implementering av generell kunnskap generert av andre aktører som Forskningsrådet, Sjømatrådet og Fiskeri og havbruksnæringens forskingsfond.

2.7 Reiseliv

Målgruppe for prioritert sektor reiseliv er norsk reiselivsnæring og våre internasjonale samarbeidspartnere som jobber for å få utenlandske turister til Norge. Sektoren har to sektorspesifikke tjenester, Profilering av Norge som reisemål og Innovasjon i reiselivsnæringene, men målgruppen benytter seg av de fleste tjenester som Innovasjon Norge tilbyr.

Målet for satsingen på reiseliv er at Norge skal ta en større del av den internasjonale veksten i reiseliv ved å være et av de foretrukne reisemålene for den kvalitetsbevisste reisende.

Reiselivsstrategien er rettet mot å utløse økt verdiskaping i de norske reiselivsnæringene basert på en offensiv produkt- og markedsrettet satsing.

2.7.1 Resultater og aktiviteter

Reiselivsåret 2012 kan i korte trekk oppsummeres ganske likt som 2011. Vinteren var snøfattig, sommersesongen solfattig og den norske kronekursen var fortsatt høy mot mange av våre viktigste handelspartnere. Med en nullvekst fra utlandet i 2011 er det likevel hyggelig at antall utenlandske gjestedøgn økte med en prosent i 2012. Norske gjestedøgn økte med tre prosent.

At antall utenlandske gjestedøgn kom ut i pluss er takket være økningen på 4 prosent i vintersesongen. Tall fra sommersesongen viser en nullvekst fra utlandet. Gjennom 2012 var det en nedgang fra mange av de markedene Innovasjon Norge markedsfører Norge som ferieland, men et lyspunkt er at veksten fra Asia fortsatte. Ellers var det en økning i overnattinger fra Sverige, Danmark, Russland, Polen og Storbritannia. Norske gjestedøgn økte gjennom hele året. Det vises til statistikkvedlegget for ytterligere informasjon om markedsutviklingen.

I 2012 var den samlede ressursinnsatsen for reiselivssatsingen på 697,2 mill. kroner, fordelt på 396,2 mill. kroner fra NHD post 71 og brukerbetaling, og i underkant av 328 mill. kroner i tilsagn på alle finansieringstjenester. Det vises til tjenesterapportene for en mer detaljert rapportering og til vedlegg 2 statistikk reiseliv for mer informasjon om utviklingen i reiseliv i 2012

2.7.2 Viktigste utfordringer

Internasjonalt reiseliv forventes å dobles i antall internasjonale reiser fra 980 millioner reiser i 2011 til 1,8 mrd. internasjonale reiser i 2030. Dette tilsvarer en årlig vekst på 3,3 prosent i følge UNWTO. For at Norge skal ta del i denne veksten, må det være en offensiv satsing på utvikling av produkter, produktkonsepter og reisemål, i tillegg til kompetanseutvikling i reiselivsnæringen og markedsføring av Norge som reisemål.

2.8 Energi og miljø

Sektor Energi og miljø omfatter norske bedrifter med innovativ teknologi innenfor feltet fornybar energi og miljø. Typiske områder som dekkes av denne sektoren er;

- Fornybar energiproduksjon; tradisjonell vannkraft, vindkraft (on- og offshore), havenergi (bølge, tidevann og saltgradient), solenergi og bioenergi
- Redusert energiforbruk; energieffektivisering, innovasjon i energisystemet ved bruk av smartgridteknologi, distribuert produksjon og forbruk, samt energisikkerhet. I dette inngår også grønn IKT og grønne datasentre.
- Renseteknologi knyttet til rent vann og ren luft, avfallshåndtering, samt CO₂-fangst og lagring.

I tillegg er det verdt å merke seg at alle sektorer har aktiviteter som omfatter utvikling og implementering av miljøteknologi. Finansiering og andre tjenester knyttet til miljøteknologi – så som gassdrevne skip (maritim), ny miljøovervåkingsteknologi for olje- og gassektoren, biogassanlegg i landbruk, mer miljøvennlige oppdrettsløsninger for havbruk – rapporteres derfor ikke under Energi og miljø, men av de respektive sektorene.

2.8.1 Resultater og aktiviteter

Sektoren hadde tre hovedsatsinger i 2012:

Oppbygging av et kompetansemiljø i Innovasjon Norge

For å bli bedre til å identifisere kunders behov og potensial og koble dem med relevante tjenester hos Innovasjon Norge og andre virkemiddelaktører så har man i 2012 aktivt arbeidet med å bygge opp et kompetansemiljø for energi og miljø i Innovasjon Norge. Sektorens fagnettverk har hatt representanter til stede på de viktigste arenaene i både inn- og utland, og utekontorene har deltatt aktivt på relevante møteplasser i Asia, Europa og Nord- og Sør-Amerika. I 2013 vil arbeidet med å styrke fagnettverkene intensiveres.

Finansiering av miljøteknologiprosjekter

Sektorarbeidet har gjennom 2012 fokusert på å finansiere miljøteknologi prosjekter gjennom alle tilgjengelige virkemidler. Som en del av dette har kompetansemiljøet for miljøteknologi vært svært aktivt gjennom hele 2012. Det er gjennomført 25 samlinger og møter mellom de ulike virkemiddelaktørene for å koordinere og samordne feltet energi og miljø. Blant resultatene av samarbeidet er tydeligere kommunikasjon rundt de enkelte aktørenes rolle i innovasjonsskjeden, gjennomføring av felles arrangementer og felles møter med kunder. I tillegg har sektoren i løpet av 2012 utviklet en søkeportal for finansiering av miljøteknologi (www.miljoteknologi.no) som skal bidra til å gjøre samlede virkemidler for miljøteknologi lettere tilgjengelige for norske bedrifter.

Drift av Sekretariat for regjeringens Programråd for miljøteknologi

Rådet skal gi innspill til videre prioriteringer, fremme forslag til videreutvikling av regjeringens strategi og stimulere til koordinering av virkemiddelaktørene. Gjennom informasjonsinnhenting og analyser har sekretariatet for programrådet bidratt med å fremskaffe et reelt faktagrunnlag for programrådets arbeid og prioriteringer.

2.9 Maritim

Innovasjon Norges maritime satsing er en del av MARUT. MARUT er både en prosess og en handlingsarena mellom maritim næring, offentlige myndigheter, forskningsmiljøer og det offentlige virkemiddelapparatet. Innovasjon Norge har spesiell fokus på små og mellomstore bedrifter innen utvikling og produksjon av maritimt utstyr, skipsbygging og tilknyttede tjenesteleverandører. I tillegg til Innovasjon Norges ordinære tjenester har Innovasjon Norge øremerkede tilskuddsordninger rettet mot maritim næring og mot nærskipsfartsflåten.

2.9.1 Resultater og aktiviteter

Sektorens bruk av Innovasjon Norges midler, både i omfang og relative andel gikk ned i 2012. Fra 478 mill. kroner i 2011 til 258 mill. kroner i 2012. Den største nedgangen er knyttet til våre lånetjenester, der nedgangen er på 206 mill. kroner, fordelt på 176 mill. kroner relatert til lavrisikolån og de resterende 30 mill. kroner til innovasjons-/risikolån. Noe av forklaringen er at IN i de foregående årene har bidratt betydelig til bla. verftsinvesteringer og Norsk Maritimt kompetansesenter. I 2012 har det vært færre slike prosjekt igangsatt. Det kan skyldes at verftene venter økt konkurranse fra Asia og er mer tilbakeholdne med å iverksette større investeringer.

Også etterspørselen etter tilskuddsmidler (primært "Bedriftsutviklings-tilskudd") er noe redusert. Bruken av "Marut"- og "Nærskipsfarts"- midlene ligger på 2011-nivå, med hhv netto innvilget 12,5 mill. kroner og 3,0 mill. kroner. Bruken av IFU er noe lavere enn 2011, men andelen FoU-prosjekt øker likevel fra 20% til 34%. Mye av dette kan forklares ved at bruken av "Miljøteknologi"-ordningen er kraftig opp fra tidligere år. Dette er gledelig da vi i 2012 hadde fokus på å øke næringas bruk av dette virkemidlet.

Flere av parameterne indikerer at innovasjonshøyden og den internasjonale innretningen er noe lavere i 2012 enn 2011. Drøyt 2/3 av midlene er brukt til innovasjonsprosjekter 84 prosent av disse er har innovasjonshøyde på nasjonalt eller internasjonalt nivå, dette er høyt, men en nedgang på 12prosent fra 2011. Hva nedgangen skyldes er uklart, men det kan ha sammenheng med at prosess- og organisatorisk innovasjon har økt med rundt 20%, mens produkt- og tjenesteinnovasjon er redusert tilsvarende.

En ambisjon for arbeidet i sektoren i 2012 var å bidra til å sette Korea på kartet. Det lyktes man godt med ved at det ble arrangert statsbesøk begge veier, og ved undertegning av en MoU mellom NHD og to koreanske departement. Her fungerte samspillet med UD, NHD og INs kontorer ute og hjemme svært bra. I januar 2013 ble det gjennomført et seminar i Oslo med rundt 30 norske og 15 koreanske deltakere. Det området man kom kortest i forhold til målene for 2012 var utnyttelsen av Nærskipsfartsordningen. Her var ambisjonene å utløse både flere prosjekter, og prosjekter som direkte medførte miljøgevinst i den aldrende flåten. Det lykkes man ikke med.

3 Departementsvise rapporteringer- Oversikt og innledning

Tabellene viser forbruk i forhold til rammen for de ulike budsjettpostene:

NHD

Budsjett-post ¹³	Navn	Virkemiddel	Ramme 2011 ¹⁴ (mill. kroner)	Forbruk pr. 31.12.11 (mill. kroner)	Anslag tilskudds-element (mill. kroner)
2421.90	Lavrisikolån	Lavrisikolån, herav:	2 500		1591 (1404)
		- Ordinære		560 (830) ¹⁵	
		- Landbruk		872 (621) ¹⁵	
		- Fiskeflåte		1 058 (714) ¹⁵	
2421.50	Innovasjon – prosjekter	Innovasjonslån, tapsfond	248	256 (173 ¹⁶)	
		Garanti, tapsfond			
		Tilskudd			
		Landsdekkende etablererstipend			
		(Innovasjonslån, utlånstak)	(500)	(252) ¹⁵	
		(Garantitak)	(40)	(13) ¹⁵	
2421.70	Bedriftsutvikling og administrasjon		314	314 (293)	
2421.71	Nettverk, profilering og reiseliv - programmer	Reiseliv	252	285(237)	
		- Herav til reiselivsprofilering	237	270 (220)	
		- Herav til innovasjon i reiselivsnæringen	15	15 (17)	
		Nettverk og profilering/-programvirksomheten	134	161 (113)	
		- Herav gjennomføring av programmer	57	62 (21)	

¹³ Tabellen viser forbruk i form av tilsagn gitt i 2012. For kap. 2421.70, for reiselivsprofilering og operativ drift for kap. 2421.71 vises regnskapsførte beløp.

¹⁴ Årets bevilgning, inkluderer ikke overførte midler med mindre spesielt angitt

¹⁵ Bruttobeløp. Kun tapsfond inkluderes i beregning av tilskuddselement. For lavrisikolån er tilskuddselementet 0.

¹⁶ Midler til miljøteknologi er ikke inkludert, flyttet til post 76 fra 1.1.2012, midler til Maritim utvikling er inkludert (flyttet fra egen post til 2421.50 fra 1.1.2012)

		- Herav tilskudd til programmer	76	99 (92)	
2421.72	Forsknings- /utviklingskontrakter	OFU	285	316 (312)	
		IFU			
2421.73	Tilskudd til kraftintensiv	Tilskudd	5	2 (19)	
2421.76	Innnovasjon prosjekter	Tilskudd miljøteknologi	257	257 (257) ¹⁷	

KRD

Budsjett-post	Navn	Virkemiddel	Ramme 2011 (mill. kroner)	Forbruk pr. 31.12.11 (mill. kroner)	Anslag tilskudds-element (mill. kroner)
551.60	Tilskuff til fylkesk. f. reg. utv.	Risikolån, tapsfond ¹⁸	562	730 (681)	983 (916)
		Tilskudd			
551.61	Kompens. For økt arb.g.avg.	Tilskudd		79 (98)	
552.72	Nasjonale tiltak for reg. utv	Tilskudd ¹⁹	158	166 (137)	

¹⁷ Var tidligere en del av post 50¹⁸ IN står fritt til å benytte rammer fra fylkeskommuner og fylkesmannen til enten lån, risikolån eller tilskudd. Tapsfond til risikolån tas av tilskuddsrammen. Rammen er foreløpig.¹⁹ Inkl. midler som tidligere ble bevilget over kap. 551.71 Nordområdetiltak.

LMD

Budsjett-post	Navn	Virkemiddel	Ramme 2011 (mill. kroner)	Forbruk pr. 31.12.11 (mill. kroner)	Anslag tilskudds-element (mill. kroner)
1149.71	Trebasert innovasjonsprogram	Tilskudd	26	36 (30)	776 (749)
	Skog-, klima- og energiltak	Tilskudd	7	7 (12)	
1150.50	Lokalmatprogrammet	Tilskudd	55	70 (76)	
	Sentrale BU-midler	Tilskudd sentrale	3	4 (9)	
	Bioenergiprogrammet	Tilskudd	50	51 (45)	
	Utviklingsprogram for grønt reiseliv	Tilskudd	18	19(18)	
	Inn på tunet	Tilskudd	9	10 (9)	
	Konfliktforebyggende tiltak jordbruk/reindrift	Tilskudd	1	1 (1)	
	Administrasjon under LUF	Tilskudd	31	31 (31)	
	BU-midler	Risikolån, tapsfond ²⁰	-	6	
		(Direkte utlån)	-		
		Tilskudd fylkesvise	399	430(394)	
		Rentestøtte	967	1 129 ²¹	
1151.51	Konfliktforebyggende tiltak jordbruk/reindrift	Tilskudd	1	1	
	VSP rein	Tilskudd	8	5	

FKD

Budsjett-post	Navn	Virkemiddel	Ramme 2011 mill. kroner)	Forbruk pr. 31.12.11 (mill. kroner)	Anslag tilskudds-element (mill. kroner)
2415.75	Marint verdiskapingsprogram	Tilskudd	40	64 (117)	64 (117)

²⁰ IN står fritt til å benytte rammer til enten lån, risikolån eller tilskudd. Tapsfond til risikolån tas av tilskuddsrammen.

²¹ Vi har i 2012 gitt rentestøtte til en total låneverdi på 1 129 mill. kroner. I beregning av tilskuddselementet regner vi kun med den beregnede tilskuddsandelen av rentestøttebeløpet (ca. 105 mill. kroner).

4 Rapportering på tjenester/aktiviteter som finansieres av flere departement

4.1 Arena

Arena-programmet tilbyr faglig og finansielle støtte til langsiktig utvikling av regionale næringsmiljøer. Miljøene kan ha karakter av næringsklynger eller representere mer umodne relasjoner mellom bedrifter og kunnskaps- og utviklingsaktører. Arena er et nasjonalt program eid av Innovasjon Norge, Forskningsrådet og SIVA. Nye prosjekter i programmet godkjennes med grunnlag i åpne årlige utlysninger, faste utvelgelseskriterier og -prosedyrer.

Formålet med utviklingsprosessene som igangsettes gjennom Arena er å forsterke miljøenes evne til innovasjon. Dette skal skje ved at det etableres et sterkere og mer dynamisk samspill mellom næringsaktører, FoU- og utdanningsaktører og offentlige aktører. Utgangspunktet skal være et klart uttrykt potensial for økt verdiskaping hos de deltakende næringsaktørene. Samarbeidet skal være målrettet, langsiktig og bredt orientert med sikte på å forsterke bedriftenes evne til samarbeid om innovasjon, deres internasjonale orientering, tilgang på kompetanse, nyetableringer m.m.

Arena-programmet støtter ordinært hovedprosjekter i en 3-års periode. Det kan gis støtte i ytterligere 2 år ut fra nærmere fastsatte kriterier.

De regionale virkemiddelaktørene har et hovedansvar når det gjelder å støtte utviklingen av nye prosjektinitiativ gjennom forstudier, forprosjekter etc. I tillegg medvirker de regionale aktørene ved oppstart og oppfølging av etablerte prosjekter i Arena.

4.1.1 Ressursbruk

Budsjettpost	Ramme 2012	Innvilget tilsagn per 31.12.2012
NHD 2421.71	16,6	22,5
KRD 552.72	20,4	19,5
Totalt	37,0	42,0

4.1.2 Statistikk

Nøkkeltall fra Arena-prosjektenes årsrapporter

	2011	2012
Antall Arena-prosjekter 2012	17	20 ²²
Antall kjerne-/partnerbedrifter i klyngenettverket	521	552
Antall øvrige bedrifter som deltar i prosjektets aktiviteter	716	852
Antall FoU-/Kunnskapsmiljøer	96	100
Antall offentlige utviklingsaktører	76	124
Antall deltakere i prosjektets styringsgruppe	125	150
Antall bedriftsrepresentanter i styringsgruppen	86	109
Antall kvinner i styringsgruppen	45	58
Prosentandel kvinner i styringsgruppene	37	38
Faste møtesteder, åpne fora og fagnettverk	117	172
Innovasjonsprosjekter iverksatt som et resultat av Arena	142	250
Bedrifter som deltar i disse innovasjonsprosjektene	318	502
Utløste FoU-/innovasjonsmidler fra virkemiddelapparatet	118	158
Prosjekter med sikte på internasjonal forretningsutvikling	53	90
Prosjekter utvikling av utdanning/kompetanseheving	79	129
Medie/presseoppslag	423	252

Kommentarer:

Tallene i tabellen ovenfor viser aggregerte tall fra årsrapportene til igangværende prosjekter i 2011 og 2012. Fordi sammensetningen av programporteføljen endres fra det ene året til det andre, er tallene ikke nødvendigvis direkte sammenlignbare, og de kan derfor i noen tilfeller gi begrenset forklaringskraft.

Antall kjernebedrifter i prosjektene ligger gjennomsnittlig på om lag samme nivå som foregående år når det tas hensyn til at det er en liten økning i prosjekt-tallet. Det samme gjelder øvrige bedriftsdeltakere og antall FoU- og kunnskapsmiljøer. Tilsvarende gjelder for antall deltakere i styringsgruppene, herunder fra bedriftene.

Innovasjonsaktiviteten i Arena-prosjektene har de siste to-tre årene vist en meget gledelig utvikling. Dette gjelder både innovasjonsprosjekter iverksatt som et resultat av Arena og antall bedrifter som deltar i disse prosjektene. Nivået på utløste FoU-/innovasjonsmidler fra virkemiddelapparatet fortsetter å øke. Det samme gjelder prosjekter med sikte på internasjonal forretningsutvikling og prosjekter for utvikling av utdanningstilbud/kompetanse.

Dette viser at Arena-prosjektene nå i betydelig større grad enn tidligere bidrar til å legge til rette for og initiere FoU-, innovasjons- og utviklingsaktiviteter i bedrifter som er tilsluttet klyngene, dvs. at de gir et større reelt bidrag til økt konkurransevne og framtidig verdiskaping i det deltakende næringslivet. De motsvarende positive effektene for medvirkende kunnskapsinstitusjoner antas å ha økt tilsvarende.

²² Rapporteringen gjelder prosjekter som har vært i virksomhet i hele 2012. Noen prosjekter som er kommet inn som nye prosjekter og mottatt finansiering sent i 2012 er utelatt fra statistikken

Kvinneandel

Kvinneandelen i styringsgruppene har gått ytterligere opp fra 37 % til 38 %. Dette tyder på at programmets klart kommuniserte krav om økt deltakelse av kvinner, herunder minst 30 % andel av begge kjønn i prosjektenes styringsgrupper, nå gir stabil og god effekt.

Distriktsprofil

I finansieringen av Arena-prosjektene legges det til grunn at KRDs midler skal gå til prosjekter som er distrikts-forankret, dvs at de deltakende bedriftene gjennomgående skal være lokalisert i svakt utbygde distrikter. I prosjekter som har deltakende bedrifter både i distriktene og mer sentrale områder foretas det en forholdsmessig deling av finansieringen fra henholdsvis KRD- og NHD-midler.

Evalueringer og kundeeffektundersøkelser

En ekstern evaluering av Arena utført i 2011 av Menon/NIFU konkluderer med at

- programmet har lyktes med å realisere hovedmålet, og at målrealiseringen har økt over tid,
- programmet har en høy mobiliserende effekt,
- programmets tjenester fungerer i all hovedsak godt,
- programmet har til dels tungvinte administrative rutiner
- kompetanse hos distriktskontorene er variabel

Evalueringen utgjorde hovedgrunnlaget for utarbeiding av ny programbeskrivelse for Arena. Denne ble vedtatt av eierstyret for NCE og Arena i møte 29. februar 2012. innovasjon Norge har i 2012 arbeidet med å forenkle de administrative rutineene for programmet og styrke klyngekompetansen særlig for de regionale kundeansvarlige. **Programmet videreføres på dette grunnlag i 2013.**

4.1.3 Risikofaktorer/utfordringer

- **Behov for programmet** og dets tjenester: Arena-programmet møter fortsatt sterk interesse i næringsmiljøer landet rundt og i det næringslivet. Det kvalitetsstempel som gis til prosjekter som er med i programmet, gir status og indikerer at prosjektene er gjennomgående er gode og at de leverer resultater som forventet og krevd av deltakende bedrifter.
- Nivået på **antall søknader til programmet** holder seg gjennomgående på et godt og stabilt nivå. Programmets tilbud synes å treffe målgruppen godt. Det tyder på at programmet representerer et relevant svar på markedssvikt for den aktuelle typen miljøer og nettverk.
- Tilgangen på tilstrekkelige **finansielle ressurser** til å gjennomføre programmet representerer en utfordring. Nivået på bevilgninger fra Nærings- og handelsdepartementet og Kommunal- og regionaldepartementet har samlet sett ligget på samme nivå de seinere årene. For å dekke behovet for ekstra midler som en konsekvens av at antall prosjekter i programmet har gått noe opp, var det i 2012 nødvendig å supplere disse midlene med overførte midler fra 2011 for å kunne dekke bevilgningsbehovet.
- Det vil være nødvendig å tilpasse tallet på prosjekter og gjennomsnittlig bevilgningsnivå til de enkelte prosjektene i forhold til realistisk nivå på **disponible rammer for programmet**. Dette må inkludere rom for å forlenge prosjektperioden for de beste prosjektene og ta inn nye lovende

prosjekter basert på de årlige utlysningene i programmet. Programledelsen legger også opp til at det i fortsettelsen bør skje en sterkere differensiering av tilskudd til prosjektene i forhold til gjennomføring/leveringsevne.

- Den **administrative kapasiteten** i programmet er nå i snaueste laget i forhold til antall prosjekter og oppfølgingsbehov. Dette bør reguleres både ved at antall prosjekter tas noe ned og ved at det i større grad kjøpes eksterne tjenester til utføring av visse nøkkeloppgaver, som utvikling av nye tjenester i programmet og prosjektrådgivning.
- Prosjektledernes og styringsgruppenes **gjennomføringskraft** er den meste kritiske suksessfaktoren i programmet. Programledelsen arbeider derfor kontinuerlig med bygge opp erfarings-basert kunnskap, hente impulser fra andre land og miljøer og formidle disse til prosjektene. De siste årene har følgende aktiviteter vært hovedingredienser i dette arbeidet: Oppstartseminar for nye prosjekter, seminar for prosjektstyrene om organisering og ledelse av klyngeprosjekter, faglige seminarer om viktige temaer, strategiske gjennomganger av prosjektene og rådgivning til prosjektlederne av eksterne rådgivere.
- Programmet har et fast etablert system med eksterne **sluttevalueringer** av samtlige prosjekter som går ut av programmet. Disse utgjør en viktig del av grunnlaget for arrangering av et erfaringsseminar for hvert prosjekt. I tillegg gjennomgår programmet som helhet en grundig ekstern evaluering hvert fjerde år. Hovedkonklusjonene fra programevalueringen i 2011 er gjengitt i avsnitt 5 foran.
- **Samarbeidet internt i Innovasjon Norge og mellom de tre eierne** til programmet er også en viktig faktor i gjennomføringen av programmet. Samarbeidet mellom de tre eierne i programledelsen må sies å fungere gjennomgående bra. Samarbeidet med de kundeansvarlige på INs distriktskontorer fungerer også godt, men det fortsatt er et klart forbedringspotensial i forhold til utekontorene. Forskningsrådets regionale kontorer er nå gjennomgående aktivt engasjert i Arena-prosjektene.

4.2 NCE

NCE-programmet er et nasjonalt program som eies av Innovasjon Norge, SIVA og Forskningsrådet. Programmet tilbyr finansiell og faglig støtte til gjennomføring av langsiktige og målrettede utviklingsprosesser i næringsklynger. Støtten fra programmet skal bidra til å redusere hindringer for samarbeid mellom aktørene, akselerere gjennomføringen av viktige utviklingsprosesser og prosjekter, samt koordinere og målrette privat og offentlig innsats for å utvikle klyngen.

NCE-programmet velger ut og tilbyr bistand til de regionale næringsklyngene i Norge som har best forutsetninger for videre vekst, og som har klare ambisjoner om et langsiktig og forpliktende samarbeid.

Programmet har et langsiktig perspektiv (10 år) på sin støtte til disse initiativene, og skal satse på et begrenset antall prosjekter.

Hovedmål for NCE-programmet er at det skal utløse og forsterke samarbeidsbaserte innovasjons- og internasjonaliseringsprosesser som øker verdiskapingen i klyngebedriftene. Dette er konkretisert gjennom følgende delmål.

- Programmet skal skape interesse og engasjement for utvikling av klynger med vekstpotensial.
- Programmet skal utløse klare effekter i form av:
 - bedre fungerende samarbeid og infrastruktur
 - økt tilgang til skreddersydd kompetanse
 - økt innovasjonsevne
 - høyere internasjonaliseringsnivå
 - økt synliggjøring og attraksjon internasjonalt
- Programmet skal bidra med viktig innsikt om samarbeidsbaserte utviklingsprosesser i regionale klynger, med sikte på operative modeller så vel som policylæring.

4.2.1 Ressursbruk

Budsjettpost	Ramme 2012	Innvilget tilsagn per 31.12.2012
NHD 2421.71	30	Kunderettet: 40,5
KRD 552.72	40,9	Kunderettet: 28,0 Gjennomføring og Læringsarena: 5,1
SUM	70,9	76,6

Innovasjonsramme for klynger (ny pilot)

Innovasjonsramme for klynger er en pilot som testes ut i 2012. Det overordnede målet med rammen er å stimulere til økt innovasjon gjennom flere felles innovasjons- og forskningsprosjekter mellom bedrifter i og mellom de etablerte NCE-klyngene. NCE-klyngene ble i desember 2012 invitert til å søke Innovasjonsrammen for klynger. Det ble i 2012 besluttet å bruke 10 mill. kroner til piloten. Midlene vil bli bevilget i 2013 og skal brukes til mobilisering av utviklingsprosjekter og til idé- og prosjektutvikling (konseptualisering). Innovasjonsrammen for klynger skal bidra til at samarbeidsprosjektene kommer i posisjon til å få finansiering gjennom Forskningsrådets og Innovasjon Norges ordinære ordninger eller

fra private investorer.

Alle NCEene søkte på rammen, hvorav seks klynger fikk tilslag:

- NCE Raufoss (3 millioner)
- NCE System Engineering (3 millioner)
- Oslo Cancer Cluster (1 million)
- NCE Maritime (1 million)
- NCE Aquaculture (1 million)
- NCE Subsea (1 million)

Periodisering av kunderettet støtte er noe av årsaken til at det er overforbruk av midlene fra NHD post 71 mens det for midlene fra KRD er underforbruk. Vi forventer at det blir bedre balanse i forbruket av midler fra KRD og NHD i 2013 og 2014, ved at hvert NCE får forholdsmessig prosentuell fordeling (nytt prinsipp) samt at periodiseringen mellom år ivaretas på en bedre måte.

4.2.2 Statistikk

Aggregerte tall fra 2010, 2011 og 2012 inkluderer tall fra alle 12 NCE-prosjektene, og viser således utviklingen for samme portefølje.

Tabell 7. Aggregerte tall fra årsrapportene til igangværende prosjekter i 2010, 2011 og 2012. De absolutte tallene gir gode indikasjoner på så vel deltagelse/involvering, aktiviteter og resultater.

Kvantitative indikatorer			
	2010	2011	2012
Deltakere:			
Kjerne-/partnerbedrifter	546	587	664
Øvrige bedriftsdeltakere	398	528	463
FoU-/kunnskapsmiljø	103	113	149
Øvrige utviklingspartnere	231	213	236
Antall deltakere i styringsgruppene/styrene	113	115	114
Kvinneandel i styringsgruppene/styrene	26 %	30 %	28 %
Antall deltakere i ledelsesposisjoner	230	183	176
Kvinneandel i ledelsesposisjoner	34 %	40 %	40 %
Faste møtesteder, åpne fora og fagnettverk	217	240	333
Deltakere på møtesteder, åpne fora og fagnettverk	7792	7977	9692
Utenlandske deltakere	125	106	132
Aktiviteter og resultater			
Iverksatte innovasjonsprosjekter totalt	187	220	298
- herav i samarbeid med FoU-miljøer	121	154	190
- herav i samarbeid med internasjonale partnere	54	62	71
- felles søknader om støtte midler	107	137	157
- utløste FoU-/innovasjonsmidler fra virkemiddelapparatet (mill kr)	250	265	280
- utløste midler fra EU (mill kr)	74	13	73
Prosjekter med sikte på internasjonal forretningsutvikling	91	126	111
Prosjekter med sikte på utvikling av utdanning/kompetanseheving	160	193	179
Profileringsaktiviteter:			
Medie/presseoppslag	1264	1245	1600

Totalt har NCE`ene 1 512 partnere/medlemmer i 2012, dette er en økning fra 1441 i 2011.

Antall engasjerte bedrifter, kunnskaps- og FoU-aktører samt aktivitetsnivået anses totalt sett som høyt. Dette er en indikasjon på at NCE-prosjektene er relevante og at det gir nytteverdi å delta.

NCE prosjektene initierete 298 innovasjonsprosjekter (en økning fra 220 i 2011). Videre rapporterer også flere av klyngene at andelen større innovasjonsprosjekter er økende. Utløste FoU midler (280 mill.

kroner) har også totalt sett en økning fra 2011 (265). En observasjon er at det er en relativ stor intern variasjon mellom NCE-ene.

Prosjektene har en høy profileringsaktivitet med 1600 medie/presseoppslag i 2012, hvilket er en betydelig økning fra 2011 (1245). Omfanget av medie/presseoppslagene illustrerer at aktiviteter og prosjekter i NCE-klyngene har stor samfunnsmessig aktualitet.

Kompetansegapet mellom næringslivets behov og tilfang av relevant kompetanse har stor samfunnsmessig fokus. Klyngene har en aktiv rolle i å bidra til å redusere dette gapet. I 2012 ble det igangsatt/gjennomført 179 prosjekter med fokus på kompetanseheving og utdanningstilbud (2011:193). Kompetanseheving er fortsatt et høyt prioritert område i klyngene. Prosjektene er blitt mer strategisk og større, hvilket betyr at aktiviteten i sum er minst like høy selv om antall prosjekter har gått noe ned. De regionale høgskolene og universitetene er særdeles viktige partnere i dette arbeidet.

NCE-prosjektene er ett viktig bidrag for å løfte bedriftenes kompetanse og fokus på internasjonalisering. I 2012 ble det igangsatt/gjennomført 111 internasjonaliserings-prosjekter (2011:126).

Å initiere innovasjons-, internasjonaliserings-, og kompetanseutviklingsprosjekter er et sentralt formål med klyngeprosjektene og tallene gir en indikasjon på at klyngene synes totalt sett å lykkes på dette området.

Viktige utviklingstrekk

Tidligere har nye partnerskap internasjonalt og nye markeder vært hovedfokus i internasjonaliseringsarbeidet. Et viktig utviklingstrekk er at flere av klyngene vektlegger arbeidet med å tiltrekke/beholde de internasjonale bedriftene i Norge. Dette for å bidra til at høyteknologisk og kompetansekrevende verdiskaping gjennomføres i Norge.

Et annet utviklingstrekk i klyngene er engasjement og aktivitet for å etablere fysisk infrastruktur for testing og demonstrasjon i klyngen. Dette anses som viktig for å tiltrekke seg og beholde de innovative næringsmiljøene i Norge.

Kvinneandel

Kvinneandelen i ledende posisjoner i klyngene er på 40% og kvinneandelen i styrene er 38%. Dette tyder på at programmets klart kommuniserte krav om økt deltakelse av kvinner, herunder minst 30 % andel av begge kjønn i prosjektenes styringsgrupper og ledelse, nå gir stabil og god effekt. Videre er det en rekke igangsatte kvinnenettverk i klyngene, og klyngene gjennomfører fellesinitiativ og samlinger seg i mellom.

Distriktsprofil

I finansieringen av NCE-prosjektene legges det til grunn at KRDs midler skal gå til prosjekter som er distriktsforankret, dvs. at de deltakende bedriftene gjennomgående skal være lokalisert i svakt utbygde distrikter. I prosjekter som har deltakende bedrifter både i distriktene og mer sentrale områder foretas det en forholdsmessig deling av finansieringen fra henholdsvis KRD- og NHD-midler.

4.2.3 Evalueringer og kundeeffektundersøkelser

Høsten 2012 ble de seks første NCE-prosjektene er blitt evaluert med sikte på fornyelse til en 3. kontraktsperiode. Evalueringen ble gjennomført av Menon/Damvad. Eierstyrets vurdering, og Styret i Innovasjon Norges beslutning, ble at NCE Subsea, NCE Raufoss, NCE Maritime, NCE Systems Engineering, og NCE Instrumentation får kontrakt for 3. periode.

Evalueringen av NCE Micro- and Nanotechnology viste at klyngen ikke har utviklet seg tilfredsstillende når det gjelder styrking av nettverkssamarbeid og relasjonsbygging. På områder som kompetansemobilisering, igangsatte FoUI prosjekter og oppbygging av teknisk infrastruktur har klyngen oppnådd sine forhåndsdefinerte mål.

Beslutningen ble at NCE Micro- and Nanotechnology må lykkes i å bygge opp tilstrekkelig bedriftsforankring, og vil få ny vurdering om videreføring sommeren 2013.

4.2.4 Risikofaktorer/utfordringer

NCE-prosjektene initierer et høyt antall addisjonelle innovasjonsprosjekter. Med addisjonell, menes samarbeidsprosjekter som ikke ville blitt iverksatt uten at klyngen tilrettela eller utfordret bedriftene. Samtidig melder et økende antall NCE-prosjekter at det er tungvint og vanskelig å få delfinansiert samarbeidsprosjektene, særlig i en konseptualiseringsfase. Når bedriftene investerer i medarbeideres tid og bedriftens kapital i samarbeidsprosjekter, er det en forventning om at virkemiddelapparatet bidrar til risikodeling. For 2013 iverksettes et innovasjonsprogram for NCEene, som pilot. Dette programmet iverksettes for å møte behov for risikoavlastning til samarbeidsprosjekter i ide- og konseptualiseringsfasen, samt generere erfaringsbasert kunnskap om innovasjonspotensialet i klyngene.

Videre rapporterer klyngene om sin rolle og betydning for å forsterke vertskapsattraktiviteten til internasjonalt orienterte bedrifter i klyngene. De ledende bedriftene rapporter tilbake at regional kompetanse mobilisering, tilgang til teknisk infrastruktur som test/demo fasiliteter, felles teknologiplattform og felles FoUI prosjekter bidrar til at bedriftene investerer videre i Norge.

NCE klyngene har fått en rolle som premiss leverandør for ledende næringsmiljøer i Norge. Dette er positivt ved at virkemiddelapparatet og det offentlige har lett tilgjengelig krevende kundegrupper. Vi ser også at disse miljøene går foran i mange sammenhenger og utfordrer oss på hvordan fremtidens klyngesatsing bør innrettes. Et eksempel på dette er forventninger om en klyngesatsing som i enda sterkere grad adresserer de globale utfordringer og muligheter.

Klyngene melder at det er avgjørende at virkemiddelapparatet og myndighetssiden evner å forstå og justere sine innsatsfaktorer slik at global konkurranseevne forsterkes.

4.3 Bedriftsnettverk

Bedriftsnettverkstjenesten skal imøtekomme behovet som små og mellomstore bedrifter har for å etablere kommersielt strategisk samarbeid med andre bedrifter. Det skal stimulere til utvikling av forpliktende samarbeid gjennom konkrete forretningsmessige prosjekter. Tjenesten omfatter fasene; forstudie, forprosjekt og hovedprosjekt. Etablering og iverksetting av bedriftsnettverk skal bidra til å utløse konkret innovasjons- og verdiskapingspotensial basert på samarbeid mellom bedriftene. Der det er relevant og viktig for bedriftene, kan også FoU-aktører og offentlige aktører trekkes inn i samarbeidet.

Det fokuseres på internasjonalt engasjement og vekstpotensial i utenlandske markeder. Det kan også innbefatte samarbeid med utenlandske kunnskaps- og teknologimiljøer. Tjenesten omfatter finansiell støtte (tilskudd) og faglig støtte til prosjekter i hele landet og er primært rettet mot Innovasjon Norges prioriterte sektorer nasjonalt og regionalt.

Hovedmålet for tjenesten er å oppnå økt konkurransekraft og innovasjonsevne i bedrifter gjennom samarbeid i kommersielle og strategisk baserte bedriftsnettverk.

Delmål:

- Legge grunnlag for langsiktig strategisk kommersielt samarbeid gjennom å *forbedre evnen til samarbeid* mellom nettverksbedriftene
- Realisere økt verdiskaping i hver enkelt nettverksbedrift

4.3.1 Ressursbruk

Ramme 2012	Innvilget tilsagn per 31.12.2012
NHD 2421.71	8,3 mill. kroner
KRD 551.72	12,6 mill. kroner
Totalt	21,0 mill. kroner

- NHD: Disponibel ramme i 2012 var 8,5 mill. kroner og ble tilnærmet fullt utnyttet.
- KRD: Disponibel ramme i 2012 var på 11,5 mill. kroner og ble fullt utnyttet (overforbruk på 1,1 mill. kroner dekkes av overførte annullerte midler på budsjettpost 72).
- Tjenestens gjennomføringskostnader var i 2012 budsjettet til 1,7 mill. kroner fordelt med 0,7 mill. kroner fra NHD-midlene og 1 mill. kroner fra KRD-midlene. Forbruket i 2012 var ca. 1,2 mill. kroner. Gjenstående midler ca. 0,5 mill. overføres til 2013. Underforbruket skyldes blant annet at det er ført lavere timeforbruk på bedriftsnettverk enn aktivitetsnivået tilsier. Gjennomføringskostnader i 2011 var ca. 1,2 mill. kroner.

4.3.2 Statistikk

Nøkkeltall

Prosjekt/prosjektfaser	2010	2011	2012
Forstudier	16	5	21
Forprosjekter	21	18	17
Hovedprosjekter	14	24	25
Totalt	51	47	63

Antall støttede forprosjekter og hovedprosjekter i 2012 har vært på nivå med 2011. Støttede hovedprosjekter omfatter både eksisterende og nye prosjekter. Noen få igangværende prosjekter har ikke hatt behov for nye bevilgninger i 2012. Det er igangsatt et betydelig antall forstudier og forprosjekter i 2012 for å sikre rekruttering av nye hovedprosjekter fremover.

Prosjektene har bransje/sektormessig tyngde innen olje og gass, reiseliv, maritim, helse og energi og miljø. Dette har også vært mønsteret i 2011 og 2010, bortsett helse hvor det, som følge av proaktivt arbeid, har vært en økning i antall prosjektinitiativ. Innovasjon Norge har også program/ordninger med egne nettverkstilbud innen marin sektor, landbruk og reiseliv.

De støttede prosjektene i 2012 har et geografisk tyngdepunkt i Finnmark (14), Oslo og Akershus (8), Sogn og Fjordane (6), Troms (4), Vest-Agder (4), Oppland (4) og Hedmark (4). Dette er omtrent det samme mønsteret som i 2011. De andre fylkene har fra 1-3 prosjekter. Kun ett fylke har ikke hatt bedriftsnettverksprosjekter de to siste årene. Den geografiske fordelingen må betegnes som ujevn og henger blant annet sammen med ulik prioritering av tjenesten på distriktskontorene.

Ved inngangen til 2013 består porteføljen av 29 hovedprosjekter. 12 er lokalisert i sentrale område og 17 i distriktsområder. Ved inngangen til 2012 besto porteføljen av 23 hovedprosjekter. I løpet av 2012 har 5 prosjekter gått ut som følge av endt prosjektperiode eller at prosjektet ikke har utviklet seg som forventet. 11 nye prosjekter har kommet til i løpet av året.

Kvinneandel

I 2012 gikk 5,5 mill. kroner (26,2 %) av totalt bevilget 21 mill. kroner til prosjekter registrert som kvinnerettet. Dette er en økning fra 2011 hvor 23,7 % av totalt 17,9 mill. kroner gikk prosjekter som var registrert som kvinnerettet.

Internasjonalt rettet

I 2012 gikk 16,7 mill. kroner (79,5 %) av totalt bevilget 21 mill. kroner til prosjekter registrert som internasjonalt rettet. Dette er en liten nedgang fra 2011 hvor 85,4% av totalt 17,9 mill. kroner gikk til prosjekter registrert som internasjonalt rettet.

Distriktsprofil

Det ble i 2012 gitt tilsagn om 12,6 mill. kroner fra KRD post 72 til bedriftsnettverksprosjekter hvor bedriftsdeltakere er lokalisert i distriktsområder (Tabell 2).

Fylke	Område I ²³	Område III	Område IV	Uspesifisert	Totalt
Hedmark		0,1	0,1		0,2
Oppland			0,8		0,8
Telemark		0,7			0,7
Vest-Agder	0,3				0,3
Rogaland				0,6	0,6
Sogn og Fjordane		2,4			2,4
Møre og Romsdal		1,1			1,1
Sør-Trøndelag	0,1				0,1
Nord-Trøndelag			0,4	0,3	0,7
Nordland			0,9		0,9
Troms		0,2	0,1	0,4	0,7
Finnmark			2,4	0,1	2,5
Flere fylker				1,8	1,8
Totalt	0,4	4,5	4,7	3,1	12,6

Tabell 8. Fordeling midler fra KRD 552.72 på fylke og distriktspolitiske virkeområder. Alle tall er i mill. kroner.

Det er totalt åtte bevilgninger som er registrert som uspesifisert. Én bevilgning på 1 mill. kroner gjelder bevilgning til delvis dekning av Innovasjon Norges totale administrasjons/gjennomføringskostnader på 1,7 mill. kroner i 2012 for bedriftsnettverkstjenesten.

I fem av de øvrige syv bevilgningene (1,7 mill. kroner) er søker lokalisert i område III eller IV og skulle vært registrert som bevilgninger til disse områdene. Prosjektene har bedriftsdeltakere lokalisert i flere ulike kommuner.

I de resterende 2 bevilgninger (ca. 0,4 mill. kroner) er søker lokalisert i område I, mens en eller flere bedriftsdeltakere er lokalisert i andre kommuner innenfor område III eller IV.

4.3.3 Evalueringer og kundeeffektundersøkelser

Bedriftsnettverkstjenesten ikke av kundeeffektundersøkelsen. Det er så langt ikke gjennomført eksterne evalueringer av bedriftsnettverkstjenesten, utover en førevaluering høsten 2009.

4.3.4 Risikofaktorer/utfordringer

En viktig suksessfaktor er å ha god tilgang til prosjekter med stort verdiskapingspotensial og bedrifter med gode forutsetninger for å realisere det. Det er en stor utfordring å velge ut de beste prosjektene og samtidig ha en bred bransjemessig og geografisk fordeling.

Behovet i næringslivet for finansiell og faglig støtte til utvikling av strategisk samarbeid med andre bedrifter, vurderes som stort. Mange bedrifter står overfor utfordringer knyttet til; relativt høyt norsk kostnadsnivå, todeling av norsk økonomi med økende dominans av oljerelatert virksomhet, knapphet på kvalifisert arbeidskraft, sterk kronekurs og krevende markeder i utlandet.

²³ Tilsagn til område I skyldes at søker er lokalisert i område I mens en eller flere bedriftsdeltagere er lokalisert i distriktsområder.

Dette utfordrer norske bedrifters omstillings- og innovasjonsevne. Strategiske og markedsrettede bedriftsnettverk vil kunne være aktuell strategi for bedrifter for å omstille og innrette seg mot nye markedsmuligheter og realisere vekstambisjoner. Bedriftsnettverk er et enkelt, fleksibelt og effektivt konsept/tilbud til bedriftene som er lett å forstå og gjøre seg nytte av.

Ut ifra behov og interesse i næringslivet er det behov for økte rammer til bedriftsnettverk. Økte rammer vil imidlertid forutsette intern oppgradering av kapasitet og kompetanse innen bedriftsnettverk ved våre kontorer hjemme og ute slik at midlene blir anvendt på god måte. Utekontorene har en viktig rolle da de fleste bedriftsnettverk er internasjonalt rettet. Økte rammer uten oppgradering som nevnt over, vil ikke være hensiktsmessig.

Bedriftsnettverksprosjekter krever relativt stor innsats og oppfølging fra distriktskontorene, særlig i tidlig fase. De fleste distriktskontorene har i dag for få bedriftsnettverksprosjekter å jobbe med slik at vi ikke får bygget opp tilstrekkelig spesialisert kompetanse og effektivitet. På det nivået vi arbeider med bedriftsnettverk i dag, vurderes omfanget å ligge noe under kritisk masse. Dette er både en utfordring og en mulighet. Rammer og ambisjonsnivå for 2013 ligger på nivå med 2012.

4.4 Designrådgiving

Innovasjon Norge tilbyr små og mellomstore bedrifter i hele landet rådgivning i markedsorientering, strategisk posisjonering, merkevarebygging og bruk av design som strategisk virkemiddel i bedriftenes forretningsutvikling.

Rådgivingen innebærer å kartlegge bedriftens utfordringer og muligheter i markedet, initiere eventuelle forprosjekter, identifisere designbehov, utarbeide designbrief (oppgavebeskrivelse) samt finne frem til egnet profesjonell designkompetanse til det aktuelle prosjektet.

Tjenesten har også en egen finansieringsordning (Isbryterordningen) som gjelder for bedrifter i sentrale strøk.

Formål/målsetning med tjenesten

Det er et mål å få flere norske bedrifter til å bruke profesjonelle designere i sin merkevarebygging og produkt-/tjenesteutvikling. Videre skal vi bidra til at flere bedrifter implementerer design på en bevisst og helhetlig måte i sin forretningsstrategi, og dermed øke deres verdiskaping og innovasjonsevne.

Undersøkelser som er gjort av andre land, bl.a. UK i perioden 2004-2005, viser at 4-5 ganger så mange av bedriftene som bevisst bruker design og kjøper profesjonelle designtjenester, har fått økt sin konkurransekraft og lønnsomhet sammenlignet med totalbildet i engelsk næringsliv (British Design Council (2004-2005): "Design in Britain").

4.4.1 Ressursbruk

I 2012 hadde vi totalt 10 designrådgivere på våre distriktskontorer som til sammen dekket 18 fylker. Stillingene er finansiert av NHD post 71 og KRD post 72.

Ved utgangen av 2012 mangler vi fortsatt en designrådgiver i Troms og Nordland.

I Nordland benyttes rådgivningstjenesten fra Norsk Designråd for å dekke kundebehov i dette fylket.

I Troms har en kunderådgiver inntil videre tatt ansvaret for tjenesten.

Rådgivernes markedsstrategiske tilnærming, designfaglige kompetanse og arbeidsmetoder er en forsterkning i flere bedriftsprosjekter på kontorene. Samtidig bidrar de til økt kunnskap om design blant kollegaer.

(beløp i mill. kroner)

Budsjettpost	Ramme 2012	Forbruk 2012
NHD 2421.71	3,0	2,7
KRD 552.72	9,8	7,2
Totalt	12,8	9,9

Rammen på 3 mill. kroner fra NHD er Isbryterordningen (tilskudd til designprosjekter i sentrale strøk).

4.4.2 Statistikk

Rådgivningsoppdrag

I 2012 ble det igangsatt 200 nye rådgivningsoppdrag som fordelte seg slik på følgende prosjekter/aktiviteter:

- 28 bedrifter fikk gjennomført et forprosjekt
- 79 bedrifter fikk igangsatt og/eller gjennomført et designprosjekt
- 93 bedrifter fikk gjennomført en workshop i markedsorientering/forretningsmodell

Sammenlignet med fjoråret har antall rådgivningsoppdrag økt fra totalt 118 i 2011 til 200 i 2012. Dette skyldes at innholdet i rådgivningstjenesten har endret seg over tid, spesielt det siste året.

Hvis en bedrift skal bruke design som strategisk virkemiddel i sin forretningsutvikling, må den ha god kunnskap om markedet og en forretningsmodell som er tilpasset dette markedet. Innovasjon Norge ser et stort behov blant kundene våre for økt kunnskap på disse områdene. I praksis betyr dette at de fleste designrådgiverne i dag bruker mer tid på rådgivning i markedsorientering og forretningsmodellering før designprosjektene igangsettes. Blant annet gjennomføres det workshops hvor den enkelte bedrifts forretningsmodell gjennomgås med spesielt fokus på kundesegmenter og kundebehov. Resultatet er at bedriftene blir mer bevisste sine markedsmessige muligheter og ønsket markedsposisjon, noe som igjen sikrer et bedre beslutningsgrunnlag og økt positiv effekt av de designprosjektene som gjennomføres.

Ovennevnte workshops blir nå registrert som egne rådgivningsoppdrag innen tjenesten.

Foredragsvirksomhet

For å oppnå målsetningen med tjenesten deltar designrådgiverne også på en rekke arrangementer hvor vi holder foredrag for å øke kunnskapen om strategisk bruk av design. Totalt har rådgiverne i 2012 holdt nærmere 40 foredrag i hele landet, som er på samme nivå som året før.

I tillegg er faglige frokostmøter og/eller kurs i markedsorientering og design som virkemiddel, gjennomført i de fleste fylker.

Sommerdesignkontor

Sommerdesignkontor 2012 ble gjennomført med til sammen 18 bedrifter i Alta i Finnmark, Larvik i Vestfold samt Oslo. Dette var en fortsettelse av samarbeidet mellom Bedriftsforbundet, NTNU og Innovasjon Norge, som startet i 2006. Siden da har totalt 95 industridesignstudenter fra hhv. NTNU Institutt for produktdesign, Arkitektur og designhøgskolen i Oslo AHO og Høgskolen i Oslo og Akershus jobbet for 136 bedrifter.

Sommerdesignkontor har nå besøkt samtlige fylker i landet og vil ikke bli videreført i 2013. Formålet har vært å gi bedrifter en "lavterskel" introduksjon for å ta i bruk design(ere) i sin produktutvikling. Evalueringene fra hvert år viser at bedriftene har vært svært tilfredse med studentene som har bistått med konseptutvikling og idéskisser.

Noen bedrifter har lyktes med å ta konseptene videre til kommersielle produkter, enten på egen hånd eller ved hjelp av Innovasjon Norges designrådgivere. Å tallfeste dette er imidlertid vanskelig.

FRAM Innovasjon

I 2012 ble det utviklet en ny kompetansetjeneste for vekstbedrifter; FRAM Innovasjon. Her er tjenestedesign integrert som metode for tjenesteinnovasjon.

Designmodulen er godt innarbeidet i de to øvrige variantene av FRAM - FRAM Marked og FRAM Strategisk ledelse. Nye designcases utvikles fortløpende og skreddersys til de bedriftene som deltar på samlingene i FRAM.

FRAM er blitt en viktig arena som bidrar til mobilisering av flere designbrukere i hele landet.

Kvinneandel

Evalueringen av Designprogrammet som ble gjennomført i 2010 for perioden 2005-2009, viser at det i hovedsak er eier eller daglig leder som er ansvarlig for designprosjektet i bedriften. 35 prosent av disse er kvinner.

Innvilget tilsagn på målgrupper i sentrale strøk

Vi ser en vridning mot at stadig flere gründere tar i bruk design i sin forretningsutvikling. I 2012 fordelte midlene fra Isbryterordningen seg med 48% på gründere og 52% på vekstbedrifter. Dette ser vi på som en positiv utvikling fordi bruk av design skaper konkurransefortrinn gjennom økt markedsorientering, noe som bidrar til at flere gründere i større grad lykkes.

Distriktsprofil

I rammen fra KRD post 72 er 7,2 mill. kroner brukt til finansiering av tjenesten for bedrifter i distrikt. Beløpet fordeler seg slik på følgende fylker (beløp i mill. kroner):

- Buskerud/Vestfold/Telemark 0,65
- Hedmark/Oppland 0,65
- Aust-Agder/Vest-Agder 0,65
- Hordaland 0,65
- Nord- og Sør-Trøndelag 0,65
- Møre & Romsdal 0,65
- Nordland 0,7
- Sogn & Fjordane 1,3
- Troms og Finnmark 1,3

I og med at noen av disse fylkene også regnes som sentrale strøk, skjer øvrig finansiering av tjenesten fra NHD post 71.

4.4.3 Risikofaktorer/utfordringer

Strategisk bruk av design i forretningsutviklingen representerer fortsatt et stort, uutnyttet potensiale blant bedrifter i hele landet. Mange trenger imidlertid mer bevisstgjøring rundt sin egen markedsorientering, markedsposisjon og forretningsmodell før de igangsetter designprosjekter. En innledende analytisk prosess er derfor viktig for å rigge til riktige prosjekter i etterkant. Dette vil bidra til at bedriftene blir mer bevisste kjøpere av designtjenester, og får mer igjen for sine investeringer.

I en slik prosess samarbeider designrådgiverne med kundeansvarlige og ofte også med andre ressurspersoner i Innovasjon Norge. Samhandling internt tilfører ytterligere merverdi i kundedialogen, og vil ofte føre til bruk av flere av våre tjenester. Utfordringen fremover er at vi må opprettholde tilstrekkelig kapasitet og tilgjengelig designfaglig kompetanse på distriktskontorene for å kunne imøtekomme ovennevnte kundebehov.

4.5 Høyvekstprogrammet

Høyvekstprogrammet har hatt følgende rammer for 2012:

NHD (2472.71): 14,4 mill. kroner, hvorav 12,7 mill. er gjennomføringskostnader, og 1,7 mill. kroner er prosjektmidler (tilskudd).

KRD post 72: 6,9 mill. kroner, hvorav 4,8 mill. er gjennomføringskostnader og 2,1 mill. kroner er prosjektmidler (tilskudd).

Høyvekstprogrammet leverer to hovedaktiviteter. Internasjonale kompetansetilbud og finansiering av timer til oppfølging av Key Account kunder. Gjennomføringsmidlene finansierer begge typer aktiviteter (se under), mens tilskuddsmidlene kun er brukt på internasjonale kompetansetilbud.

Internasjonale kompetansetilbud

Internasjonale kompetansetilbud inneholder utvikling og gjennomførings av fire typer treningsopplegg for start-up bedrifter med internasjonalt vekst- potensial. Formålet med tjenesten er å få frem flere Globale Gründere i Norge – iht. Innovasjon Norges mål og strategi:

1. **GET** (Global Entrepreneurship Training) – Boston 1 gang pr. år, første gang i 2010,
2. **TINC** (TechIncubator) – Silicon Valley, oppstart i 2012, avholdt 2 gang, planlagt 3 pr. år fremover.
3. **Regionale pitch-treningsworkshops** med coach fra Silicon Valley, som avholdes i Norge, med ekstra fokus på å få med gründere fra regionalpolitisk virkeområde III og IV. Oppstart i 2012 og avholdt 1 gang i Tromsø; planlagt 10-12 ganger i 2013.
4. Utvikling av et internasjonalt **Business Bootcamp**-tilbud med “business skills” trening for gründere, som skal avholdes 6-8 steder i Norge i 2013. Også her vektlegges å få med gründere fra regionalpolitisk virkeområde III og IV. Opplegget har forankring i et pedagogisk treningsopplegg fra Kauffman Foundation, som er ledende miljø for entreprenørskapskompetanse. Kaufmann er for øvrig også er basis for TINC.

I Innovasjon Norges tjenesteportefølje er disse fire typene samlet under fellesnavnet GET (Global Entrepreneurship Training), og er omtalt under denne tjenesten i Årsrapporten (se Global Entrepreneurship Training (inkl. også TINC) side 55).

Alle fire typene har basis i kompetanse og erfaring fra entreprenørskapsmiljøer i USA (Silicon Valley og Boston) – hvilket selvsagt ikke er tilfeldig, ettersom disse er blant de to fremste miljøene i verden på nettopp “global entrepreneurship”. Målet med våre tilbud er imidlertid ikke bare “go to US”, og våre deltakere har også mange andre internasjonale markeder de ønsker å utforske. “Entrepreneurial skills” og “business skills” som de tilegner seg på våre opplegg kommer til nytte uansett hvor i verden start-up-bedriftene ønsker å satse.

Leveransemodell for “Key Account” bedrifter (tidl. kalt “Høyvekstbedrifter”)

IN har fra 2012 innført en ny leveransemodell og arbeidsform for å tilby SMB-bedrifter og start-ups med internasjonalt vekstpotensial et helhetlig og skreddersydd tilbud Bedrifter i denne kategorien, som

opplever at IN kan være en interessant partner i deres vekstløp, kan få status som såkalt Key Account og tilbys da et IN team med rådgiver både fra DK og UK.

Denne arbeidsformen er utviklet i regi av Høyvekstprogrammet og testet ut over to år med deltakerne på GET, med gode tilbakemeldinger. "Key Account"-betegnelsen erstatter f.o.m. 2012 den tidligere benevnelsen "Høyvekstbedrift".

Mesteparten av gjennomføringskostnadene på Høyvekstprogrammet i 2012 har vært brukt til å dekke såkalte "key account-timer", hvor bedriftens kundeansvarlig på DK, i kundeteam sammen med en relevant business-rådgiver på UK, har rollen som bedriftens sparringspartner og rådgiver. Kundeteamet koordinerer også – i samspill med kunden - hvordan INs tjenesteleveranser best kan bistå key account-bedriften med å oppnå vekst og internasjonalisering. Det var budsjettert med 100 "key account-timer" i snitt pr. bedrift, for 134 key Account-bedrifter i løpet av 2012

Rammen for 2012 på 12,7 mill. (NHD 2421.71) er brukt fullt ut og måltallet på 134 Key Account-bedrifter i 2012 ble så å si nådd, med 131 bedrifter.

4.6 Global Entrepreneurship Training (inkl. også TINC)

Global Entrepreneurship Training (GET) er en mini-MBA som gjør "teknologigründere om til businessgründere" og hensikten er at flere oppstartsbedrifter med internasjonalt vekstpotensial skal lykkes med vekst og verdiskaping. Kjernen er et 5 dagers opphold i Boston på Babson College utenfor Boston som er en av verdens ledende institusjoner på Executive Entrepreneurship training.

GET er en internasjonal kompetansetjeneste som bidrar til at Innovasjon Norge oppnår delmålet om å bidra til flere globale gründere. De aller fleste deltakerne er daglig leder og gründer (CEO/Founders) i oppstartsbedrifter med høyt potensial for vekst og internasjonalisering. Tjenesten leveres av Innovasjon Norges hovedkontor (avd. Entreprenørskap og Internasjonal Forretningsutvikling), men det er et nært samspill med distriktskontorene ift. markedsføring og posisjonering overfører potensielle deltakerbedrifter, og til Boston-kontoret ifb. med innhold. 25-30 bedrifter deltar pr. kull og det kjøres pr. i dag ett kull pr. år.

På Babson College får deltakerne business skills og lærer om internasjonal forretningsutvikling og vekst i oppstartsselskaper av topp lærekrefter som selv har kommersialisert og utviklet bedrifter med stor internasjonal suksess. Deretter tilbys et markedsbesøk (Market Visit) til bedriftens mest relevante internasjonale marked, med et besøksprogram tilrettelagt av Innovasjon Norges utekontorer her. Utekontoret benyttes som "base" for bedriftens internasjonalt markedsarbeid og en marked- og business rådgiver fra dette kontoret kobles på som sparringspartner og støttespiller. De fleste av deltakerbedriftene er eller får status key Account-bedrifter og får dermed tilgang til et kundeteam av Innovasjon Norge-rådgivere ute og hjemme, som bidrar med kompetanse og nettverk og er sparringspartnere i bedriftens videre utvikling og vekst.

GET har etter hvert også blitt en samlebetegnelse for aktiviteter og tiltak som bidrar til bygge internasjonal forretningsutviklingskompetanse og "business skills" hos oppstartsbedrifter med internasjonalt vekstpotensial. Dette inkluderer Tech Incubator Program (TINC) som er utviklet i 2012 av IN San Francisco /Silicon Valley i samspill med tjenesteansvaret for GET. Videre inkluderer det også en serie 1-2 dagers workshop som kan betegnes som en "light"-versjon av GET og TINC, som holdes regionalt rundt omkring i landet.

TINC (TechIncubator) er et fire-ukers "on-the-job"-forretningsutviklingsprogram i Silicon Valley. Programmet har som formål å gi tidlig-fase teknologi startups nødvendig kunnskap og erfaring for å oppnå høyere vekst, raskere. Målet er at selskapene skal få validert produkt og forretningsmodell, samt forberedes for internasjonal business. Bedriftene arbeider 4 uker i en inkubator i San Francisco/Silicon Valley og følges tett opp av erfarne coacher og bedriftsrådgivere som selv er suksessfulle serie gründere og som er tilknyttet Innovasjon Norges kontor i Silicon Valley (Innovation House). Selskapene ender opp med en "Roadmap to Internationalization" og følges opp tett i etterkant.

Light-versjonen av GET/TINC : 1-2dagers workshops med pitchtrening ble utviklet i 2012 og gjennomført for første gang i Tromsø i okt. 2012, med svært positive tilbakemeldinger. Dette tilbudet er til oppstartsbedrifter fra hele landet som har potensiale og ambisjoner om vekst i internasjonale markeder, men som ikke har kommet langt nok til at deltakelse på GET eller TINC oppleves som aktuelt. Målet er å gjøre lovende oppstartsbedrifter med internasjonalt vekstpotensial til vinnere i det globale markedet. Deltakeren blir gitt en god forståelse for kritiske suksessfaktorer for en vellykket internasjonal kommersialisering, og viktig kunnskap og verktøy for å oppnå dette. Den første samling brakte Silicon Valley coach Nathan Gold til Tromsø for pitchtrening med over 60 deltakere. Konseptet videreutvikles i 2013 og vil bli tilbudt en rekke steder.

Konseptet videreutvikles i 2013 – under navnet Business Bootcamps - og vil bli tilbudt en rekke steder i hele landet.

4.6.1 Formål/målsetning med tjenesten

Utvikling av tjenesten bygger på kunnskapsgrunnlag om entreprenørskap og internasjonalisering. Forskning viser at nye norske bedrifter sliter med å vokse og har lave vekstambisjoner (Global Entrepreneurship Monitor, 2010; Menon, 2010). Gründerkompetanse og forretningsegenskaper for et sterkere lederteam i unge bedrifter er avgjørende for å realisere vekstpotensial og generere nødvendig kapital (Nordic Innovation, 2012). En studie gjennomført av NIFU/NTNU (2011) viser at fokus på internasjonalisering så tidlig som mulig i oppstartsfasen er viktig for å lykkes med internasjonal vekst.

Målet med GET, TINC og Business Bootcamps er nettopp å bidra til tidlig internasjonalisering gjennom utvikling av relevant kompetanse og nettverksbygging.

4.6.2 Ressursbruk

Alle undervisningskostnader for bedriftene, både i Boston og i Norge (kickoff- samling i forkant og et årlig alumni-samling i etterkant), dekkes av offentlige midler. Det samme gjelder felles transport- og møtekostnader i Boston, samt møtekostnader for samlingene i Norge. Dette beløper seg til ca. 0,5 mill. kroner pr. år (dvs. pr. kull). For 2012 ble begge disse kostnadstypene lavere enn budsjett, fordi vi endret noe av undervisningsopplegget. De offentlige midlene er bevilget fra NHD kap.2421.71 (70%) og KRD 0552.72(30 %). I tillegg kommer interne timer til utvikling og gjennomføring av tjenesten.

Deltakernes oppholdskostnader dekkes i sin helhet gjennom en deltakeravgift (egenandel på NOK 17.000 pr. deltaker i 2012). I tillegg betaler deltakeren selv alle reisekostnader. GET finansieres av Høyvekstprogramets ramme, se omtale av dette på side 53.

For TINC dekkes også alle undervisningskostnader og felleskostnader for bedriftene, både i Silicon Valley og på kickoff i Norge, av NHD 2421.71 og KRD 0552.72 (hhv. 65% og 35%). Deltakerne betaler en egenandel som dekker oppholdskostnadene i Silicon Valley, i tillegg dekker alle deltakere alle sine reisekostnader.

4.6.3 Statistikk

På de tre årene GET er arrangert har det vært til sammen 62 deltakere fra 58 bedrifter. I 2012 deltok 19 bedriftsledere, som er noe lavere enn i 2011(25) men på høyde med 2010 (18). Nedgangen skyldes primært at flere trakk seg rett før oppstart og det var for kort tid for andre interesserte å steppe inn. Dette er skjerpet inn for 2013, med bindende avtaler og avmeldingsfrist. Dessuten var det flere aktuelle bedrifter som ble anbefalt å vente til de var kommet noe lengre i utviklingen av bedriften. Ideelt antall deltakere bedriftsdeltakere ift. gruppedynamikk og case-basert undervisning er rundt 25, og antall deltakere for GET 2013 (som er klart nå) ligger på dette nivået.

Den geografiske spredningen på deltakerne er god og det er ved utgangen av 2012 bare 3 fylker som ikke har hatt deltakere på noen GET-kull: Østfold, Sogn og Fjordane og Hedmark. De to førstnevnte har for øvrig deltakere med på 2013-kullet.

GET har et høyteknologisk fokus og flesteparten av bedriftene kommer fra sektorene Energi og miljø (miljøteknologi /clean tech,, "grønn IKT" og fornybar energi), Olje, Gass og Maritim, Helse (medtech, biotech og helseIKT) samt IKT (mobile tech).

Av de 58 bedriftene som har deltatt på GET 2010-12 er hele 50 i kategorien Key Account-kunder, dvs. at de har potensiale for vekst også i internasjonale markeder. Key Account-statusen sikrer at de får et eget kundeteam bestående av en markeds- og business-rådgiver fra et av relevant utekontor, i tillegg til sin egen rådgiver (saksbehandler) på sitt distriktskontor.

Kvinneandel

Det har vært arbeidet aktivt for å rekruttere kvalifiserte kvinnelige gründere, spesielt for å få med flere av finalistene til Årets Kvinnegründer. I 2010 var kvinneandelen 28 % (5 av 18), og i 2011 32 % (8 av 25), mens det i 2012 dessverre kun var 1 kvinnelig deltaker. Det var flere kvalifiserte som søkte og fikk tilbud om plass, men disse valgte likevel å takke nei. I et par tilfeller har vi dessverre også opplevd at styreleder har satt foten ned. For 2013 er tallene på vei oppover igjen og det ligger an til at 5 av 26 deltakere er kvinner (20 %). Også her har to måttet takke nei pga. styreleders beslutning. Totalt for årene 2010 -2012 er kvinneandelen 23%.

Distriktsprofil

Det har vært en liten økning i antall deltakere fra distriktpolitiske virkeområder III og IV: 4 for 2012, mot 3 i 2011 og 1 i 2010. Det har gjennom andre halvår 2012 vært arbeidet aktivt for å rekruttere kvalifiserte deltakere fra distriktpolitiske virkeområder III og IV. Det oppløftende resultatet av dette ser vi allerede nå for 2013-kullet, hvor det ligger an til å bli hele 43 % , dvs. 10 av 25 deltakere, hvorav 4 fra Nord-Norge.

TINC ble lansert som pilot i 2012, med to kull med 6 bedrifter (7 deltakere) på vårkullet og 9 på høstkullet (18 deltakere). Det er en begrensning på 10 bedrifter pr. kull, men helst med flere deltakere fra hver bedrift. I 2013 er det planlagt 3 kull, to på våren og ett på høsten. Det var deltakere fra 8 fylker i 2012, flere fra distriktpolitiske virkeområder (inkl. Nord-Norge og ytre Sogn)

4.6.4 Evalueringer og kundeeffektundersøkelser

GET har ikke vært med i Kundeeffektundersøkelsen hittil, men blir det fra 2013. Som for tidligere år, bekrefter også deltakerevalueringer og anbefalinger fra deltakerne at de har hatt svært god effekt av kompetansetilførselen og nettverket for å begynne realisere sitt vekstpotensial. De bekrefter videre at leveransene både fra eksterne internasjonale kompetanseleverandører og våre egne utekontorer holder høy kvalitet.

Det er symptomatisk at ved den årlige alumni/reunion-samlingene vi arrangerer for tidligere deltakere, er det stort oppmøte fra alle kull (og de fleste andre gir beskjed om reisefravær etc.) og svært mange gir uttrykk for at kompetansedeling og ikke minst nettverksbygging på tvers av kullene gir et ekstra utbytte.

Basert på de gode tilbakemeldingene fra deltakerne er det ingen tvil om at GET videreføres, og tjenesten utvikles og forbedres kontinuerlig. På sikt er det også planer om å utvide til også å tilby i Asia.

4.6.5 Risikofaktorer/utfordringer.

De som har potensial til å bli globale gründere, som inkluderer deltakere på GET og TINC, må oppleve Innovasjon Norge som en sentral støttespiller og pådriver i sin vekst- og internasjonaliseringsprosess. For å oppnå et slikt omdømme må målgruppen møte rådgivere som tar en pådriverrolle og er "heiagjeng" og som har relevant forretningsutviklings- og markedskompetanse for å være gode

sparringspartnere. Derneft må tjenestene de får levert, og kompetanseprogrammene de er med, på oppleves som relevante for å utvikle bedriften og oppnå lønnsom vekst i internasjonale markeder.

Tilbakemelding vi har fått fra deltakerne på GET 2012 og tidligere kull, samt fra deltakerne på TINC 2012, tyder på at vi er på god vei til å oppnå et slikt omdømme blant dem, både innenfor målgruppen potensielle Globale Gründere men også blant stakeholders.

Det er grunn til å anta at det positive omdømmet skyldes den storstilte og vellykkede innsatsen for å heve den interne kompetansen på forretningsutvikling posisjonering og verdiøkende kundedialog som ble gjort i 2011/2012, og som ble ytterligere forsterket i 2012 med opplæring av hele kundeporten i business model innovation. Dermed kan rådgiverne vært tryggere i sparringspartnerrollen, kunnet bringe mer verdi i kundedialogen og ikke minst utfordre gründeren på å ha en god business modell og viktigheten av å innovere i denne.

Som en del av den interne kompetansebyggingen har også et lite antall kunderådgivere primært fra distriktskontorene men også fra utekontorene fått delta på GET (og TNC), sammen med sin (key Account) kunde.

Kapasitet hos kunderådgiverne på distriktskontorene til å følge opp GET og TINC-bedriftene tett, spesielt ift. internasjonal forretningsutvikling og utover det å behandle finansieringssøknader, vil alltid være en utfordring og mulig risikofaktor. Men gjennom 2012 har vi fått demonstrert at distriktskontorene – sammen med utekontorene virkelig har klart å prioritere sparringspartnerrollen overfor GET og TINC-deltakerne (og key Account-bedrifter generelt).

Sektor-kompetanse hos utekontorene på et så høyt nivå at rådgiverne har legitimitet innenfor nyttige ekspertmiljøer og nettverk som gründerne ofte har behov for å bli koblet opp mot – ble nevnt som en utfordring foregående år. Den gjentas også her.

Men like viktig er det at utekontorene har mulighet til å knytte til seg *rådgivere med solid business-erfaring og nettverk*, som aller helst selv har gründet suksessfulle oppstarts-bedrifter. Slike rådgivere eller “coaches”, som Innovasjon Norges kontor i San Francisco/Silicon Valley har knyttet til seg, oppleves av TINC-deltakerne som svært viktige for bedriftens utvikling og vekst.

Anbefalinger fra deltakere i 2012:

For meg var GET en vitamininnsprøytning med nyttig, direkte og konkret innhold. GET tilførte meg ny kunnskap, nye kontakter med interessante og dyktige mennesker og mye gründer-energi. Anbefales. (**Tor M. Østervold**, CEO, **ecosubsea**, Hordaland).

For oss i Whitefox har GET vært en svært nyttig erfaring. Det faglige innholdet er givende, og har gitt oss kunnskap og verktøy om prismodeller og forretningsutvikling som vi benytter hver dag i vår daglige drift, samt i vårt langsiktige strategiarbeid.

Å få hjelp med å definere konkrete utfordringer og muligheter for internasjonal vekst i egen bedrift, gjennom praktiske og reelle caser, har gitt oss mye bedre muligheter til å vokse til en internasjonal aktør. Vi anbefaler GET-programmet sterkt til alle bedrifter som har planer om å vokse i et internasjonelt marked. (**Johan Wikstrøm**, Sales & Marketing Manager, og **Simon Flack**, CEO, **Whitefox**, Nordland)

Deltakelse i GET ga meg påfyll både faglig og personlig som gjorde meg bedre rustet til å møte de utfordringer ledere i vekstbedrifter møter. Forelesere og tilretteleggere holdt et høyt nivå, hadde relevant erfaringsbakgrunn og inspirerte. Jeg møtte også flere bedriftsledere som hadde tilsvarende utfordringer som meg og vi hadde stor nytte av å utveksle erfaringer. Noen av de gjør vi business med i dag. (**Kristian Rathe**, Daglig Leder, **InitialForce AS**, Trøndelag)

4.7 Kompetanseprogrammet

Kompetanseprogrammet har i 2012 kun bestått av kompetansetjenesten FRAM. FRAM er et landsdekkende kompetansetilbud innen bedriftsutvikling, ledelse, strategi, innovasjon og internasjonalisering.

Oppdatering av kunnskap, erfaringsutveksling med andre deltagerbedrifter, samt leder-til-leder prosesser med eksterne kvalitetssikrede bedriftsrådgivere er sentralt i FRAM. Utvikling og tilpasning av tjenesten skjer i tråd med Innovasjon Norges strategi, og i sammenheng med det øvrige tjenestetilbudet.

I 2012 er det gjennomført en deling av FRAM, og vi leverer nå tre hovedvarianter:

- FRAM Strategisk ledelse – Vekst gjennom strategi- og ledelsesutvikling
- FRAM Marked (tidligere NAVIGATOR) – Vekst gjennom internasjonalisering
- FRAM Innovasjon – Vekst gjennom innovasjon og innovasjonsprosjekter

Kundebehovet er sentralt i FRAM, så en lang rekke av de pågående prosjektene henter gjennomføringselementer fra flere av de ovennevnte variantene.

Kompetanseprogrammet skal gjennom FRAM levere et kompetansehevende tilbud til utvalgte små og mellomstore bedrifter. Formålet er å skape lønnsom vekst gjennom å styrke hver enkelt deltagerbedrifts konkurransekraft, lønnsomhet og innovasjonsevne.

Sentralt i FRAM er også å styrke deltagerbedriftenes evne til å øke hastigheten og redusere risikoen ved internasjonal satsing.

4.7.1 Ressursbruk (utviklingskostnader)

Budsjettpost	Innvilget tilsagn per 31.12.2012
NHD 2421.71	1,9
KRD 552.72.	3,1
Totalt	5,0

Utviklingskostnadene i 2012 er i all hovedsak brukt til utvikling av relevante moduler og veiledere, delfinansiering av to pilotprosjekter i nyvinningen FRAM Innovasjon og samlinger hvor våre eksterne rådgivere mottar faglig påfyll og oppdateres på Innovasjon Norges strategi.

16 prosjekter med 146 deltagerbedrifter avsluttet FRAM i 2012. Disse prosjektene ble finansiert i perioden 2009 – 2011 fra en lang rekke ulike virkemidler.

Ved inngangen til 2012 var 45 prosjekter, nesten 500 bedrifter og 1000 deltakere i eller på vei inn i sin FRAM prosess. I løpet av 2012 er 16 prosjekter avsluttet, mens det er hel-, eller delfinansiert 24 nye prosjekter. Med 53 prosjekter i ulike faser av gjennomføringen er aktiviteten i FRAM høy.

4.7.2 Statistikk

Kvinneandel

Kvinneandelen i FRAM er ikke god nok, men på full fart fremover.

- Eksterne prosjektledere: 7 av 20 – 35 % er kvinner – Opp fra 5 % i 2010/2011.
- Eksterne bedriftsrådgivere: 20 av 60 – 33 % er kvinner – Opp fra 21 % i 2010/2011.

Vi vil fortsette arbeidet med å tiltrekke oss kvinnelige søkere gjennom en grundig gjennomgang av konkurransegrunnlaget før neste utlysning.

På deltagersiden er det ca. 40 % kvinner som deltar på samlingene. Hovedkontakten er som regel daglig leder i alle FRAM-prosjekter, og kvinneandelen her er ca. 35 %.

Distriktsprofil

Tabell 9. Deltagerbedrifter som avsluttet FRAM i 2012 fordelt på distriktpolitisk virkemiddelområde.

	Sone I	Sone II	Sone III	Sone IV
Antall	74	2	41	29
Prosent	51	1	28	20

Den høye andelen i sone 1 skyldes at det ved hjelp av midler fra NHD ble delfinansiert 8 FRAM Markedsprosjekter (NAVIGATOR) på tampen av 2010. Disse prosjektene rekrutterte deltagere primært fra sone 1, og 6 av disse prosjektene ble avsluttet i 2012. Prosjektene som avsluttes i 2013 vil ha en betydelig større andel deltagerbedrifter fra sone 3 og 4.

4.7.3 Evalueringer og kundeeffektundersøkelser

FRAM scorer meget bra på parameterne i kundeeffektundersøkelsen, og har en positiv utvikling på de fleste områdene og i den samlede oversikten over Innovasjon Norges tjenesteportefølje er det bare ulike varianter av etablerertilskudd som oppnår en høyere rating.

I alle variantene av FRAM jobbes det grundig og lenge med deltagerbedriftene, og det skapes vekst gjennom kompetansepåfyll på en lang rekke temaer. I løpet av den 12 – 18 måneders gjennomføringsperioden kurses ikke bare deltagerne i tradisjonell forstand. Utstrakt bruk av gruppearbeid, nettverksdannelser mellom de ulike bedriftene i prosjektet og – Ikke minst – Den individuelle rådgiverinnsatsen mellom samlingene bidrar til FRAM-bedriftenes fremgang.

Kompetanseløftet FRAM gir ville neppe vært aktuelt for deltagerbedriftene å tilegne seg i et kommersielt marked.

Samtlige deltagere i FRAM sender inn sine evalueringer på nytte av tjenesten flere ganger i løpet av prosjektperioden. Resultatene er gjennomgående meget gode, og det er etablert et "rødt flagg-system" som varsler om misfornøyde kunder. I de tilfeller hvor det sistnevnte er tilfelle iverksettes nødvendige tiltak omgående.

En ekstern evaluering av FRAM er planlagt gjennomført i 2013/2014.

4.7.4 Risikofaktorer/utfordringer.

Aktiviteten i FRAM er økende. Dette fører naturlig nok til økt oppdragsmengde i det eksterne prosjektleder- og rådgiverkorpset, noe vi vil avhjelpe gjennom å inngå avtaler med flere bedriftsrådgivere egnet til å levere FRAM. Verre kan det bli for Innovasjon Norges interne ressurser som stadig har fått en mer sentral rolle i FRAM.

Samtlige av våre distriktskontorer bidrar både til rekruttering og oppfølging i gjennomføringsperioden og til design, markedsorientering, CSR og internasjonalisering. Med økende aktivitet blir det økt press på interne ressurser, noe som kan føre til økt bruk av innleide rådgivere i FRAM-prosjektene.

4.8 Kvinner i næringslivet

Innholdet og innretningen i Kvinner i næringslivet er noe endret i de senere år, gjennom økt vekt på å integrere mål og ambisjoner for kvinner i næringslivet i eksisterende tjenester og sektorer. Dette medfører at Innovasjon Norge nå i mindre grad engasjerer seg i særskilte tiltak og prosjekter som kun er rettet mot kvinner.

Programmet omfattet i 2012 tiltak for mobilisering av kvinner i næringslivet gjennom Innovasjon Norges eksisterende tjenestetilbud (integrert satsing), og noen særskilte ordninger rettet særskilt mot kvinner.

Gjennom kundedialogen utfordres bedrifter og gründere i stadig større grad på betydningen av bedre kjønnsmessig balanse, og i enkelte saker stiller vi krav om økt kvinneandel i ledelse og styre. Det rettes spesiell oppmerksomhet mot tjenester og sektorer med lav kvinneandel.

Programmet finansierer også drift av en styrekandidatbase (styrekandidater.no) med om lag 2.400 profiler, hvorav ca. halvparten er kvinner.

I tillegg er det følgende særskilte tilbud til kvinner:

- Ledermentor
Ledermentor er et lederutviklingsprogram for kvinnelige ledere og består av både fellessamlinger og personlig lederoppfølging. Hver deltaker (adept) får sin egen mentor i det året som utviklingsprogrammet varer.
- Årets gründerkvinne
Formålet er å profilere kvinner som gründere og skapere av nye vekstbedrifter. Det vektlegges at vinnere og finalister kan vise til at de er innovative og nyskapende, og har potensial og ambisjoner om vekst internasjonalt.

Beskrivelse av formål/målsetning

Det overordnede målet er å bidra til økt verdiskaping og innovasjon gjennom å styrke kvinners deltakelse og posisjon i næringslivet som gründere, i ledelse og i styre.

4.8.1 Ressursbruk

Innovasjon Norge registrerer bevilgninger som "kvinnerettete" etter samme kriterier som tidligere. Når det gjelder den integrerte satsingen på kvinner, ble det innvilget totalt 2,4 mrd. kroner til kvinnerettete prosjekter i 2012. Dette tilsvarer en andel på 34 %. Beløpsmessig gikk bevilgningen noe opp, men prosentandelen gikk ned med ett prosentpoeng i forhold til 2011. Dette ansees å være naturlige svingninger. Den mer langsiktige trenden er at kvinneandelen har gått sterkt opp de senere årene. I 2007 var kvinneandelen på 19 % og den har økt til 34 % i 2012. Dette ansees som en god utvikling og indikerer at IN samlet sett har fått til en bedre integrering av kvinner innenfor ordinær virksomhet.

Når det gjelder den særskilte kvinnesatsingen, var ressursbruken for 2012 som følger:

Ramme 2012	Innvilget tilsagn per 31.12.2012
NHD 2421.71	2,5
KRD 552.72	10,0
Totalt	12,5 mill.

Midlene har gått til finansiering av Årets gründerkvinne (NHD), Ledermentorprogrammet, Styrekandidatbasen, Female Future i regi av NHO, KAN-programmet i regi av Ungt Entreprenørskap Norge, Utvikling av et nasjonalt tjenestekonsept for moderne vekstgründere (MESH), Kulturhåndverk innenfor tjenesteinnovasjon, Kompetanseheving innen markedsorientering i marin sektor, samt gjennomføringskostnader.

Totalrammen for 2012 på 12,5 mill. kroner ble benyttet fullt ut. I 2011 hadde den særskilte kvinnesatsingen en totalramme på nær 15 mill. kroner. Denne rammen ble ikke fullt utnyttet, da man prioriterte den integrerte satsingen på kvinner. Dette var bakgrunnen for at rammen for den særskilte kvinnesatsingen ble redusert til 12,5 mill. kroner i 2012.

4.8.2 Statistikk

Når det gjelder Kvinner i næringslivet er 100 % av midlene registrert som kvinnerettet. Dette da kvinnesatsing er programmets formål.

I 2012 ble det lagt særlig vekt på å integrere kvinneperspektivet innen sektorene kulturhåndverk og marint, samt tjenestene Mentortjenesten for gründere, FRAM og NCE. Som eksempler på dette kan nevnes Mentortjenesten for gründere som hadde en målsetting om 40 % kvinneandel og oppnådde 50 % kvinneandel i 2012. NCE har hatt kvinneprosjekter både på Raufoss, i Agder og senest nå i Halden. Ved å bruke Raufoss som en pilot, ble det skapt en interesse i andre NCE miljøer for å få frem kvinner i de mannsdominerte klyngene.

Når det gjelder den særskilte kvinnesatsingen, kan det rapporteres om følgende:

Ledermentor

Det ble i 2012 avsluttet Ledermentor for Vest og Nord og igangsatt nye Ledermentor for Reiseliv og Øst. Hvert av programmene har deltakelse av 16 adepter og 16 mentorer. Totalt deltok dermed 128 deltakere på Ledermentorprogrammet i 2012. Adeptene er kvinnelige ledere med karriereambisjoner. Mentorene er i hovedsak toppledere fra næringslivet. I de senere årene har vi hatt stadig større søkning til disse lederutviklingsprogrammene for kvinner. Anslagsvis har vi hatt 60 søkere til 16 plasser.

Prisen Årets gründerkvinne ble utdelt for fjerde gang i 2012. Vinner var Siri D. Skøien fra Comlight AS i Østfold. Konkurransen har som målsetting å hedre en god kvinnegründer og i tillegg få frem mange gode kvinnelige rollemodeller innenfor entreprenørskap. Dette som et viktig bidrag for å mobilisere flere kvinner til å starte og utvikle vekstbedrifter.

Kvinneprofil

Når det gjelder den integrerte satsingen, var kvinneandelen innenfor KRDs budsjettposter på samlet 39 % i 2012. For tilskudd til fylkeskommuner for regional utvikling (tilskudd program) var kvinneandelen 41 % og for nasjonale tiltak for regional utvikling lå kvinneandelen på 61 %.

Når det gjelder den særskilte kvinnesatsingen, kommer midlene både fra KRD og NHD. Alle tiltakene unntatt Årets gründerkvinne som i sin helhet finansieres med midler fra NHD, bruker midler fra både KRD og NHD til finansieringen.

Distriktsprofil

Når det gjelder Ledermentor kom samlet sett ca. 60 % av deltagerne fra distriktene.

4.8.3 Evalueringer og kundeeffektundersøkelser

Det foretas ikke egne kundeeffektundersøkelser verken samlet for Kvinner i næringslivet eller for noen av de særskilte tilbudene som ligger under dette. Ledermentorprogrammet blir imidlertid evaluert av deltakerne, både etter hver samling og når hvert enkelt program avsluttes. Programmet får veldig gode tilbakemeldinger både fra adeptene og mentorene. Mange melder tilbake at programmet har hatt som effekt at de er blitt bedre ledere, har fått ny jobb eller har hatt karriereutvikling. Programmet bidrar til at flere kvinner kan gå inn i topplederjobber og kan fylle et kjønnsmessig gap i denne type stillingene innenfor alle typer næringer og i alle deler av landet.

4.8.4 Risikofaktorer/utfordringer

En kritisk suksessfaktor for å nå målsettingen med økt kvinneandel innenfor alt Innovasjon Norge gjør, er at våre ansatte har et bevisst forhold til de nevnte utfordringer og tiltak. Dette må gjenspeiles i den løpende dialogen med kundene og målgruppen kvinner og det må fokuseres spesielt på betydningen av kvalitet i vår rådgiving og kundedialog.

Som et verktøy i denne sammenheng, er det utarbeidet en sjekkliste for kundedialogen. Denne har vært et eget tema i opplæring av alle saksbehandlere i Innovasjon Norge. Videre ble vårt saksbehandlingssystem endret fra 2011, slik at det ble obligatorisk å ta stilling til om et prosjekt er kvinnerett.

Vi ser at det fortsatt er langt igjen for å oppnå tilfredsstillende kvinneandeler innenfor enkelte sektorer. De sektorene som har lavest kvinneandel er energi og miljø, samt olje og gass. Her arbeides det aktivt med tiltak, for eksempel ved å opprette egne kvinnenettverk innen NCE Node og Eide i Agder som er relatert til både energi og olje og gass. Det er imidlertid en klar utfordring at det pr. i dag er for få kvinner som kan mobiliseres innen disse næringene.

Regjeringen har som et mål at kvinneandelen blant nye gründere skal være minst 40 % innen 2013. Dette er et ambisiøst mål som utfordrer mange aktører. Innovasjon Norge arbeider primært med gründere som er i gang med oppstart og utviklingen av bedriften. I dette arbeidet er vi opptatt av å synliggjøre gode rollemodeller, og vise til at gode kvinnegründere kan få tilgang til finansiering og kompetanse fra Innovasjon Norge. Dette kan være en kilde til motivasjon og inspirasjon for andre potensielle kvinnegründere.

Unge kvinner og studenter vurderes å være en særlig relevant målgruppe. Nye tiltak og innretninger vil bli bygget på kunnskap om målgruppens behov. Emax Norge som for første gang ble arrangert sommeren 2012, er eksempel på nytt tiltak overfor unge mennesker mellom 18-25 år som brenner for entreprenørskap. Kvinneandelen i arrangementet er god.

4.9 Etablerertilskudd

Etablerertilskudd blir finansiert både av KRD via fylkeskommunene og NHD. Etablerertilskudd innvilges bedrifter som er i en tidlig livsfase, dvs. under 5 år og i hovedsak under 3 år.

Det er en forutsetning at bedriften har en nyskapende forretningside og har et godt potensial for vekst- og verdiskaping

Hovedtall for 2012:

- 600 oppstartsbedrifter har fått finansiering (554 i 2011)
- Totalt innvilget 207,8 mill. kroner (161 mill. kroner i 2011)
- Etterspørselen har vært stor. Registrert antall søknader er hele 1427 på totalt kr 728 mill. kroner.

4.9.1 Ressursbruk totalt

Budsjettpost	Ramme	Innvilget beløp (mill. kroner)	Antall	Antall registrerte søknader
KRD 551.60	130	130,8 (127,4)	439 (474)	1179 (1206)
NHD 2421.50	77,1 ²⁴	77,1 (33,9)	161 (80)	250 (123)
Totalt	207,1	207,9 (161,3)	600 (554)	1429 (1329)

4.9.2 Etablerertilskudd - fra KRD og fylkeskommunene

Formålet med Etablerertilskuddet er å stimulere til økt vekst og verdiskaping i hele landet. I hvert fylke blir det prioritert ut fra lokale forhold og behov. Blant prosjektene som har potensial for å skape lønnsomme arbeidsplasser, tas det særlig hensyn til søkere fra næringssvake områder, kvinner og unge

²⁴ Innovasjon Norge har i 2012 omdisponert 57,1 mill. kroner fra andre rammer til fordel for etablerertilskudd pga. svært stor etterspørsel.

Tabell 10. Innvilget beløp og antall fordelt på fylker. Tall fra 2011 i parentes

Fylke	Innvilget beløp (mill. kroner)	Antall
01 Østfold	4,9 (3,6)	19 (11)
02 Akershus	4,4 (3,6)	16 (16)
03 Oslo	3,7 (3,1)	19 (18)
04 Hedmark	8,1 (9,1)	32 (39)
05 Oppland	13,0 (8,7)	37 (32)
06 Buskerud	4,1 (3,5)	14 (15)
07 Vestfold	3,4 (3,1)	11 (11)
08 Telemark	9,0 (8,2)	27 (31)
09 Aust-Agder	2,5 (3,0)	12 (13)
10 Vest-Agder	5,5 (5,0)	27 (26)
11 Rogaland	6,6 (7,5)	23 (29)
12 Hordaland	14,7 (14,9)	37 (35)
14 Sogn og Fjordane	4,9 (3,8)	14 (11)
15 Møre og Romsdal	11,8 (10,6)	30 (33)
16 Sør-Trøndelag	9,0 (6,9)	28 (25)
17 Nord-Trøndelag	8,7 (9,1)	39 (42)
18 Nordland	6,1 (4,2)	20 (22)
19 Troms	5,8 (10,5)	19 (37)
20 Finnmark	4,6 (8,9)	15 (27)
99 Flere fylker/Utland	(0,3)	(1)
Grand Total	130,8 (127,4)	439 (474)

Gjennomsnittsbeløpet per tilsagn økt fra kr 209.000 i 2010 til kr 297.000 i 2012. Antall tilsagn har derfor gått ned fra 581 i 2010, til 474 tilsagn i 2011 og 439 i 2012.

Distriktsprofil**Tabell 11. Tildelinger til etablerertilskudd 2012.** Innvilget beløp og antall fordelt på distriktpolitisk virksomhetsområde. Beløp er i mill. kroner, antall angir antall tilsagn. Tall i parentes på Grand Total angir beløp/antall i 2011.

	Område I		Område II		Område III		Område IV		Uspesifisert		totalt
Fylke	Beløp	Antall	Beløp	Antall	Beløp	Antall	Beløp	Antall	Beløp	Antall	Beløp
01 Østfold	4,7	18							0,2	1	4,9
02 Akershus	4,1	15							0,3	1	4,4
03 Oslo	3,7	19									3,7
04 Hedmark	6,2	23			1,1	4	0,8	5			8,1
05 Oppland	7,1	21			2,1	6	2,3	8	1,6	2	13,0
06 Buskerud	3,0	10			1,1	4					4,1
07 Vestfold	3,1	10							0,3	1	3,4
08 Telemark	3,3	13			2,2	7	1,2	4	2,4	3	9,0
09 Aust-Agder	1,2	6	0,4	2	0,8	3				1	2,5
10 Vest-Agder	3,9	20			1,0	5			0,7	2	5,5
11 Rogaland	4,3	16	0,3	1	0,8	3	0,2	2	1,0	1	6,6
12 Hordaland	10,0	24	0,8	3	1,7	6		2	2,3	4	14,7
14 Sogn og Fjordane					4,7	13			0,1	1	4,9
15 Møre og Romsdal	7,2	20	0,5	1	3,7	8	0,3	1			11,8
16 Sør-Trøndelag	6,7	20	0,2	1	0,1	2	0,8	3	1,3	2	9,0
17 Nord-Trøndelag	1,2	8	0,4	4	2,6	13	3,3	13	1,2	1	8,7
18 Nordland					0,6	1	5,4	19			6,1
19 Troms					2,3	7	1,8	10	1,7	2	5,8
20 Finnmark							4,6	15			4,6
99 Flere fylker/Utland											
Grand Total	69,6 (60,3)	243 (238)	2,5 (1,4)	12 (10)	24,7 (27,9)	82 (96)	20,9 (26,5)	81 (105)	13,1 (11,3)	21 (25)	130,8 (127,4)

Internasjonalt rettet fokus

264 av 439 prosjekter (60 %) ble karakterisert som internasjonalt rettet i 2012, dette er en liten økning fra 2011.

Kvinnerettede bedrifter

I 2012 har 37 % av beløpet og 42 % av antallet gått til kvinnerettede prosjekter. Dette er en nedgang i forhold til 2011 da 46 % av beløpet og 48 % av antallet gikk til kvinnerettede prosjekter.

Kvinneandelen var relativt høy i 2011 og en reduksjon var å forvente.

Tabell 12. Geografisk fordeling av tilsagn til kvinnerettete prosjekter. Beløp er i mill. kroner, antall angir antall tilsagn.

Fylke	Beløp	Antall
01 Østfold	1,6	7
02 Akershus	1,5	6
03 Oslo	1,2	7
04 Hedmark	2,2	11
05 Oppland	5,0	13
06 Buskerud	1,2	5
07 Vestfold	0,9	3
08 Telemark	3,2	7
09 Aust-Agder	0,7	4
10 Vest-Agder	3,2	16
11 Rogaland	3,3	11
12 Hordaland	5,2	15
14 Sogn Og Fjordane	2,9	9
15 Møre Og Romsdal	3,6	10
16 Sør-Trøndelag	3,1	10
17 Nord-Trøndelag	3,9	21
18 Nordland	1,8	7
19 Troms	4,1	14
20 Finnmark	1,7	7
	50, 6 (58,6)	183 (228)

Unge 18-35

29 % (33 %) av bedriftene har kjennetegn unge; i beløp 38 (45) mill. kroner. Det er store geografiske variasjoner.

Kundetype (bedriftens alder)

Kundetype	Mill. kroner	Antall
Etablerer (0-2 år)	110	385
Ung bedrift (3-5 år)	6	23
Annet	14,8	31

Posten "annet" representerer tilsagn distriktskontorene har gitt til fellestiltak for grupper av etablerere, f.eks. etablererveiledning.

Tabell 13. Fordeling av tilsagn på Bransje/sector. "Ikke satsingsområde" utgjør bransjer som ikke er nevnt blant IN's sektor-satsinger, blant annet IKT

Bransje / sektor ,	mill kr 2012	antall 2012	mill kr 2011
Energi og Miljø	13	40	10,4
Helse	11	39	8,9
Landbruk	1,8	9	1,8
Marin	4,4	21	6,1
Maritim	4,7	14	2,8
Olje og gass	4,8	11	7,6
Reiseliv	10,9	46	11,9
"Ikke satsingsområde"	79	259	77,9
Totalt	130,8	439	127,4

Andre nøkkeltall

Andelen bedrifter som karakteriseres som designrettet og som miljørettet er på omtrent samme nivå som i 2011, ca. 30% for begge kjennetegnene.

4.9.3 Etablerertilskudd - oppdrag fra NHD

Målgruppen er nye bedrifter med vekstpotensial og prosjekter som representerer noe nytt enten i nasjonal eller internasjonalt sammenheng.

I 2012 var opprinnelig ramme 20 mill. kroner. Som følge av stor etterspørsel og muligheter for interne omprioriteringer dette året, ble det innvilget etablerertilskudd på 77 mill. kroner, en fordobling ift. 2011. Nær 50 mill. kroner ble innvilget de siste 4 måneder av året.

Gjennomsnittlig tilskuddsbeløp i 2012 var 0,46 mill. kroner, mens det i 2011 var 0,42 mill. kroner.

Tabell 14. Nøkkeltall for Etablerertilskudd 2012. Tall fra 2011 i parentes.

	Innvilget beløp (mill kroner)	Antall	Antall søknader
Etablerertilskudd, Midler fra NHD	77,1 (33,9)	161 (80)	250 (123)

Statistikk

Tabell 15. Geografisk fordeling av landsdekkende etablerertilskudd 2012. Tall fra 2011 i parentes.

Fylke	Beløp	Antall
01 Østfold	3,5 (0,3)	9
02 Akershus	7,3 (4,6)	15
03 Oslo	19,1 (4,1)	46
04 Hedmark	1,2 (0)	3
05 Oppland	1,2 (0,4)	4
06 Buskerud	2,2 (2,2)	5
07 Vestfold	4,6 (2,1)	8
08 Telemark	2,7 (0,8)	6
09 Aust-Agder	0,9 (0,4)	2
10 Vest-Agder	2,2 (1,7)	4
11 Rogaland	11,9 (6,0)	24
12 Hordaland	4,1 (4,1)	6
14 Sogn Og Fjordane	0,9 (0)	2
15 Møre Og Romsdal	2,4 (0,5)	4
16 Sør-Trøndelag	7,18 (3,5)	18
17 Nord-Trønd.lag	1,6 (2)	4
99 Annet	3,50	1
Totalt	77,12(33,9)	161(80)

*Innovasjonshøyde***Antall prosjekter fordelt etter innovasjonshøyde.**

Innovasjonshøyde	Antall
Innovasjon på bedriftsnivå	0
Innovasjon på regional nivå	0
Innovasjon på nasjonalt nivå	30
Innovasjon på internasjonalt nivå	130
Ikke relevant – adm. godtgjørelse	1

80 % (91%) av tilsagnene har innovasjon på internasjonalt nivå.

Type innovasjon

151 av bedriften eller hele 93 % (90%) representerer produkt- eller tjenesteinnovasjon.

Prosessinnovasjon gjelder 3 saker , organisatorisk innovasjon 1 sak og markedsmessig innovasjon 5 saker.

Bedriftens alder

Av de landsdekkende etablerertilskuddene har 147 av tilsagnene gått til kundetype etablerer (0-2 år) , 11 har gått til unge bedrifter (3-5 år) og 2 til knoppskyting.

Bransje / sektor

	2011 beløp	2012 beløp	2012 antall
EnergiogMiljø	5,3	8,7	17
Helse	6,2	10,7	25
Landbruk	0,7	0,2	1
Marin	0,8	3,6	5
Maritim	0,8	5,3	10
Olje og gass	6,1	8,3	15
Reiseliv	0,4	0,9	3
“Ikke satsingsområde”	13,8	38,3	82
Uspesifisert			2
Totalt	34,0	77,1	161

Samleposten “ikke satsingsområde” representerer alle andre bransjer, herunder f.eks IKT

Andre nøkkeltall.

- I alt har 29,6 mill. kroner kr av 77,1 mill kr blitt innvilget kvinnerettete prosjekter – dvs 38 % (45 % i 2011).
- 16 mill. kroner ble bevilget til unge 18- 35 år i 2011, mot 5 mill. kroner i 2011.
- 34 % av prosjektene karakterisert som miljørettet dette er omtrent som i 2011.

4.9.4 Evalueringer og kundeeffektundersøkelser

Etablerertilskuddet får høy score i Innovasjon Norges årlige kundeeffektundersøkelser. Etablerertilskuddet (både fra KRD og NHD) er rangert på topp blant Innovasjon Norges tjenester i forundersøkelsen for bedriftene som mottok tilskudd i 2011 (Oxford Research 2012). Trenden over tid er også positiv.

Vi forventer at etablerertilskuddet skal få relativt gode score på addisjonalitet og andre indikatorer i kundeeffektundersøkelsen, idet målgruppen er gründere i helt tidlig fase med begrensede ressurser og fundament for sin videre bedriftsutvikling.

Samtidig gir undersøkelsen et tydelig signal om at Etablerertilskuddet er avgjørende for gründere i tidligfase. Tilskuddet er utløsende for at et gründerprosjekt i det hele tatt gjennomføres, og tilskuddet er også stor betydning for bl.a. kompetansetilførsel.

I 2009 ble det bevilget 150 mill. kroner fra NHD til oppstartsbedrifter i en ny landsdekkende etablerertilskuddordning, som en del av tiltakspakken. Innovasjon Norge gjennomfører nå en intern gjennomgang av denne årgangen. Omsetningen for bedriftene som fikk tilsagn om Etablerertilskudd i 2009 var ca. 380 mill. kr. I 2011, og videre forventer de igangværende bedriftene (ca. 170 bedrifter av opprinnelig 200) en omsetning i 2012 på 460 mill. kr. Et interessant funn er at disse bedriftene har fått tilført betydelig privat egenkapital, trolig totalt i størrelsesorden 500 mill. kr. Utvikling av vekstkraftige, lønnsomme bedrifter tar imidlertid tid og bedriftene er gjennomgående fremdeles i "blodbadet".

4.9.5 Risikofaktorer/utfordringer

Norge ligger langt fremme mht andel nyetableringer pr år. Hovedutfordringen for entreprenørskap i Norge er at for få oppstartsbedrifter utvikler seg til vekstbedrifter. Ulike studier peker på økt fokus på markedsorientering i tidlig fase som kritisk suksessfaktor. Samtidig er det godt grunnlag for å hevde at det er svært vanskelig (også for profesjonelle investorer) å selektene fremtidens vekstbedrifter i tidlig oppstartsfase (Menon m.fl.)

Innovasjon Norge har på dette grunnlag i 2012 arbeidet med et fornyet og forenklet Etablerertilskudd for 2013. Hovedendringen vil være økt vektlegging av markedsorientering i den tidligste oppstartsfasen, og enkle seleksjonskriterier; nyhetsgrad og vekstambisjoner/potensial. Det er lavere krav til nyhetsgrad/innovasjonshøyde i distriktpolitisk virkeområde.

Dessuten innføres et forenklet elektronisk søknadsskjema. Den nye løsningen implementeres i mars måned 2013. En viktig utfordring dette året er opplæring og implementering av ny løsning og saksbehandlingsrutiner.

Videre er det fortsatt en utfordring at etterspørselen etter tilskudd i sentrale strøk er høy ift tilgjengelige rammer.

4.10 Mentortjenesten for gründere

Mentortjenesten for gründere er et tilbud til gründere med gode forretningsideer i bedriftsutviklings- eller markedsintroduksjonsfasen. Gründerne får dekket kostnadene for en erfaren mentor fra næringslivet, og blir gitt muligheter til å møte andre gründere i samme situasjon.

Flere kartlegginger av gründeres behov viser at mangel på nettverks- og næringslivserfaring er en gjennomgående utfordring. Gjennom Mentortjenesten for gründere får gründere tilgang på nettopp dette. De vil dermed få styrket sitt grunnlag for å ta de rette strategiske beslutningene for selskapet. Formålet er overlevelse og lønnsom vekst.

4.10.1 Ressursbruk

Budsjettpost	Innvilget tilsagn per 31.12.2012
KRD 551.72	10,8
NHD 2421.71	2,8
Sum	16,5

Selv om Mentortjenesten for gründere står overfor utfordringer i 2013 (se nedenfor) tyder alle tilbakemeldinger på fortsatt fremgang for tjenesten.

Mens snaue 150 gründere ble tilbudt tjenesten i 2011, økte antallet til nesten 200 i 2012. Resultater og tilbakemeldinger er meget oppløftende, og den stadig økende aktiviteten tyder på at vi i Mentortjenesten for gründere har funnet den ubyråkratiske, skreddersydde og treffsikre tjenesten vi har lett etter.

4.10.2 Statistikk

Kvinneprofil

Kvinner er prioritert i Mentortjenesten for gründere og i 2012 var rett over 50 % av de som mottok tjenesten kvinner. Dette er en økning fra 46 % i 2011.

Distriktsprofil

Fordelingen på distriktspolitisk virkemiddelområde:

	Sone 1	Sone 2	Sone 3	Sone 4
Antall tilsagn	92	5	58	33
Prosent	48 %	3%	31%	18%
Beløp i mill. kroner	4,6	0,3	5,4	1,7
Prosent²⁵	21%	1%	25%	8%

²⁵ Grunnen til at tallet ikke summeres til 100 prosent er at 7,2 mill. kroner av innvilget beløp er innvilget til Connect for drift av tjenesten.

4.10.3 Evalueringer og kundeeffektundersøkelser

Mentortjenesten for gründere er en ung tjeneste i Innovasjon Norge, med første driftsår i 2011. Signalene fra gründerbedrifter som har deltatt er gjennomgående positive, og for å få bekreftet våre antagelser om at tjenesten treffer målgruppen vil vi gjennomføre en ekstern evaluering av Mentortjenesten for gründere i 2013. Tjenesten omfattes av Innovasjon Norges ordinære kundeeffektundersøkelse fra og med 2013

4.10.4 Risikofaktorer/utfordringer.

Mentortjenesten for gründere var i utgangspunktet primært ment for bedrifter i det distriktpolitiske virkeområdet, finansiert av KRD. Tjenesten er strategisk viktig tjeneste for gründere i hele landet, og er høy etterspørsel også i sentrale strøk der bl.a. de fleste aktive gründermiljøene befinner seg.

I 2012 har vi således også trukket på andre rammer for å bidra til å finansiere tjenesten også i sentrale strøk. Finansieringsmulighetene fører imidlertid til at terskelen for å motta Mentortjenesten for gründere er betydelig høyere i de sentrale områdene sammenliknet med det distriktpolitiske virkemiddelområdet.

Nå som tjenesten er mer etablert vil vi også vurdere mulige behov og synergier knyttet til nærmere koordinering og samspill med andre tilbud til gründere i og utenfor Innovasjon Norge.

4.11 Profilerings av Norge som reisemål

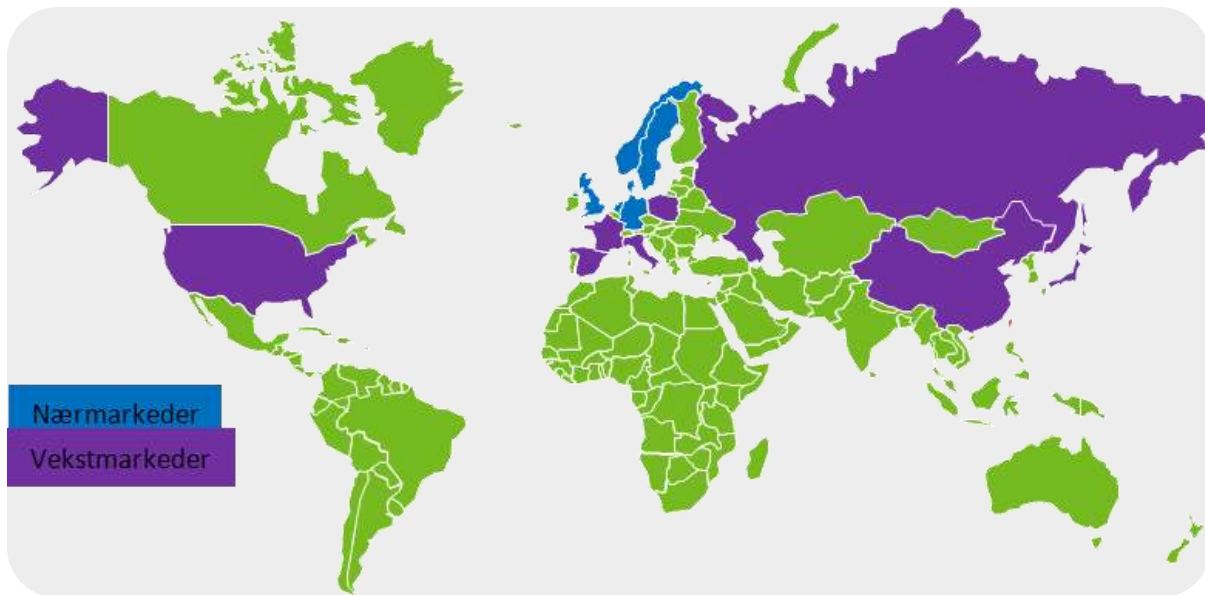
Målet med tjenesten profilerings av Norge som reisemål er å bidra til økt lønnsomhet i reiselivsnæringene og øke markedsandeler internasjonalt. Reiselivsnæringenes største utfordring for å oppnå disse målene, er å øke kunnskapen og kjennskapen til Norge som reisemål. Dette skal vi blant annet gjøre gjennom merkevarebygging og spissing av Norges posisjon internasjonalt.

For å oppnå det overordnede målet om økt lønnsomhet og en større andel av den internasjonale veksten i reiseliv, må vi utvikle det norske reiselivsproduktet og gjøre Norge som reisemål mer kjent internasjonalt. Det viser seg at det er både for lite kjennskap til og for lite kunnskap om Norge som reiselivsdestinasjon. Innovasjon Norge skal utvikle og styrke markedsmulighetene for de norske reiselivsaktørene ute i markedene, gjennom langsiktig merkevarebygging, profilerings, operative markedstiltak og tilrettelegging for salg.

Hovedsegmentene for tjenesten er:

- Ferie- og fritidgjester i prioriterte markeder
- Special interest (temabaserte ferier)
- Cruisepassasjerer (utvikling)
- Internasjonale kongresser og møter

Tjenesten leveres i prioriterte markeder som illustrert nedenfor:



Formål/målsetning med tjenesten

Primært er målgruppen reiselivsnæringen i Norge. Gjennom at næringen og Innovasjon Norge i fellesskap gjennomfører profilerings- og markedsføringsaktiviteter i de ulike markeder ønsker vi å

oppnå en bevisstgjøring i forhold til Norge som reisemål hos utenlandske turoperatører og forbrukere (turister), samt hos journalister verden over.

4.11.1 Ressursbruk

I 2012 var totalt forbruk til profilering av Norge som reisemål 396,2 mill. kroner hvorav vel 111,9 mill. kroner (28 %) ble finansiert med brukerbetaling fra reiselivsnæringen og 284,3 mill. kroner (72 %) dekkes av NHD budsjettpost 2421.71

Regnskapsført aktivitet for 2012 er høyere enn budsjettet. Dette skyldes hovedsakelig to forhold. For det første har reiselivsnæringens brukerfinansiering vært høyere enn budsjettet. Videre har man hatt ubenyttede rammer fra 2011 som har blitt benyttet i 2012.

Tabellen under viser totalaktiviteten for 2012 (NHD budsjettpost 2421.71), samt midler fra LMD.

	Sum kostnader i mill. kr	Off. andel	Off. andel i %
Profilering av Norge som reisemål	4,8	4,8	100 %
Reiseliv - Norgeskampanjen	137,3	86,8	63 %
Reiseliv - Vinterkampanje langrenn	0,1	0,0	16 %
Reiseliv - Vinterkampanje med ski	41,3	22,4	54 %
Reiseliv - Vinterkampanje uten ski	5,5	3,3	60 %
Reiseliv - Norgeskatalog	4,8	1,2	26 %
Reiseliv - Presse	18,7	18,1	97 %
Reiseliv - Brosjyredistribusjon	3,8	1,1	29 %
Reiseliv - Workshops og NTW	12,1	4,5	38 %
Reiseliv - Bransjebearbeidelse	11,2	10,6	95 %
Reiseliv - Visitnorway.com	29,0	25,5	88 %
Reiseliv - Sosiale media	0,2	0,2	100 %
Reiseliv - Temaprojekter	18,9	15,1	80 %
Reiseliv - Meetings (MICEE)	10,7	8,8	82 %
Reiseliv - Messer	4,5	1,7	38 %
Reiseliv - Nord-Norge	3,2	2,6	82 %
Reiseliv Norge	62,6	56,5	90 %
Reiseliv Utland	16,4	9,7	59 %
Reiseliv utvikling	11,3	11,2	100 %
Totalt	396,2	284,3	72 %

Inntekter/finansiering:

NHD 2421.71 reiseliv + midler fra LMD	Finansiering TOTALT 2012			Budsjett 2012 *)
	Næring	Offentlig	Sum	
Internasjonal turisme	4,8	6,4	11,2	36,4
Stockholm	5,3	15,9	21,3	15,6
København	16,7	21,6	38,3	21,2
Hamburg	16,1	38,7	54,9	35,5
Haag	7,7	16,2	23,9	15,6
London	9,4	18,7	28,1	21,8
Paris	1,6	8,5	10,1	7,7
Madrid	2,1	5,1	7,2	4,6
Milano	2,4	4,6	7,0	4,7
Warszawa	0,4	2,6	3,0	2,3
Moskva	6,3	13,0	19,3	10,4
New York	13,0	10,5	23,5	11,2
Shanghai	6,7	7,0	13,7	7,2
Norge	19,3	115,6	134,8	121,6
Totalt	111,9	284,3	396,2	315,7
*) Kun offentlige midler				

4.11.2 Statistikk

En oversikt over aktiviteter og tjenester fordelt på satsingsområde og markedsland innenfor tjenesten finnes på www.innovasjon Norge.no/reiseliv.

Totalt ble det gjennomført over 141 aktiviteter fordelt på over 1190 kunder i 2012. Antall internasjonale turoperatører/reisebyråer som selger norske reiselivsprodukter var 1575.

Marked	Antall Kunder	Antall prosjekt	Antall turoperatører som selger Norge
Tourism International	31	5	0
Sweden	35	11	200
Denmark	58	10	55
Great Britain	88	9	130
Germany	125	12	500
BeNeLux	55	11	53
France	27	7	65
Spain	34	9	60
Italy	58	7	95
USA/Canada	17	7	147
Russia	76	9	90
Poland	30	2	37
India*			28
Japan*	20	3	50
Korea*			30
Norway	513	38	35
China	23	1	
Sum	1190	141	1575

Pressearbeid

I 2012 er det registrert 8546 artikler i trykte media om Norge som reisemål, og ga en samlet annonseverdi på nesten 759,7 mill. kroner. I tillegg kommer utbytte av 65 TV-programmer og 24 radioprogrammer som det ikke er beregnet presseverdi for.

I 2012 arrangerte vi presseturer for 1080 journalister som så langt har gitt 3884 artikler i trykt media. Dette utgjør en presseverdi på nesten NOK 494,7 mill. kroner. Dette er en oppgang med 25 prosent i forhold til 2011.

Visitnorway.com

Portalen har partneravtale med ca. 90 prosent av norske destinasjoner og turistkontorer.

Nøkkeltall 2012:

- 14.25 mill besøk (+ 20 prosent sammenliknet med 2011)
- 10.750 unike (+20 prosent)
- 47 mill sidevisninger (+12,5 prosent)
- 33 prosent gjenbesøk (uendret)
- 84.5 prosent internasjonale besøk

Visits Trend



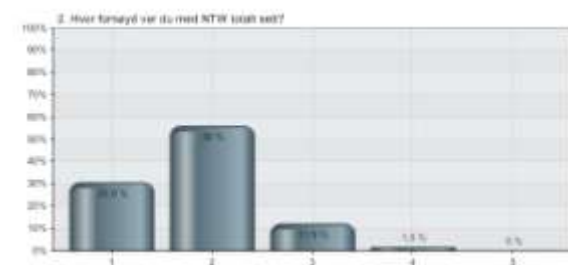
Page Views Trend



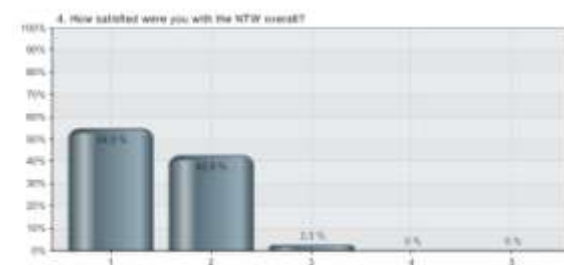
Norwegian Travel Workshop

Norwegian Travel Workshop 2012 (NTW) er en av de viktigste møteplassene i reiselivsnæringen. I løpet av tre hektiske dager avholdt 8500 salgsmøter mellom 320 representanter fra utenlandske turoperatører fra 27 land og 332 norske tilbydere av reiselivsopplevelser om priser og betingelser foran neste års turistsesong. Evalueringen viser at 86,6 prosent av de norske selgerne og 97,7 prosent av de utenlandske selgerne var meget eller ganske fornøyd med NTW totalt sett. I tillegg ble bedt om å uttrykke nytteeffekten av NTW.

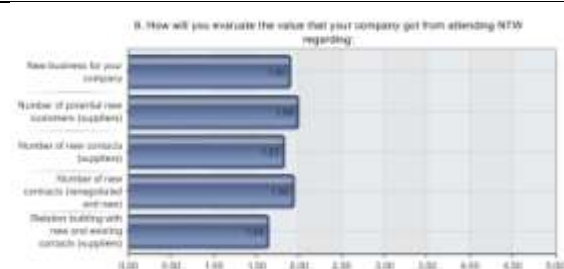
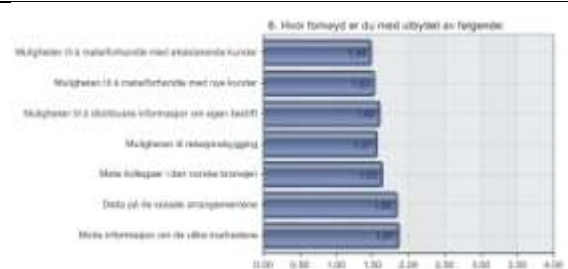
Norske selgere:



Utenlandske kjøpere:



Skala 1-5 hvor 1 er meget fornøyd og 5 er meget misfornøyd. Antall respondenter: 134 norske selgere, 133 utenlandske kjøpere



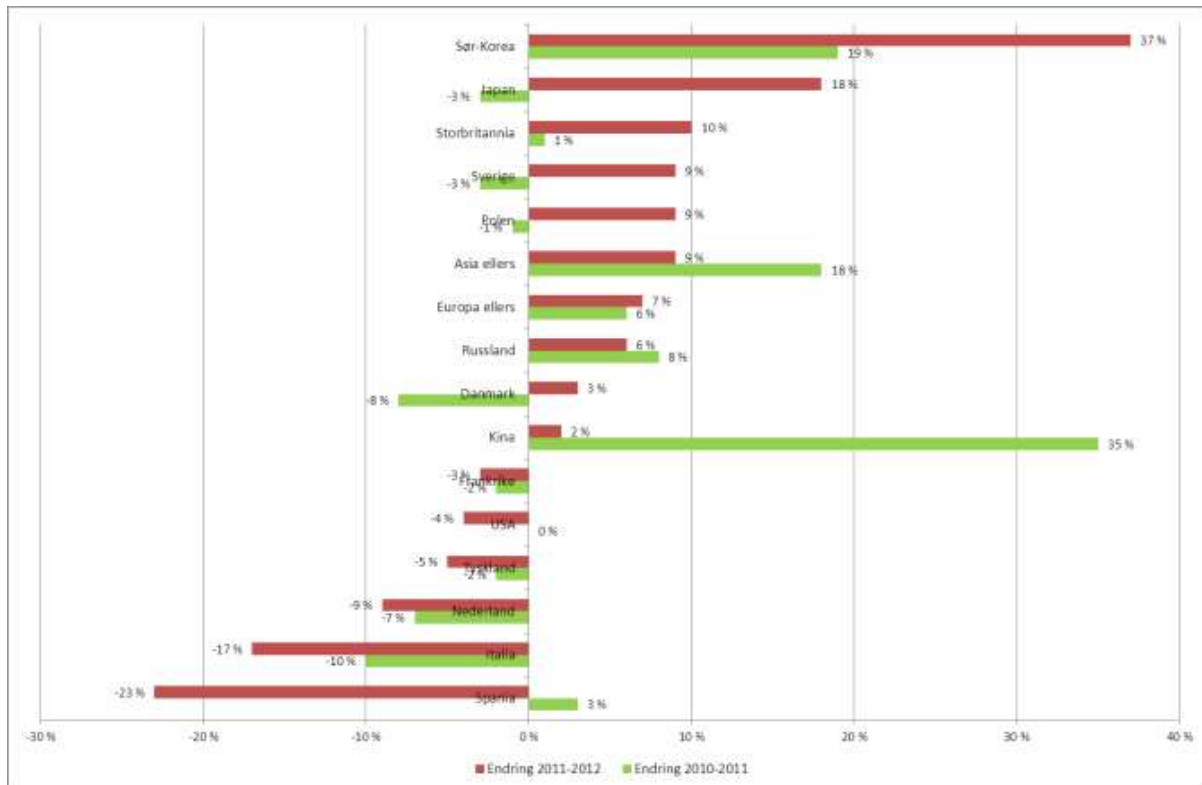
Skala 1-5 hvor 1 er meget stort utbytte og 5 er meget lite utbytte. Antall respondenter: 134 norske selgere, 133 utenlandske kjøpere.

4.11.3 Evalueringer og kundeeffektundersøkelser

Tjenesten inngår ikke i kundeeffektundersøkelsen. NHD har i Regjeringens reiselivsstrategi, Destinasjon Norge, varslet at de vil gjennomføre en ekstern evaluering av tjenesten.

Kommersielle gjestedøgn

Det var 29,9 millioner gjestedøgn ved kommersielle overnattingssteder i 2012. Dette er en økning på tre prosent fra 2011. Det var 21,8 millioner norske overnattinger som er en økning på 3 prosent. Antall utenlandske økte med 1 prosent og endte på 7,9 million. 73 prosent av alle overnattinger var norske. Denne andelen er uendret fra 2011. Etter en jevn stagnasjon fra utlandet gjennom hele 2011, er det hyggelig at denne trenden stoppet i 2012, men dessverre sviktet trafikken i de viktigste sommermånedene juni, juli og august som er volumdrivere. En mer detaljert oversikt finnes i statistikkvedlegget.



Turistundersøkelsen

Nytt av året er at vi i 2012 har gjennomført en landsdekkende turistundersøkelse. Undersøkelsen er i tråd med internasjonale anbefalinger og det betyr at datainnsamling ved grenseovergangene erstattes av datainnsamling ved kommersielle overnattingssteder. Turistundersøkelsen baserer seg på intervju med norske og utenlandske turister i perioden mai 2012 til og med august 2012. Det er gjennomført 3.424 intervjuer.

I forhold til reisemønstre så er det markante nasjonale forskjeller mellom landene. Ser vi på våre naboland, så er det en høy grad av turister som har vært her tidligere. Turister som kommer fra land utenfor Skandinavia, kommer derimot i langt høyere grad for første gang til Norge. Blandt turister fra det øvrige Europa og øvrige utenfor Europa er der hhv. 46 prosent og 79 prosent nye kunder. Ser man på utenlandske turister reisemønstre i Norge, så er de utenlandske turister mobile. 43 prosent overnatter i samme region under hele ferien, mens i omtrent halvdelen overnatter i enten to eller tre forskjellige regioner. Samtidig er det en større andel av de utenlandske turister, som overnatter i både fire og fem forskjellige regioner.

Mer enn halvparten av de turistene forventer å slappe av og oppleve naturen på deres ferie i Norge. Generelt planlegger utenlandske turister flere aktiviteter, mens nordmenn i høyere grad ønsker at slappe av. Sightseeing er populær blant turistene utenfor Skandinavia, som f.eks. tyskere og nederlendere.

Turistene er overordnet sett meget tilfredse med ferien i Norge. Det er selvfølgelig også her store nasjonale forskjeller og svarene er kulturelt betinget. Nordmenn er godt tilfredse med overnattingsstedet, mens de utenlandske gjestene er primært tilfredse med attraksjoner, som også er avgjørende for deres totale tilfredshet med ferien. Driveranalysen viser også, at den lave tilfredshet med prisen i forhold til kvalitet ikke har så stor betydning for turistenes samlede tilfredshet med ferien.

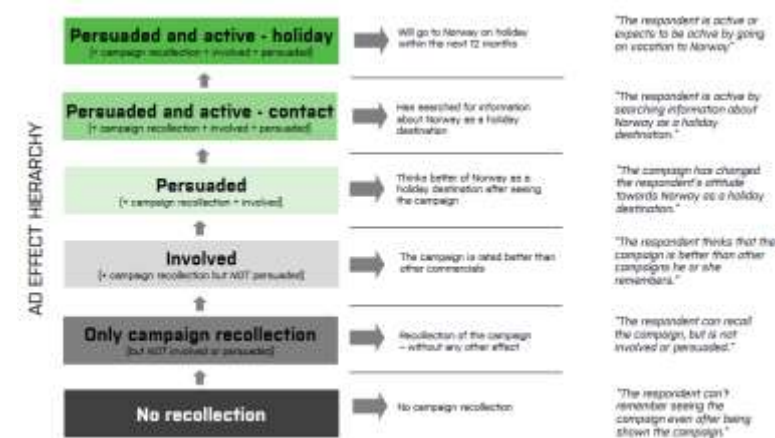
Internasjonale kongresser

Norway Convention Bureau (NCB) har registrert 410 internasjonale fagkongresser i Norge mot 302 i 2011 – en økning på 30 prosent.

Cruise

Cruise Norway rapporterer at Norge fikk 2066 cruiseanløp til Cruise Norways 41 cruisedestinasjoner i 2012. Dette utgjør 2 573 335 besøkende cruisegjester. Dette er en økning i antall anløp fra 2011 på 23 prosent og en vekst i antall besøkende på 26 prosent.

Kommunikasjonsmålinger



Innovasjon Norge har byttet leverandør av kommunikasjonsmålinger. Dette innebærer at man har byttet indikatorer slik at tidligere års målinger ikke kan sammenliknes. Videre har man pga. anbudsprosessen ikke fått gjennomført kommunikasjonsmålinger for mer enn ett marked for sommersesongen 2012: Sverige.

Den uhjelpene kunnskapen, om man kan huske å ha sett en reklame for Norge, er 57 prosent. Den hjulpne

kunnskapen er 27 prosent for banneret, 24 prosent advertorial, 26 prosent for TV-reklame som ble vist i Nord-Sverige og 23 prosent for TV-reklamen som ble vist i Sør-Sverige. Kampanjen er rangert svært positivt. Publikum er mer positiv til TV-reklame som ble vist i Sør-Sverige enn den som ble vist i Nord-Sverige. Kampanjens Tone of Voice blir sett på som troverdig, seriøs og vakker. Større positiv effekt på holdningen til Norge som feriedestinasjon hadde man fått hvis annonsen var morsom, innovativ og kreativ. Effekthierarkiet for kampanjen viser at, for det første har kampanjen skapt erindring. Men i tillegg til dette, har banneret og advertorial også fungert bra i forhold til å skape engasjement. Sammenlignet med andre kampanjer mener rundt 50 prosent at disse reklamene fungerer bedre enn andre

4.11.4 Risikofaktorer/utfordringer

Følgende kritiske suksessfaktorer er identifisert:

Oppslutning i reiselivsnæringen

En kritisk suksessfaktor er at tjenesten får oppslutning i reiselivsnæringen, destinasjonene og andre samarbeidspartnere. For å minimere denne risikofaktoren har Innovasjon Norge tett kontakt med næringen på strategisk og taktisk. Det er opprettet et markedsstrategisk råd bestående av representanter fra de største eksportørene i norsk reiselivsnæring. Det markedsstrategiske rådet skal bidra til å utvikle strategier, markedsprioriteringer, aktiviteter og budsjetter for den markedsrelaterte reiselivssatsingen i Innovasjon Norge.

Videre er det opprettet markedsgrupper i alle markeder hvor tjenesten leveres. Markedsgruppene består deltakende partnere fra reiselivsnæringen, både norske og utenlandske, hvor de taktiske beslutningene tas.

Endringer i markedene

Markedsbildet endrer seg hele tiden og det gjøres kontinuerlige analyser av hvilke markeder tjenesten skal leveres i. I vurderingsgrunnlaget inngår makroøkonomiske betraktninger, tilgjengelighet til Norge, kjennskap til Norge som reisemål, markedets størrelse, forventet vekst i utgående trafikk.

Reiselivsnæringens villighet til å investere i markedet tillegges naturligvis også vekt. Innovasjon Norge har på denne bakgrunn funnet det hensiktsmessig å ha noen kontorer som kun jobber med reiseliv i land hvor det ellers ikke ville blitt vurdert som nødvendig å ha egne utekontorer.

Videre vil uforutsette hendelser i ett eller av flere markedene påvirke utgående reisevirksomhet. På bakgrunn av sin tilstedeværelse i markedene kan Innovasjon Norge følge tett med utviklingen og kan endre operative markedsføringen.

5 Nærings- og handelsdepartementets budsjettposter

5.1 Overordnet bilde og vurdering

Kap. Post	Virkemiddel	Bevilget ramme i mill. kroner		Tilsagn i mill. kroner		Innovasjons-høyde på nasjonalt/ internasjonalt nivå i % av tilsagn ²⁶		Internasjonalt rettet i % av tilsagn ²⁷		Andel i virkemiddel-sone III og IV i % av tilsagn ²⁷	
		2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012
2421.50	Tilskudd			346 ²⁸	170	99	95	96	89	16	12
	Tapsfond	472 ²⁸	248	127	86	93	95	89	85	21	7
2421.71	Tilsk. reiseliv	233	237	220	270	29	29	29	29	29	29
	Andre tilsk.	123 ³⁰	129 ³⁰	93,4	114	84,6	89	84	91	6	5
	Tilsk. gj.før.			42	62						
2421.72	Tilskudd	285	285	321	316	100	100	95	84	7	11
2421.73	Tilskudd	20	5	19,4	1,5	-	-	-	-	15	-
2421.76	Tilskudd	257 ²⁸	257 ²⁸	257	257	100	100	80	96	22	26
2421.78	Tilskudd		4		4	-	-	-	-	100	100
2421.90	Lån		2 500	2 165	2 490	61	33	18	15	64	64

Omdisponering på post 50, ellers er rammeutnyttelse omtrent som forventet

Bevilgede rammer for 2012 på NHDs budsjett er noenlunde på nivå med rammene som ble bevilget for 2011.

Omfanget av tilsagn Innovasjon Norge har gitt i 2012 er, som i 2011, tilnærmet det samme som bevilgede rammer. Innretningen på tilsagnene er også noenlunde i tråd med forventningene for 2012, men etterspørselen etter landsdekkende innovasjonslån var lavere enn forventet, noe som har gitt grunnlag for å benytte en større andel av tildelt ramme under 50-posten til etablerertilskudd og andre tilskudd.

Ved inngangen til 2012 var vurderingen at det heftet betydelig usikkerhet mht. økonomiene internasjonalt, særlig mht. økonomiene i sør-Europa. Det var usikkerhet mht. hvordan dette ville virke inn for Norge, og spesielt ble det stilt spørsmål ved om tilgangen på kreditt via private banker kunne bli strammere. Når vi nå ser tilbake på året, konstaterer vi at både den økonomiske utvikling og kreditttilgangen i Norge var god i 2012. Samtidig har investeringsviljen i store deler av næringslivet vært moderat. Vi mener det først og fremst er dette som er årsak til lavere etterspørsel etter landsdekkende

²⁶ Andelen er regnet i forhold til antall innovasjonsprosjekter, dvs "ikke relevant" er holdt utenfor

²⁷ Midler som er gått til prosjekter hvor innovasjon ikke er relevant for prosjektet er ikke inkludert i beregningene

²⁸ I 2011 var Miljøteknologi ordningen en del av post 50, og det ble gitt tilsagn for 257 mill. kroner, mens i 2012 er ordningen egen post 76.

²⁹ Disse tilskuddsmidlene går til reiselivsprofilering ikke til ordinære bedriftsprojekter. Vi registrer derfor ikke statistikk på samme måte som for normale tilskudd.

³⁰ Inkluderer midler til gjennomføring

innovasjonslån. Når det er sagt, nevnes at det for 2013 vil være en prioritert oppgave i Innovasjon Norge å sørge for at sentrale aktører blir bedre informert om tjenesten.

Innovasjon Norge har valgt å særlig prioritere økt handlingsrom på tilskuddssiden under post 50 til landsdekkende etablerertilskudd fordi vi mener det er stort potensial for å utløse gode prosjekter. I føringene NHD ga i oppdragsbrevet for 2012 er det indikert at etablerertilskudd bør utgjøre om lag 20 mill. kroner, mens det i 2012 ble gitt tilsagn for 77 mill. kroner.

I revidert budsjett 2012 ble Innovasjon Norge tildelt en øremerket ramme på 15 mill. kroner til utviklingstiltak innen treforedling. Samlet sett bidro Innovasjon Norge i 2012 med tilskudd nær 21 mill. kroner til slike tiltak, herav knapt 17 mill. kroner over post 50.

Ekstraordinær tiltakspakke for treforedlingsindustri avdekket stort behov

De senere årene har norsk treforedling og særskilt papirindustrien opplevd et raskt fallende marked, og sterk konkurranse i verdensmarkedet. Regjeringen la frem en tiltakspakke for å styrke industrien gjennom økt forsknings- og utviklingsaktivitet i 2012. Tiltakspakken ble fordelt via Norges Forskningsråd, Siva, Statens landbruksforvaltning, Landbruks- og matdepartementet og Innovasjon Norge. Vår utlysning avdekket et stort udekket behov for utviklingsmidler i næringen, med søknader for over tre ganger utlysningssummen. Bedriftene som ikke fikk støtte gjennom pakken arbeides det videre med for å se på hvilke muligheter som finnes i virkemiddelapparatet.

Moderat utviklingsaktivitet innen maritim sektor

Innenfor miljøprosjekter og utvikling av nærsjøskipsfart og programmet Maritim utvikling er det til sammen gitt tilskudd til sammen ca. 15 mill. kroner, som er om lag det samme som i 2011. Det er for øvrig Innovasjon Norges oppfatning at det fremover kan stilles spørsmål ved om det er gode grunner for å "øremerke" midler til utviklingstiltak til sektoren.

Tap på utlån og garantier innenfor budsjett, mens marginene er bedre enn budsjett

Landsdekkende innovasjonslån og garantier, som har tapsdekning gjennom tapsfond avsatt under post 50, hadde i 2012 bokførte tap på 70 mill. kroner mot budsjettet 80 mill. kroner. Tapene utgjør 4,6 % av løpende utlånsportefølje/garantiansvar. Vurderingen er at tapene under disse ordningene normalt kan være i størrelsesorden 5 % av porteføljen.

Tapsfondet, som skal dekke fremtidige tap, har en overdekning på 18 %-poeng, hvilket innebærer at tapsfondet er 18 %-poeng større enn vi anser kalkulert risiko å være i den delen av porteføljen som ikke har tapsnedskrivning. Med dette kan tapsfondet anses å være robust, noe det også bør være etter flere gode år, og med utsikter til større utfordringer for konkurranseutsatt næringsliv.

Marginene på slike lån/garantier var i 2012 bedre enn budsjettet, hovedsakelig som følge av at utlånsrentene ikke er redusert i samme grad som innlånsbetingelsene er forbedret. Vurderingen har allikevel vært at utlånsrentene, med en effektiv rente per årsskiftet 2012/2013 nær 6 %, er relativt gunstige, risikoen tatt i betraktning.

Våre utekontorer er vårt sentrale verktøy for bidrag til økt internasjonalisering av næringslivet

Globaliseringen gir norske bedrifter både nye muligheter og trusler. Internasjonalisering angår alle bedrifter, enten de opererer ute eller hjemme. Selv skjermede næringer som landbruk opplever

konkurranse hjemme og økte muligheter ute. Internasjonalisering blir dermed en viktig forutsetning for bedriftene for å lykkes.

Våre utekontorer bidrar til små og mellomstore bedrifters internasjonalisering gjennom å:

- levere rådgivingstjenester til enkeltbedrifter (for eksempel strategisk posisjonering, partnersøk, etableringer, EU rådgiving, IPR rådgiving og rådgiving om Internasjonale handelsregler,) tilpasset spesifikke behov som avdekkes i dialog med den enkelte kunde
- bygge og utvikle nettverk av strategiske samarbeidspartnere
- bygge og utvikle bedriftsnettverk og nettverk av relevante samarbeidspartnere for enkeltkunder
- arrangere seminarer, konferanser, studieturer, delegasjonsreiser og messedeltagelse (fellesstands)/organisere bedriftsdeltagelse
- formidle informasjon og vurderinger knyttet til relevant ny teknologi og anvendelse av denne, markedsmessige forhold og markedsmessige muligheter, utviklingstrender og konsekvenser, relevante kulturelle forhold og konsekvenser av ulike politisk styrte rammebetingelser (for eksempel innovasjonspolitik) til norsk næringsliv og eiere og oppdragsgivere
- samt gjennomføre profilerings- og markedsføringsaktiviteter.

Større etterspørsel etter tjenester fra kontorene i utlandet i 2012

Vi har registrert en større interesse og økt behov for våre tjenester i 2012 sammenlignet med året før. Vi mener dette både er en konsekvens av næringslivets etterspørsel og av vårt målrettede kundearbeid.

I 2012 ble det igangsatt en fullstendig gjennomgang av Innovasjon Norges internasjonale tilstedeværelse for å vurdere om vi er tilstrekkelig representert i markeder der norske bedrifter er aktive og om vi er godt nok posisjonert i forhold til næringslivets fremtidige behov.

Nytt kontor i Jakarta

Som et ledd i å styrke vår tilstedeværelse i fremvoksende markeder, ble det i 2012 etablert et nytt kontor i Jakarta, Indonesia. Kontoret sin oppgave er å synliggjøre mulighetene i det raskt voksende indonesiske markedet for norske bedrifter, kartlegge behov og hjelpe bedriftene i jakten på kunder og samarbeidspartnere. I forbindelse med åpningen arrangerte Innovasjon Norge en delegasjonsreise med deltagelse fra nær 100 representanter fra 70 bedrifter. Kronprinsparet foretok den offisielle åpningen av kontoret.

Profilering av Norge som reisemål: Utlendingene ble hjemme – det gjorde heldigvis nordmenn også!

Reiselivsåret 2012 kan i korte trekk oppsummeres som: vinteren var snøfattig, sommersesongen solfattig og den norske kronekursen var fortsatt høy mot mange av våre viktigste handelspartnere. Med en nullvekst fra utlandet i 2011 er det likevel hyggelig at antall utenlandske gjestedøgn økte med en prosent i 2012. Norske gjestedøgn økte med tre prosent slik at reiselivsåret 2012 ble det jevne med tre prosent totalt, målt i kommersielle gjestedøgn. I 2012 kjøpte norske reiselivsbedrifter profileringstjenester av Innovasjon Norge for 111,9 mill. kroner, mens Innovasjon Norge brukte 284,3 millioner offentlige kroner til å markedsføre Norge som reisemål internasjonalt – og i Norge.

Innovasjon i reiselivet: Mot et mer internasjonalt og kompetent reiseliv

Tjenesten innovasjon i reiselivsnæringen tilbyr syv ulike kurs til reiselivsnæringen i tillegg til å medfinansiere kommersielle bedriftsnettverk i reiselivet. I Regjeringens reiselivsstrategi fikk Innovasjon Norge ansvar for utvikling og implementering av en rekke kompetansekurs til reiselivsnæringen. I 2012 var 808 reiselivsbedrifter på 46 kurs med gode brukerevalueringer. Antall kommersielle bedriftsnettverk i reiselivet øker og andelen som er internasjonalt rettet er høyere enn tidligere (69 % i 2012 mot 58 % i 2011). Det er stor interesse for tjenesten, spesielt i sentrale områder. Beskjedne rammer gir begrensede muligheter til å finansiere nye bedriftsnettverk. Ambisjonene må derfor holdes på et moderat nivå. I 2012 hadde Innovasjon Norge et forbruk på 15 mill. kroner til tjenesten innovasjon i reiselivet.

Vi satser på utvikling av klynger og innovasjonsmiljøer!

Utvikling av nettverk og innovasjonsmiljøer står for den tyngste delen av programvirksomheten. Vi har under denne delen av vår virksomhet i 2012 12 NCE'er gående, 20 Arena-prosjekter og vi har finansiert 63 Bedriftsnettverk, herav 25 hovedprosjekter. Disse 3 nettverkstjenestene står for grovt anslått 150 mill. kroner av disponerte midler fra NHD kap 2421 post 71 og KRD kap 551 post 72.

NCE-programmet retter seg mot de mest dynamiske næringsklyngene, som har forutsetninger og ambisjoner om å bli anerkjent som "world class clusters". Programmet bidrar til å målrette, forbedre og akselerere pågående utviklingsprosesser i disse klyngene.

NCE-programmet og NCE-klyngene er igjennom oppstartsfasen. I neste fase vil klyngene og programmet særlig være opptatt av fire områder: Økt innovasjon, målrettet internasjonalisering, styrket vertsskapsaktivitetet ovenfor internasjonalt orienterte selskaper og tilgang på skreddersydd kompetanse.

I 2012 ble det gjennomført 298 innovasjons- prosjekter, 111 prosjekter med internasjonal forretningsutvikling som formål og 179 prosjekter med utdanning og kompetanseutvikling som formål hos NCEene som samarbeidsprosjekter.

NCE klyngene har fått en rolle som premissleverandør for ledende næringsmiljøer i Norge. Dette er positivt ved at virkemiddelapparatet og det offentlige har lett tilgjengelig krevende kundegrupper. Vi ser også at disse miljøene går foran i mange sammenhenger og utfordrer oss på hvordan fremtidens klynge-satsing bør innrettes. Et eksempel på dette er forventninger om en klynge-satsing som i enda sterkere grad adresserer de globale utfordringer og muligheter.

Arena er et program for utvikling av umodne klynger i tidlig fase. Ordinær prosjektperiode er 3 år, men denne kan forlenges i ytterligere to år for velfungerende prosjekter med betydelig ytterligere potensial. Programmet leverer stadig bedre resultater. I 2012 ble det gjennomført 250 innovasjonsprosjekter hvor det medvirket til sammen 502 deltakende klyngebedrifter i 20 prosjekter. Det ble iverksatt 90 prosjekter med formål internasjonal forretningsutvikling og 129 prosjekter med sikte på nye/forbedrede utdanningstilbud og kompetanseutvikling. Prosjektene i Arena-programmet dekker et vidt spekter av næringer og teknologiområder og har en gjennomgående god geografisk spredning.

Vi tror at gode resultater er bakgrunnen for den sterke interessen fra regionale prosjekter når det gjelder å komme inn i programmet. I 2012 fikk sju nye næringsklynger status som Arena-prosjekt: BioTech North (Troms), Mineralklynge Nord (Nord-Norge), NxtMedia (mediebedrifter i Trøndelag), iKuben (mekanisk industri i Møre og Romsdal), Arena Digin (databedrifter i Agder), Electric Mobility Norway (el-bil-bedrifter i Buskerud) og Arena Heidner (bioteknologibedrifter i Hedmark). Følgende prosjekter ble avsluttet i 2012: Arena Beredskap (Nordland/Troms), Innovative Opplevelser (Nordland), akvARENA (Trøndelags-bedrifter som produserer utstyr til akvakultur-næringen) og Arena

Helseinnovasjon (Buskerud). En hovedutfordring for programmet er tilgjengelig budsjetttrammer til å finansiere gode klyngeprosjekter i landets sentrale områder.

Så mye som 80 % av midlene gikk til internasjonalt rettede **bedriftsnettverk**. Det har vært stor interesse og økning i antall nye nettverksinitiativ, spesielt i distriktsområdene, hvor tilgangen til offentlig støtte er større enn i sentrale områder. Krevende markeder utfordrer i økende grad norske bedrifters omstillings- og innovasjonsevne. Vi ser på bedriftsnettverk som et enkelt og fleksibelt tilbud til bedrifter som vil møte denne utfordringen gjennom strategisk samarbeid med andre bedrifter.

Nye leveransemodeller og arbeidsform for proaktiv bistand

I 2012 har vi innført en ny leveransemodell og arbeidsform for proaktiv bistand. Utvalgte "Key Account"-kunder får skreddersydde oppfølgingstilbud med rådgivere både fra utekontorene og distriktskontorene i støttefunksjon.

Satsing på globale gründere

Internasjonale kompetansetilbud innrettet mot å få fram flere globale gründere med internasjonalt vekstpotensial. Herunder arrangerer vi GET (Global Entrepreneurship Training) i Boston 1 gang per år, TINC (Techinbubator) i Silicon Valley, startet opp i 2012, gjennomført 2 ganger og planlagt 3 ganger per år fremover,. Regionale pitch-treningsworkshops i Norge med coach fra Silicon valley, startet i 2012, avholdt 1 gang i Tromsø og planlagt hyppig i 2013 samt Business Bootcamp-tilbud med trening av gründere 6 – 8 steder i Norge i 2013.

"Sektorprogrammet" er en viktig del av programvirksomheten

Innovasjon Norge har valgt syv sektorer ut fra en overordnet vurdering av samfunnets fremtidige behov eller norsk næringslivs naturlige fortrinn, sektorer hvor det er et uforløst potensial for innovasjon og verdiskaping, sektorer hvor Innovasjon Norge kan ha en utløsende rolle.

Sektorprogrammet omfatter 4 av Innovasjon Norges 7 prioriterte sektorer (de tre øvrige er sjømat, landbruk og reiseliv):

- Energi og miljø
- Helse
- Maritim
- Olje og gass leverandørindustri

Arbeidet rettet mot disse sektorene organiseres typisk i "utviklingsprosjekter" som ofte gjennomføres i samarbeid med klynger og andre bransjeaktører. Som det fremgår av rapporteringen ellers har forbrukte midler dels gått til Innovasjon Norges eget arbeid innenfor disse sektorene og bl.a. finansiert fagmesser, analyser i forbindelse med internasjonalt indfustrisamarbeid og strategisk posisjonering og omdømmebygging for norsk industri.

Ekstraordinær tiltakspakke for treforedlingsindustri krever nettverks- og mobiliseringsarbeid

Innovasjon Norge fikk i revidert budsjett i 2012 i oppdrag å fordele 20 mill. kroner gjennom ekstraordinær tiltakspakke for treforedlingsindustrien i 2012. Midlene som ble stilt til rådighet ble fordelt på post 50 og post 71, hvor førstnevnte ble fordelt gjennom en felles utlysning for å styrke forsknings- og utviklingsaktiviteten i næringen. 15 mill. kroner av "pakken" var øremerket for dette. De

resterende 5 mill. kroner skulle benyttes til nettverksbyggende aktiviteter, men ble ikke disponert i 2012. Grunnen til dette er at man gjennom siste halvdel av 2012 søkte en svar på hvordan midlene mest hensiktsmessig kunne brukes for å gi best mulig langsiktig effekt for skogsindustrien. Innovasjon Norge har hatt en aktiv kontakt med de ulike deler av skogsindustrien og har funnet at man vil iverksette et eget mobiliseringsoppdrag i 2013 med mål om økt utviklingsaktivitet i bruk av trefiber, og utvikling på tvers av skogsindustrielle verdikjeder.

Miljøteknologitilskudd en kraftfull og god tilskuddsordning

Miljøteknologitilskudd fremstår som en attraktiv tilskuddsordning til miljøteknologiprojekter. Ordningen har et betydelig omfang i "sentrale områder", hvor det ellers (om en ser bort fra OFU/IFU-tilskudd) er et relativt begrenset tilbud på tilskudd gjennom Innovasjon Norge. Vurderingen er at Innovasjon Norges miljøteknologitilskudd i meget stor grad bidrar til gjennomføring av utviklings- og demoprojekter, som ellers ikke ville blitt gjennomført. Risikoen i prosjektene er meget høy, og vi konstaterer at mange aktører har betydelige utfordringer med å skaffe tilveie nødvendig egenkapital. Innovasjon Norge har i forarbeidet med søknadene dermed hatt særlig fokus på dette. I vurderingen av søknadene er det på de litt større sakene regelmessig også brukt rådgivende ekspertutvalg. Erfaringen er at slike ekspertutvalg både har vært nyttig for saksbehandlingen og for kundene.

IFU/OFU er gitt en god evaluering i 2012

IFU/OFU-tilskuddsordningen er evaluert av Oxford Research i 2012. Evalueringen konkluderer med at ordningen bidrar i vesentlig grad til økt samarbeid, kompetanse, atferdsendringer, innovasjon, eksport og konkurranseevne samtidig som det forpliktende samarbeidet som ligger i IFU/OFU-modellen fremheves som skjerpende for utviklingsorienteringen. Det fremheves videre bl.a. at addisjonaliteten i tjenesten er høy, at tjenesten er viktig for fornyelse i offentlig sektor, at de bedrifts- og samfunnsmessige effekter er betydelige og at modellen fungerer like godt for "unge" som for modne bedrifter. Det pekes også på at saksbehandlingstiden bør forkortes.

Erfaringen har de siste årene vært at det årlig annulleres tilsagn for i størrelsesorden 50 mill. kroner. Årsaken er dels at prosjekter som tidligere er gitt tilsagn viser seg å bli mindre omfattende enn antatt, men også at flere prosjekter ikke blir gjennomført, bl.a. etter at forutsatte emisjoner ikke lar seg gjennomføre og/eller at avtalen med krevende kunde, som på søknadstidspunktet oftest har form av en intensjonsavtale, ikke faller på plass.

Vi ser for øvrig at ikke utbetalte beløp under OFU/IFU-ordningen per årsskiftet beløper seg til 445 mill. kroner, tilsvarende tilsagn for nær 1,5 år. Hensyn tatt til at mange prosjekter etter tilsagn foreligger både skal få på plass avtale med krevende kunde, (ofte) gjennomføre emisjoner og rigge prosjektet samt at mange prosjekter går over 2 – 3 år, er ikke dette unaturlig. Erfaringene er at kundene ber om utbetaling så snart de har grunnlag for det, herunder har gjennomført forutsatt del av prosjektet. Ikke utbetalte tilsagn har imidlertid økt med vel 20 % de siste 2 årene dette er en uønsket utvikling. Vi må derfor øke fokus på oppfølgingen og utbetalingene.

Lavrisikolån er etterspurt, og det oppnås bedre økonomiske resultater for IN enn budsjettet

Lavrisikolånerammen er tilnærmet 100 % utnyttet. Etterspørselen etter slike lån var gjennom hele året høy og beslutning i noen større saker måtte av rammehensyn skyves over årsskiftet 2012/-13. Både etterspørsel og tilsagn ble i 2012 særlig preget av str interesse for å få Innovasjon Norge med på langsiktig fartøysfinansiering innenfor fiskeflåten. Til tross for at Innovasjon Norge nesten uten unntak samfinansierer større lån i denne sektoren med bankene, normalt på likestilt basis, ble tilsagnsvolumet

over 1 mrd. kroner til denne sektoren. Dette har også betydning for lav innovasjonshøyde i 2012 for lavrisikolånene. Andelen lavrisikolån til industri og tjenesteytende sektor er lavere enn forventet.

For øvrig har lånevirkksomheten i 2012 vært preget av bedre marginer enn budsjettet og moderate/akseptable tapsnivåer, som har gitt grunnlag for et overskudd 138,6 mill. kroner på lavrisikolånevirkksomheten, mot + 63,4 mill. kroner i 2011.

Vurderingen er for øvrig at høy etterspørsel etter lavrisikolån er noe preget av endringene i rammebetingelsene og fundingkostnader for bankene, herunder at det i bankene synes å være noe mindre interesse for å tilby lange lån.

Nye landsdekkende såkornfond

I revidert budsjett 2012 ble det besluttet å opprette inntil 6 nye landsdekkende såkornfond, og det ble bevilget egenkapital til statens deltakelse i 2 nye såkornfond. Arbeidet i 2012 har særlig vært konsentrert om å få på plass en avklaring med ESA om notifisering av ordningen i forhold til EØS-avtalen. Det forventes at de to fondene vil være operative til 2014, etter å ha hentet inn privat kapital.

Såkorn-98-fondene har økonomiske problemer og ingen investeringsaktivitet. Øvrige såkornfond har en kontrollert økonomi, men moderat investeringsaktivitet

Bildet av fondenes situasjon er i 2012, som det var i 2011, bare enda tydeligere: Såkornfondene fra 1998 (ett landsdekkende og 5 regionale) har investert all kapital, suksessraten har vært meget lav og kun ett eller to av fondene har i forhold til egen økonomi klart seg tilfredsstillende. Det bokføres dermed fortsatt betydelige nye tapsnedskrivninger på Innovasjon Norges ansvarlige lån til disse såkornfondene. Situasjonen for de distriktsrettede og landsdekkende fondene, som er etablert ca. 2006 synes å ha relativt få realiserte tap og urealiserte nedskrivninger. Det meste av kapitalen er imidlertid investert og/eller reservert for oppfølgingsinvesteringer, og også disse fondene har lite eller ingen tilgjengelig kapital til nye prosjekter.

5.2 Effekter av tildelinger fra NHD

Etterundersøkelsene de to siste årgangene viser relativt store endringer i resultatene sammenlignet med det som har vært tilfelle i årene før. Prosjektenes bidrag til overlevelse, konkurranseevne og lønnsomhetsutvikling har for de fleste virkemidlene gått opp, mens bidraget til kompetanseutvikling og innovasjon har for mange gått ned. Dette er vanskelig å tolke, men kan kanskje tyde på at bedriftene i den siste perioden har prioritert verdiskaping på relativt kort sikt, noe som har gått på bekostning av utvikling av nye produkter og prosesser samt kompetanse og samarbeidsrelasjoner. Et unntak er rådgivingstjenestene knyttet til internasjonalisering hvor prosjektenes bidrag til innovasjon og kompetanse har økt.

Spørsmål	Tjeneste	2006	2007	2008
Betydning for lønnsomhetsutvikling	Internasjonalisering	25	71	59
	FRAM	45	68	58
	Innovasjonslån	75	75	87
	Grunnfinansiering flåte	46	71	71
	Landbrukslån	57	83	82
	Lavrisikolån	52	75	73
	Landsdekkende utviklingstilskudd	50	59	56
	Maritim Utvikling			63
	OFU/IFU	53	72	75
	Gjennomsnitt alle tjenester	51	70	73
Betydning for overlevelse	Internasjonalisering	39	64	52
	FRAM	36	55	55
	Innovasjonslån	82	60	100
	Grunnfinansiering flåte	50	76	59
	Landbrukslån	68	78	73
	Lavrisikolån	46	75	71
	Landsdekkende utviklingstilskudd	38	52	50
	Maritim Utvikling			50
	OFU/IFU	53	56	67
	Gjennomsnitt alle tjenester	50	64	68
Betydning for økt eksport	Internasjonalisering	56	69	65
	FRAM	2	14	45
	Innovasjonslån	83	75	82
	Grunnfinansiering flåte	29	40	44
	Landbrukslån	6	20	22
	Lavrisikolån	23	40	45
	Landsdekkende utviklingstilskudd	43	44	50
	Maritim Utvikling			50
	OFU/IFU	41	41	44
	Gjennomsnitt alle tjenester	19	42	43
Betydning for økt omsetning	Internasjonalisering	61	67	68
	FRAM	67	62	71
	Innovasjonslån	83	75	87
	Grunnfinansiering flåte	71	86	86
	Landbrukslån	83	84	89
	Lavrisikolån	82	80	81
	Landsdekkende utviklingstilskudd	62	62	77
	Maritim Utvikling			50
	OFU/IFU	56	59	70
	Gjennomsnitt alle tjenester	72	77	79

Spørsmål	Tjeneste	2006	2007	2008
Andel høy og middels addisjonalitet	Internasjonalisering	84	84	96
	FRAM	85	95	89
	Innovasjonslån	100	89	100
	Grunnfinansiering flåte	76	53	58
	Landbrukslån	86	80	81
	Lavrisikolån	67	85	74
	Landsdekkende utviklingstilskudd	97	97	98
	Maritim Utvikling			88
	OFU/IFU	84	93	89
	Gjennomsnitt alle tjenester	87	87	85
IN har i stor grad bidratt til økt innovasjon	Internasjonalisering	53	67	76
	FRAM	47	48	53
	Innovasjonslån	70	60	75
	Grunnfinansiering flåte	30	39	34
	Landbrukslån	56	56	58
	Lavrisikolån	62	64	50
	Landsdekkende utviklingstilskudd	70	73	61
	Maritim Utvikling			67
	OFU/IFU	89	83	80
	Gjennomsnitt alle tjenester	67	62	63
IN har i stor grad bidratt til økt kompetanse	Internasjonalisering	65	75	76
	FRAM	67	63	67
	Innovasjonslån	77	73	74
	Grunnfinansiering flåte	33	46	46
	Landbrukslån	49	47	60
	Lavrisikolån	64	68	63
	Landsdekkende utviklingstilskudd	83	88	89
	Maritim Utvikling			87
	OFU/IFU	86	88	86
	Gjennomsnitt alle tjenester	71	66	68

5.3 Kap. 2421.50 Innovasjon – prosjekter

5.3.1 Begrunnelse for prioritering av midlene i forhold til formålet

I rapporteringskalenderen for 2013 når det gjelder helårsrapportering for 2012 påpeker NHD at det skal redegjøres for bruken av midlene til landsdekkende innovasjonstilskudd og en begrunnelse for prioriteringene i forhold til formålet med midlene.

Bevilgningsrammene under post 50 ble i statsbudsjettet 2012 fastsatt til 233,2 mill. kroner, rammen ble økt med 15 mill. kroner, etter Stortingsvedtaket 15. juni 2012. Tilleggsbevilgningen er innrettet mot å stimulere til økt FoU-virksomhet i treforedlingsindustrien.

Bevilgningsrammen i 2011 var på 472 mill. kroner. Av denne rammen ble det øremerket 257 mill. kroner til miljøteknologiordningen. For 2012 er det bevilget 257 mill. kroner til miljøteknologiprojekter på egen budsjettpost (NHD 2421.76). Til forskjell fra 2011 omfatter bevilgningsrammen under post 2421.50 i 2012 også prosjekter under Maritim Utvikling, tidligere post 2421.79. Det er for øvrig også – iht. melding fra NHD – overført 9,1 mill. kroner fra post 79 (tidligere MARUT) til post 50.

Midlene under post 2421.50 skal benyttes til tilskudd og til avsetninger til tapsfond for innovasjonslån og garantier. Gjennom bruken av disse midlene skal Innovasjon Norge tilby finansiering til bedrifts- og samfunnsøkonomisk lønnsomme utviklingsprosjekter i hele landet.

Av den opprinnelige rammen på 233,2 mill. kroner sier oppdragsbrevet at det landsdekkende etablerertilskuddet videreføres på om lag samme nivå som for 2011 (20 mill. kroner ble øremerket i 2011, men det ble i 2011 gitt tilsagn på til sammen 34 mill. kroner). Det samme gjelder for den maritime satsingen som består av ordningen for miljøprosjekter og utvikling av nærskipsfartflåten og programmet for Maritim utvikling (tilsagn om til sammen 15 mill. kroner i 2011). Innovasjon Norge avgjør hvor stor del av bevilgningen som skal settes av til tilskudd og tapsavsetninger. Tapsfondet skal ha en forsvarlig størrelse sett i forhold til tapsrisikoen i låneporteføljen.

I halvårsrapporteringen 2012 ble det varslet om at dersom ikke tilgangen på "låneverdige" prosjekter tar seg opp, vil en større andel av rammen på tapsfond lån og garantier stilles til disposisjon for tilskuddsprosjekter. Etterspørselen etter lån fortsatte å være beskjedent også i 2. halvår av 2012, og det ble foretatt en omdisponering. Rammen for landsdekkende etablerertilskudd ble økt med en tilsvarende reduksjon i budsjettert tapsfond for lån og garantier og en større andel av rammen enn opprinnelig planlagt ble disponert til landsdekkende innovasjonstilskudd.

Tabell 16. Oversikt over tilsagn fra post 2421.50 siste tre år.

Mill. kroner	2010	2011	2012
Tapsfond innovasjonslån og garantier	155	127	87
Landsdekkende etablererstipend	51	34	77
Tilskudd nærskipfart/Maritim	20	2	15
Tilskudd bedriftsnettverk	7,1	8	31
Tilskudd kultur og opplevelsesnæringer	3,7	-	-
Tilskudd miljøteknologi	140 ³²	257	33
Tilskudd treforedling	-	-	17
Landsdekkende innovasjonstilskudd	52,7	44	61
Tilbakeført til staten	14,5	-	-
Total		472	257³⁴

5.3.2 Kap. 2421.50 Landsdekkende innovasjonstilskudd

Ramme 2012: 61 mill. kroner

Formål/målsetning med midlene

I henhold til oppdragsbrevet for 2012 skal landsdekkende innovasjonstilskudd gis til prosjekter som bidrar til å fremme oppfinnelser, produktutvikling, nyetableringer, omstilling eller kompetanseheving.

Ressursbruk

Innovasjon Norge har i 2012 fordelt midlene til landsdekkende innovasjonstilskudd ut på distriktskontorene i de sentrale områdene gjennom å tildele fylkesvise rammer. Distriktskontorene benytter rammen til proaktivt arbeid, til forprosjekter og til regionale og nasjonale utviklingsprosjekter. Modellen legger til rette for at Innovasjon Norges distriktskontorer kan samhandle aktivt med det regionale partnerskapet om fellesprosjekter og aktiviteter. I sentrale strøk er det i all hovedsak landsdekkende innovasjonstilskudd som kan ivareta denne muligheten. Innretningen har dermed i stor grad vært rettet mot fellestiltak og prosjekter som passer godt inn i prioriteringene i de regionale utviklingsplanene.

Landsdekkende innovasjonstilskudd har for 2012 for det meste blitt benyttet til flerbedriftsprosjekter med forpliktende deltakelse fra bedrifter. Det har for Innovasjon Norge vært ønskelig å prioritere prosjekt som har effekt for flere kunder fremfor å satse på tiltak i enkeltbedrifter, fordi vi mener dette er mer effektiv bruk av en forholdsvis begrenset bevilgning, sett i forhold til nedslagsfeltet. Dog har noen av tilskuddsmidlene også blitt benyttet på enkeltbedrifter som har et nasjonalt og internasjonalt utviklingspotensial. Det er opp til hvert enkelt DK å prioritere midlene på flerbedriftsprosjekter eller på enkeltbedrifter etter hva de mener gir mest effekt på verdiskaping i regionen.

³¹ Bedriftsnettverk er fra 2012 finansiert under post 71

³² Føring på at 100 mill. kroner av dette skulle brukes til 2. generasjons biodrivstoff

³³ Ny post fra 2012; post 76

³⁴ I beløpet inngår en netto overføring fra det tidligere Marut-programmet, som tidligere var under post 79

Statistikk:

Når en holder Innovasjon Norges gjennomføringskostnader utenfor (6 mill. kroner) viser det seg at

- Det er gitt tilsagn til vel 150 prosjekter
- Gjennomsnittlig tilsagn var vel 350.00,- kroner
- De 20 % største tilsagnene står for vel 50 % av tilsagnsbeløpet

De 20 % største tilsagene kan gi et bilde på innretningen av prosjektene. Disse dreier seg om:

- Kommersiell utvikling av mikrofibrillær cellulose (MFC)
- Utvikling av ulike produkter basert på chitin/chitosan
- Tilskudd til FRAM Marked, USA/Silicon Valley
- Development of a in vitro living skin equivalent for testing anti-inflammatory substances.
- Kompetanseprogram for bedrifter med internasjonale ambisjoner.
- Forprosjekt Arena - klyngeutvikling subsea bransjen i aksene Notodden-Kongsberg-Drammen-Lysaker + Vestfold.
- Mobiliserende entreprenørskapsarbeid i Østfold og Follo.
- Utvikling av næringslivet i Mosseregionen
- IPR-rådgivning og innkjøp av IPR-kompetanse i prosjekter som kundeansvarlig i IN har prekvalifisert.
- Utvikling og testing av system for rask kutting av kjetting ombord på offshore skip.
- Kompetansehevende tilbud til SMB i startfasen. Søker får en rådgiver gjennom Mentorsamarbeidet med Connect.
- Tilskudd til Connect, som gir bistand til forretningsutvikling, presentasjon industrielt nettverk og investorkontakter.
- Oslo Innovation Week 2012 og 2013
- Kompetanseprogram for bedrifter med internasjonale ambisjoner
- Entreprenørskapskonferanse for unge mellom 18-25 på Lillehammer i august 2013. Samarbeide med Start Centrum i Ørebro, Sverige
- FRAM Marked, Kompetanseprogram for unge IKT-bedrifter med stort internasjonalt potensial
- Kompetanseprogram for bedrifter innen velferdsteknologiområdet med internasjonale ambisjoner.
- Kompetanseprogram innen bedriftsutvikling, strategi og ledelse for kvalifiserte aktører innen energi og miljø, maritim og IKT fra Oslo, Akershus og Østfold.
- Et felles inkubatorprogram, som drar fordel av de mangeårige svenske erfaringer på området
- FRAM Innovasjon - et strategi- og lederutviklingsprogram for SMB vekstbedrifter
- Støtte til etablererveiledningstjenesten i Akershus
- Gjennomføre en tredje pilot av det nye prosjekttypen FRAM Innovasjon.
- Kompetanseutvikling internasjonal forretningsutvikling
- Alginat-produksjon i et samarbeidsprosjekt med partner i UK.
- Kompetanseprogram for bedrifter innen maritim og marin, med internasjonale ambisjoner.
- FRAM Marked rettet mot India, for maritim sektor.
- Nasjonalt bedriftsnettverksprosjekt (hovedprosjekt) for olje- og gassbedrifter som skal inn på det brasilianske markedet
- FRAM Marked, Clean Water

- Nyskappingsprogrammet Idéakselerator
- Leverandørutviklingsprogram LUP i regi av NCE Systems Engineering Kongsberg.

Bruken av landsdekkende innovasjonstilskudd har denne geografiske fordelingen:

Fylke	Antall innvilgede saker	Innvilget beløp (i mill. kroner)
01 Østfold	5	6,1
02 Akershus	4	1,1
03 Oslo	27	9,4
04 Hedmark	3	1,2
05 Oppland	5	1,2
06 Buskerud	9	3,6
07 Vestfold	5	1,1
08 Telemark	5	0,9
09 Aust-Agder	1	0,05
10 Vest-Agder	10	1,6
11 Rogaland	20	6,9
12 Hordaland	17	3,7
15 Møre Og Romsdal	9	2,1
16 Sør-Trøndelag	7	1,3
17 Nord-Trøndelag	1	0,1
19 Troms	1	1,1
Fylkesoverskridende prosjekter	27	19,4
Totalt	156	60,7

Om innretningen av tilsagnene kan det for øvrig sies:

- 18 % (17 % i 2011) av midlene har gått til kundetypen SMB med vekstambisjoner og – potensial, 11 % (15 % i 2011) til etablerer og 3 % (2 % i 2011) til ung bedrift. Når det ikke er større andel til disse gruppene, henger det først og fremst sammen med at flere flerbedriftsprosjekter ikke kan defineres inn under disse kategoriene, men er bredere i sin innretning.
- 76 % (76 % i 2011) har gått til finansiering av prosjekter med innovasjon på nasjonalt eller internasjonalt nivå.

87 % (80 % i 2011) er vurdert å være internasjonalt rettet

Kundeeffektundersøkelser

De siste kundeeffekt etterundersøkelsene (se side 92) viser at bruken av tilskuddsmidlene målrettet til innovative og internasjonalt rettede prosjekter har gitt resultater. Den viser at innovasjonstilskuddet har stadig økt betydning for konkurranseevne for bedriftene, samt at midlene har betydning for omsetning. Tilskuddets betydning for bedriftens eksport og kompetanse har også positiv utvikling. Undersøkelsen viser også at landsdekkende innovasjonstilskudd har en meget stor grad av addisjonalitet; det vil si at midlene fra Innovasjon Norge er avgjørende for at et prosjekt kan gjennomføres. Med bakgrunn i at de

fleste prosjektene Innovasjon Norge nå støtter er fellesprosjekter, som ikke direkte har effekt for enkeltbedrifter, må det imidlertid innrømmes at resultatene fra kundeeffektundersøkelsene for disse midlene kan være noe usikre.

5.3.3 Kap. 2421.50 Landsdekkende innovasjonslån –

Låneramme (tak) 2012: 500 millioner kroner

Formål/målsetning med tjenesten

Landsdekkende innovasjonslån skal stimulere til bedre utnyttelse av utviklingspotensialet som ligger i innovative vekstbedrifter og primært benyttes i bedriftens tidlig- og kommersialiseringsfase.

Ressursbruk

Ramme 2012 (mill. kroner)	Innvilget tilsagn per 31.12.2012 (mill. kroner)
500	252

Lånerammen for den landsdekkende innovasjonslåneordningen ble i henhold til oppdragsbrevet for 2012 satt til 500 mill. kroner.

I henhold til Innovasjon Norges policy og føringer for finansielle tjenester i 2012 ble det lagt opp til at landsdekkende innovasjonslån skal brukes på godt funderte prosjekter som har dårlig eller manglende pantesikkerhet. Prosjektene skal som hovedregel ha innovasjonshøyde på nasjonalt eller internasjonalt nivå. Innovasjon Norges utlånsvirksomhet skal primært innrettes mot geografiske områder og bedrifter i sektorer hvor det er behov for en supplerende aktør som Innovasjon Norge. Statistikken indikerer at innretningen har vært noenlunde i tråd med dette.

Avsetning til tapsfond skjer i forhold til kalkulert risiko i de enkelte tilsagn og i forhold til risikoeksponeringen i porteføljen av slike lån, og kalkulert risiko for tap over tid utgjør i år som i de senere år vel 30 %.

Utnyttelse av tilsagnsrammen for landsdekkende innovasjonslån ble for 2012 vesentlig lavere enn forventet. I 2012 er det samlet gitt tilsagn på noe over 252 mill. kroner i landsdekkende innovasjonslån, mot nær 320 mill. kroner i 2011.

I 2012 mottok vi søknader om landsdekkende innovasjonslån/garantier for ca. 686 mill. kroner, fordelt på 139 søknader. Noen saker er registrert som søknad om innovasjonslån, men er tildelt lavrisikolån. I 2011 ble det omsøkt for ca. 670 mill. kroner, fordelt på tett opptil 150 søknader. Vurderingen er at tilgangen på kreditt i markedet i 2012 var god og søknadsinngangen til Innovasjon Norge om innovasjonslån var moderat. Vurderingen er samtidig at den delen av næringslivet Innovasjon Norge prioriterer gjennom 2012 også har dempet investerings- og utviklingsaktivitet.

Statistikk

Om innretningen av tilsagnene i 2012 kan sies:

- I 2012 er 88 % av tilsagnene om landsdekkende innovasjonslån, hvor det er gjort vurdering av innovasjonshøyde, vurdert til å være prosjekter med innovasjonshøyde på nasjonalt eller

internasjonalt nivå. Andelen prosjekter med innovasjon på nasjonalt/internasjonalt nivå er økt sammenlignet med 2011 (79 %).

- 13 % av de samlede tilsagnene i 2012 er kategorisert som kvinnerettet. I 2011 var andelen av kvinnerettede prosjekter på 22 %.
- 81 % er vurdert å være internasjonalt rettet. En liten nedgang sammenlignet med 2011-nivået (89 %). 35 % av prosjektene var miljørettet, også her en nedgang sammenlignet med 2011-nivået (48 %).
- Den geografiske fordelingen av tilsagn om landsdekkende innovasjonslån i 2012 viser at det er gitt slike lån i 14 av 19 fylker (Sogn & Fjordane, Nord-Trøndelag, Nordland, Troms og Finnmark er unntakene). De fylkene med lavest andel er Østfold, Hedmark, Aust- og Vest-Agder (1 % av tilsagnene), mens de fylkene med høyest andel er Oslo (31 %), Hordaland (17 %) Møre og Romsdal (12 %), Vestfold (8 %) og Rogaland (7 %). Møre og Romsdal var i 2011 det fylket som hadde høyest andel (20 %).

Næringsmessig står gruppen Industri for den største delen av utlånene med 47 % (40 %), dernest kommer Faglig, vitenskapelig og teknisk tjenesteyting med 35 % (17 %) og Informasjon og kommunikasjon med 17 % (18 %). Også i 2011 var det de næringsmessige samme bransjene som stod for den største delen av utlånene. Fjorårets tall står i parentes.

Det er lagt til grunn at Innovasjon Norge for de landsdekkende innovasjonslån, skal kunne tilby lån uten samme krav til sikkerhet som bankene normalt stiller. Også i 2012 ble det lagt opp til at lån inntil 2,5 mill. kroner skal kunne ytes uten formell sikkerhet, mens lån utover dette normalt skal ha 50 % betryggende sikkerhet for den delen av lånet som overstiger 2,5 mill. kroner. Dette skal gjøre det mulig å oppnå lån for nye og unge bedrifter preget av kompetanse og vekstmuligheter uten egnede aktiva som panteobjekter. I tillegg kan denne låneformen representere god toppfinansiering også for litt større prosjekter, og Innovasjon Norge eksponerer seg ikke unødig tungt i forhold til de største prosjektene

Kalkulert gjennomsnittlig risiko i tilsagnene for 2012 var 33 %, som er på budsjettet nivå. Til sammenligning er bokførte tap for årgangene så langt for lån tilsagt i 1991 – 1995 på 26 %, 1996 – 2000 på 43 %, 2001 – 2005 på 36 %, 2006 – 2008 på 37 % og 2009 – 2011 på 10 % (for de enltdse årgangene er låneforholdene stort sett avsluttet, mens det for de nyeste lånene gjenstår betydelige lån, som vil medføre økte tap)

For landsdekkende innovasjonslån er samlet bokført tap i 2012 på 73 mill. kroner på et akseptabelt nivå, men høyere enn i fjor da tilsvarende tall var 38 mill. kroner. Bokførte tap på innovasjonslån og landsdekkende garantier i 2012 utgjør 4,6 % av porteføljen.

Tapsfond til dekning av fremtidige tap utgjør 822 mill. kroner pr. 31.12.2012. Tapsfondet utgjør 49 % av de lån/garantier (utbetalt og ikke utbetalt), hvor det ikke er foretatt tapsnedskrivninger på deler av eller hele lånet. Kalkulert tapsrisiko i den "friske" porteføljen er på 31 %.

Innovasjon Norge er pålagt å sørge for at det er et forsvarlig forhold mellom tapsfondets størrelse og den anslåtte risikoen i porteføljen. I forhold til kalkulert porteføljerisiko pr. 31.12.2012 vurderes tapsfondets størrelse å være robust. Innovasjon Norge har for øvrig lagt opp til at i den grad tilsagn fra en årgang ikke kommer til utbetaling, innen utbetalingsfristen utløp, kan etablert tapsfond bli avstemt mot nye avsetninger i etterfølgende år.

Porteføljen av løpende landsdekkende innovasjonslån har en reduksjon fra 1 533 mill. kroner ved inngangen av året til 1 482 mill. kroner pr. 31.12.2012.

Evalueringer og kundeeffektundersøkelser

Landsdekkende innovasjonslån inngår i Innovasjon Norges kundeeffektundersøkelser. Kundeeffektundersøkelsen av bedrifter 4 år etter at de har fått lån (etterundersøkelsen) viser oppgang på nesten alle indikatorene de siste 3 år (se side 92). Denne økningen bekrefter at landsdekkende innovasjonslån har vært med på å stimulere til bedre utnyttelse av utviklingspotensialet som ligger i innovative vekstbedrifter.

Den siste etterundersøkelsen viser at landsdekkende innovasjonslån har 100 % addisjonalitet; det vil si at lånene er avgjørende for at et prosjekt kan gjennomføres. Dette er i tråd med Innovasjon Norges mål om at vår medvirkning skal ha en utløsende effekt på prosjektet.

Det vises for øvrig til at NHD i melding St 22 (2011 – 12) varsler at det ønskes en ny evaluering av låneordningene.

Risikofaktorer/utfordringer.

Vurderingen er at innretningen av låneordningen er tilfredsstillende. Det samme gjelder risikoen som tas i nye engasjement, men tap på utlån svinger over tid og utviklingen er nært knyttet til konjunktursituasjonen. En negativ endring i konjunktorene kan fort gi betydelige utslag på tapssituasjonen.

Per årsskiftet er vurderingene/status blant annet:

- Tilgangen på prosjekter for innovasjonslånefinansiering har vært vesentlig lavere enn forventet, med den følge at forbruket av de avsatte rammene for innovasjonslån er lavere enn forventet. Innovasjon Norge hadde regnet med at internasjonal uro og noe økte begrensninger i tilgangen på kreditt skulle skape en økt etterspørsel etter innovasjonslån. Det synes imidlertid ikke å ha oppstått vesentlige begrensninger i kreditttilgangen i markedet. Kanskje er situasjonen heller den at den risiko som den internasjonale uroen representerer gjør at bedriftene nå igangsetter færre innovasjonsprosjekter.
- Innovasjonshøydene i prosjektene som er lånefinansiert, målt med innovasjonshøyde på nasjonalt eller internasjonalt nivå, er vurdert å være meget tilfredsstillende.
- 13 % av de samlede tilsagnene i 2012 er kategorisert som kvinnerettet. Andelen kvinnerettet er lavere enn ønsket.
- Internasjonaliseringsandelen i innovasjonslån det er gitt tilsagn om i 2012 er ganske tilfredsstillende til tross for at internasjonaliseringsandelen på innovasjonslån er noe lavere enn i 2011

Utnyttelse av tilsagnsrammen for landsdekkende innovasjonslån ble for 2012 vesentlig lavere enn forventet, og det er lagt føringer fremover overfor våre distriktskontorer på at landsdekkende innovasjonslån skal brukes mer aktivt. Det er en ambisjon at landsdekkende innovasjonslån i større grad enn til nå blir benyttet for å få fram flere gode gründere og flere vekstkraftige bedrifter.

5.3.4 Kap. 2421.50 Landsdekkende garantiordning

Garantiramme (tak) 2012: 40 mill. kroner

Den landsdekkende garantiordningen har som mål å medvirke til at risikoen i et prosjekt deles mellom flere finansinstitusjoner, og dermed være utløsende for realisering av gode prosjekter som ikke lar seg finansiere fullt ut i det private markedet. Garantier kan også avlaste risiko knyttet til engasjementer for eksempel mot bedrifter som har begrensede muligheter til å stille sikkerhet eller er i en fase der de genererer lave eller ingen inntekter.

Garantiene stilles i form av simple tapsgarantier for nye kreditter. Tapsansvaret skal for Innovasjon Norges del normalt være oppad begrenset til 50 prosent. Dette medfører i realiteten at tap som måtte oppstå blir fordelt på 50/50 basis mellom bank og Innovasjon Norge.

Ordningen er liten, jf både ramme og tilsagnsomfang, men vurderingen er at det er hensiktsmessig å ha åpning for å bidra med slike garantier. For 2013 vil garantiordningen primært være innrettet mot bedrifter i tidlig fase (< 5 år).

Ressursbruk

Ramme 2012 (mill. kroner)	Innvilget garantier per 31.12.2012 (mill. kroner)
40	12,5

Porteføljen av landsdekkende garantier er pr. utgangen av 2012 56 mill. kroner.

5.3.5 Kap. 2421.50 Nærskipsfart og Maritim utvikling

Den maritime satsingen består av ordningen for miljøprosjekter og utvikling av Nærskipsfartsflåten og programmet for Maritim utvikling. Maritim utvikling ble tidligere finansiert fra kap. 2421 post 79, men fra 2012 finansieres programmet fra post 50, på samme måte som Nærskipsfartsordningen..

Maritime utviklingstilskudd gis til bedrifter som er en del av, eller har tilknytning til de maritime næringene, og omfatter således skipsverft, maritime utstyrsprodusenter, rederier, samt forskings-, tjeneste- og konsulentmiljøer, uavhengig av størrelse og lokalisering. Nærskipsfartsordningen yter tilskudd til norske selskap, fortrinnsvis registrert i NIS og NOR som driver sjøtransport langs Norges kyst og til og fra havner i Europa med skip under 35 000 dwt.

Tjenestene skal bidra til å styrke konkurranseevnen og øke verdiskapingen i de maritime næringene ved å støtte internasjonalisering og innovasjon. Tjenestene skal bidra til at næringen gjennomfører prosjekter som tar sikte på å utvikle nye, lønnsomme og konkurransedyktige produkter, tjenester, produksjons metoder og markedsposisjoner. Herunder prosjekter som tar sikte på å styrke innovasjonsevnen gjennom økt samarbeid mellom bedrifter, kunnskapsmiljøer og myndigheter. Dette inkluderer pilot-/ demonstrasjon-prosjekter, utredninger og analyser, etablering av nettverk og bedriftssamarbeid for små og mellomstore bedrifter, finne samarbeidspartnere og utvikle strategier.

I den videre rapporteringen er begge ordningene sett under ett, såfremt ikke annet er eksplisitt nevnt.

Ressursbruk

	Ramme 2012	Innvilget tilsagn per 31.12.2012
Maritim Utvikling og nærskipfart	15	15,6

Det er i oppdragsbrevet gitt føring på at ordningen for miljøprosjekter og utvikling av nærsjøskipsfarten videreføres på *om lag samme nivå* som i 2011.

I 2011 ga IN tilsagn om 15 mill. kroner (inkl. 1,5 mill. kroner til gjennomføringskostnader), herav 13 mill. kroner til maritim utvikling og 2 mill. kroner til nærskipfart. I statsbudsjettet for 2011 var bevilget 10 mill. kroner til maritim utvikling og opprinnelig 10 mill. kroner til nærskipfart, redusert til 2 mill. kroner i salderingsproposisjonen 2011. På denne bakgrunn har vi hatt en ramme på 15 mill. kroner som ramme for 2012 og forbruket er om lag på dette nivået.

Statistikk

Prioritert område	Mill. kroner	Antall prosjekter
Avansert transport og logistikk/krevende maritime operasjoner	2,3	10
Miljø, inkl. reduserte utslipp til luft og vann	5,7	3
Strategisk omdømmeposisjon	3,6	15
Operasjoner i nordområdene	0,0	0
Nærskipfart	3,0	4
Totalt	15,6	32

Ingen tilsagn til prosjekter i prioritert område "Operasjoner i nordområdene" skyldes manglende etterspørsel fra næringen innen dette området.

Nøkkeltall (2011-tall i parentes; alle tall ekskl. gjennomføringskostnader knyttet til INs håndtering)

Prosjektkategori	Tilsagn (mill. kroner)	Antall prosjekter
Utvikling før konkurransestadiet	7,1 (3,9)	18 (12)
Tekniske forstudier	1,7 (1,8)	8 (5)
Utvikling av ny type fartøy/prototyp	0,7 (1,2)	1 (1)
Utvikling av nye komponenter og systemer	6,1 (6,6)	5 (6)
Sum	15,6 (13,5)	32 (24)

Type deltager	Antall
Skipsverft	2 (4)
Utstysleverandører	31 (28)
Rederier	6 (2)
Forskningsmiljøer	4 (1)
Tjeneste- og konsulentmiljø	11 (10)
Utenlandske bedrifter	0 (0)
Store bedrifter	15 (3)
Mellomstore bedrifter	16 (29)
Små bedrifter	23 (13)
Totalt	51 (46)

I tillegg til deltakerne listet over har det vært gjennomført to nettverksprosjekt i regi av Norsk Industri og Norske Maritime Eksportører hvor det deltok henholdsvis 36 og 59 ulike aktører, primært små og mellomstore utstysleverandører.

Kvinneprofil

Kvinneprosjekter er ikke en del av de hovedprioriterte områdene i programmene, men av totalt innvilgede tilskudd utgjør kvinneandelen xxx %. Det mest vellykkede prosjektet i så måte er "Kvinner i kuling" i regi av Maritimt Forum, Bergen hvor mer enn 100 kvinner deltok i de ulike aktivitetene.

Evalueringer og kundeeffektundersøkelser

Serviceundersøkelsen viser jevnt over høyere kundetilfredshet for maritim sektor enn for Innovasjon Norge sin gjennomsnitts kunde. På noen av indikatorene, slik som "vi fikk nyttig informasjon", "vi fikk tilført kompetanse" og "vi ble utfordret på forretningsmodellen" ligger resultatene 10-18 % høyere enn snittet.

Kundeeffektundersøkelsene viser at:

- Betydningen for å styrke konkurransekraften ligger på samme nivå som de øvrige av INs tjenester, og med en økende trend i betydning
- I forhold til lønnsomhetsutvikling, overlevelse og omsetning synes midlene å ha mindre betydning enn andre av INs tjenester
- I forhold til innovasjon, økt kompetanse og addisjonalitet synes midlene å ha større betydning enn øvrige IN-midler. Særlig gjelder dette for addisjonalitet der de landsdekkende utviklingstilskuddene ligger 10-15 % over gjennomsnittet.

Risikofaktorer/utfordringer.

Sett under ett vurderes de maritime ordningene å ha nådd sine målsettinger i 2012, i forhold til utnyttelsen og innretningen på bruken av tilgjengelige midler. Ordningene er systematisk gjort kjent i maritim næring siden det ble startet i 2006 gjennom kundekontakt, internett og deltakelse på maritime møteplasser.

Klynger og nettverk er et satsingsområde i Innovasjon Norge, også innen maritim sektor, men det er ikke ønskelig at andelen av midler som går til ulike organisasjoner og nettverk blir høyere enn den er i dag. Det vil både i innsalget og prioriteringen av saker bli lagt vekt på at de rene bedriftsutviklingsprosjektene skal ta den klart største delen av midlene.

Vi ser over flere år at etterspørselen fra næring om finansiering av prosjekter knyttet til "Operasjoner i nordområdene" ikke er der. Hva det skyldes er uklart, men tematikken vil bli tatt opp i forbindelse med dialogen som sektoren skal ha med næringa i løpet av første halvår som en del av arbeidet med utviklingen av sektorambisjonene for 2014.

5.3.6 Kap 2421.50 Ekstraordinær tiltakspakke for treforedlingsindustri

Med bakgrunn i negative resultater fra treforedlingsindustrien over lengre tid, valgte flere anlegg å legge ned sin virksomhet i 2012. Formålet med tiltakspakken regjeringen la frem i revidert budsjett 2012 var å styrke industrien gjennom økt forsknings- og utviklingsaktivitet og bedre forsyning av trevirke til norske bedrifter. Tiltakspakken på 100 mill. kroner ble fordelt mellom Innovasjon Norge, SIVA, Norges forskningsråd og Landbruks- og matdepartementet.

Innovasjon Norge administrerte 20 mill. kroner fordelt med 15 mill. kroner til landsdekkende innovasjonstilskudd og 5 mill. kroner til nettverksaktiviteter med utgangspunkt i det nasjonale treforedlingsmiljøet.

Treforedlingsindustrien definerer vi i denne sammenheng som produksjon av tremasse og cellulose, trekjemiprodukter, papp og papirprodukter og trefiberplater.

Ressursbruk

15 mill. kroner ble utlyst som en ekstraordinær tiltakspakke rettet mot utviklingsbehov innen treforedlingsindustri. I tillegg til utlyste midler ble andre midler benyttet for å møte næringens behov. Resterende 5 mill. kroner planlegges benyttet til nettverksprosjekter og mobiliseringstiltak rettet mot ny trefiberbasert industri.

Ramme 2012	Innvilget tilsagn per 31.12.2012
15,0	16,8

Antall	Bevilget tiltakspakke	Bevilget andre poster	Total
8	15,0	6,0	20,9

Utlysningen avdekket en stor etterspørsel etter midler rettet mot utviklingstiltak i næringen. 16 ulike aktører tilknyttet skogbasert industri søkte tiltakspakken for totalt 51,3 mill. kroner. Totalt ble det gitt tilsagn om 20,9 mill. kroner inkludert bevilgninger fra andre poster. Her ble regionale utviklingsmidler og landsdekkende utviklingstilskudd benyttet. Flere av aktørene som ikke fikk bevilget midler blir fulgt opp av Innovasjon Norge for å avdekke hva man kan bidra med.

Gjennom mobilisering vil man fremover kunne indentifisere behovene i trefiberbasert industri og gjennom hele virkemiddelporteføljen bidra til større innsats rettet mot blant annet bedriftssamarbeid og FOU.

Innovasjonshøyde

Av de 6 prosjektene hadde 4 innovasjon på internasjonalt nivå og 1 innovasjon på nasjonalt nivå. I andelen av midlene gikk 75 % av midlene til prosjekter med innovasjon på internasjonalt nivå.

Nettverksaktiviteter

Det er ikke gjort noen tilsagn til nettverksaktiviteter i 2012 (finansieres over post 71). Vi arbeider nå med et mobiliseringsprosjekt for å finne og koble aktører i skogsidustri. På denne måten vil midlene kunne bidra til å finne utviklingsområdene i næringen. Mobiliseringen vil sees i sammenheng med INs program og satsinger.

5.4 Kap. 2421.51 Tapsfond, såkornkapitalfond

Kommersialisering av nye innovative prosjekter i nyetablerte bedrifter begrenses ofte av tilgangen på risikovillig kapital. Såkornfondene vil bidra til å etablere innovative, konkurransedyktige vekstforetak gjennom å øke tilgangen på kompetent kapital og kompetanse til slike prosjekter.

Innovasjon Norge har bidratt med ansvarlig lån under tre såkornordninger med i utgangspunktet 16 såkornfond.

- Den første såkornordningen (Såkornfond 98) ble etablert i 1998 og har i dag en økonomisk ramme på 776 mill. kroner fordelt på seks fond, hvorav ett er konkurs og ett er avviklet.
- Den distriktsrettede såkornordningen (Distriktsrettede såkornfond 06) har en økonomisk ramme på 996,5 mill. kroner fordelt på fem fond.
- Den landsdekkende såkornordningen (Landsdekkende såkornfond 06) har en økonomisk ramme på 1 350 mill. kroner fordelt på fire fond.

Såkornfondene investerer i innovative norske bedrifter som befinner seg i en tidlig utviklingsfase. Såkornfondene går inn med egenkapital i risikoprosjekter med stort verdiskapingspotensial og selger seg normalt ut når selskapene har fått en utvikling som bringer fram verdiene. Innovasjon Norge har bidratt med ansvarlige lån til såkornselskapene og noe administrasjonsstøtte til de distriktsrettede såkornfondene. Eierskapet til såkornfondene er privat.

Helhetsbildet av såkornfondene er at Såkornfond 98-fondene har investert all kapital, at suksessraten har vært meget lav og at kun ett eller to av disse fondene i forhold til egen økonomi har klart seg tilfredsstillende. Situasjonen for de distriktsrettede og landsdekkende fondene synes å være vesentlig bedre ved at det er svært få realiserte tap og urealiserte nedskrivninger i fondene. Disse er imidlertid gjennomgående i den situasjonen at det meste av kapitalen er investert og/eller reservert for oppfølgingsinvesteringer, og det er lite eller ingen tilgjengelig kapital til nye prosjekter.

Såkornfond 98

Innovasjon Norge er gjennom denne ordningen engasjert med ansvarlige lån i Start-fondet AS og i fem regionale fond - Såkorninvest Sør AS, Såkorninvest Nord AS, Såkorninvest Midt-Norge AS, Såkorninvest Innlandet AS og Såkorninvest AS.

Såkorninvest Innlandet AS ble i mars 2007 tatt under konkursbehandling. I Revidert nasjonalbudsjett 2010 ble det bevilget 23,8 mill. kroner til dekning av Innovasjon Norges tap på engasjement med Såkorninvest Innlandet. Innovasjon Norges engasjement med Såkorninvest Innlandet er nullstilt.

Såkorninvest AS ble avviklet høsten 2011. Tilbakebetalingen til kreditorene ved avviklingen var betydelig mindre enn kravene. I Revidert nasjonalbudsjett 2012 ble det bevilget 50,9 mill. kroner til dekning av Innovasjon Norges tap på engasjementet med Såkorninvest.

De resterende såkornfondene fokuserer nå kun på eksisterende porteføljebedrifter. De fleste fondene har meget svak økonomi. Innovasjon Norge har sett det nødvendig å foreta økt nedskrivning i regnskapet av ansvarlig lån, utover tapsfondsandelen av lånene. Det er tidligere varslet at flere av fondene ikke vil bli i stand til å betale tilbake iht. betalingsplan.

Nærings- og handelsdepartementet ga Innovasjon Norge iht. vedtak knyttet til statsbudsjettet 2011 fullmakt til i 2011, ved overveiende sannsynlighet for konkurs i et av såkornfondene opprettet mellom 1997 og 2000, å:

1. konvertere hele eller deler av statens ansvarlig lån til egenkapital
2. nedskrive deler av statens ansvarlige lån
3. godkjenne salg av et såkornfond
4. godkjenne endringer i et fonds administrative lokalisering

Denne fullmakten har ved vedtak i statsbudsjettene for 2012 og for 2013 blitt forlenget til også å gjelde for 2012 og 2013. Fullmaktene har ikke blitt benyttet i 2011 eller i 2012.

Innovasjon Norge er i samtaler med flere av fondene for å finne løsninger for fondenes økonomiske situasjoner. Start-fondet er under avvikling og har realisert omtrent hele porteføljen. Ansvarlig lån og akkumulerte renter for Såkorn 98 forfaller ultimo 2013.

Distriktsrettede såkornfond 06

KapNord Fond as, Bodø – distriktsrettet såkornfond for Nord-Norge - har vært i ordinær drift siden 1. juli 2006. Fondet melder om en meget høy dealflow med 278 prospekter til vurdering. KapNord har gjennomført 23 investeringer og trukket 137 mill. kroner av sin ramme på 175 mill. kroner i ansvarlig lån gjennom Innovasjon Norge. Fem selskaper er avviklet med tap ved salg.

Fjord Invest SørVest as, Førde - distriktsrettet såkornfond for Sør- og Vest-Norge - har vært operative siden juli 2007, og gjennomført 9 investeringer. Fondet har trukket 60 mill. kroner av sin ramme på 134 mill. kroner i ansvarlig lån gjennom Innovasjon Norge.

Norinnova Invest, Tromsø - distriktsrettet såkornfond for Nord-Norge - ble stiftet i februar 2007 og har en kapitalbase på 271,6 mill. kroner, hvorav 96,6 mill. kroner er privat kapital. Fondet har gjennomført 17 investeringer, hvorav tre er avviklet med tap ved salg eller ved konkurs. Fondet har trukket 105 mill. kroner av sin ramme på 175 mill. kroner i ansvarlig lån gjennom Innovasjon Norge.

MidVest Fondene, Namsos - distriktsrettede såkornfond for Midt-Norge, består av to investeringsfond (Midvest I as og Midvest II as) med en samlet kapitalbase på 254 mill. kroner. Fondene ble oppkapitalisert i januar 2008. Fondene har vurdert 236 investeringsmuligheter siden oppstart og har investert i totalt 11 selskaper, hvorav et er solgt tilbake til øvrige aksjonærer med tap. MidVest I har gjennomført salg av Salsnes Filter, Namsos. Kjøpesummen er ikke offentliggjort, men transaksjonen representerer en betydelig gevinst for fondet. Midvest I har trukket 53,0 mill. kroner og Midvest II 16,0 mill. kroner på den totale lånerammen på 158 mill. kroner som er stilt til disposisjon gjennom Innovasjon Norge.

Det var ikke mulig å kommitere tilstrekkelig privat kapital til det utlyste fondet for Innlandet. De statlige midlene reservert for dette fondet er tilbakeført til statskassen.

Landsdekkende såkornfond 06

ProVenture Seed as, Trondheim, har gjennomført 17 investeringer og trukket 139,7 mill. kroner på det ansvarlige lånet. Fondet har realisert fire investeringer, hvorav flere med betydelig gevinster.

Sarsia Seed as, Bergen, har gjennomført 22 investeringer og trukket 114,3 mill. kroner på det ansvarlige lånet. Fondet har realisert en investering med tap.

SåkorninVest II as, Stavanger, har gjennomført 13 investeringer og trukket 92,5 mill. kroner på det ansvarlige lånet. Fondet har realisert tre investeringer, hvorav ett med gevinst.

Alliance Venture Polaris as, Oslo, har gjennomført 13 investeringer og trukket 138 mill. kroner på det ansvarlige lånet.

Det ansvarlige lånet for de landsdekkende fondene er på 166,7 mill. kroner for hvert fond.

Prosjektilfang

For de operative såkornfondene i de to nye såkornordningene har det store prosjektilfanget blitt videreført inn i 2012. Enkelte såkornfond har hatt 700 - 800 prospekter til vurdering. Tilgang på gode prosjekter har også ført til en noe høyere investeringstakt enn antatt ved etableringen av fondene.

Disse fondene har i stor grad tilpasset sin strategi til utviklingen i finansmarkedet slik at de avsetter større beløp til oppfølgingsinvesteringer enn opprinnelig planlagt. Fondene kan derfor kun gjennomføre et fåtall nye investeringer i tillegg til de som er gjennomført p.t. Dette medfører at flere av fondene i praksis har blitt lukket for nyinvesteringer i løpet av 2012.

Andre aktiviteter

Innovasjon Norge er norsk deltager i "The Nordic Seed Capital Initiative" som har som primærmål å tilrettelegge for et nordisk såkornmarked som har en tilstrekkelig kritisk masse av prosjekter og selskaper til at ikke-nordiske ventureaktørers oppmerksomhet og investeringsvilje økes mot det nordiske markedet. Initiativet vil også være en møteplass for såkornaktører med utveksling av benchmarking og best practices.

Prosjektet eies av og er delfinansiert av Nordic Innovation som er Nordisk Ministerråds viktigste instrument for å fremme et innovativt og kunnskapsintensivt nordisk næringsliv. Nordic Innovation skal arbeide for å etablere Norden som et velfungerende indre marked og en grenseløs region, hvor det ikke finnes barrierer mellom nasjonene som hindrer fri bevegelse av kompetanse, ideer, kapital, mennesker og produkter.

VeraVenture, finsk offentlig såkornaktør, etablerte i 2009 sammen med Nordic Innovation "The Nordic Seed Capital Initiative". Hovedfokus hittil har vært etablering av Nordic Seed Capital Forum – en referansegruppe sammensatt av de ledende offentlige såkornaktørene i Norden, i 2009 utarbeidelse av og i 2010 oppdatering av rapporten "Challenges and initiatives for the Nordic Seed Stage" og fire årlige nordiske såkornkonferanser med de ledende nordiske private og offentlige såkornaktørene. Det har også blitt organisert en felles nordisk delegasjonsreise til Kina høsten 2012. Tidligere år har tilsvarende delegasjonsreiser blitt gjennomført til Tyskland og til Storbritannia. Ved å utnytte den kritiske massen av medlemmene åpnet dette dører til store og relevante tidligfaseaktører i disse landene. Mange av de nordiske porteføljeselskapene har vekstplaner i disse områdene. Høsten 2013 vil et tilsvarende fremstøt bli gjort mot østkysten av USA.

Det vises for øvrig til en egen årsrapport til NHD om såkornfond.

5.5 Kap 2421.56 Distriktsrettet låneordning

Det ytes ingen nye lån under denne låneordningen og låneordningen skal vært gjort opp i 2018. Låneporteføljen står per 31.12.2012 til rest med 30,9 mill. kroner.

5.6 Kap 2421.70 Bedriftsutvikling og administrasjon

Ramme for 2012: 314,0 mill. kroner

Tilskuddet til bedriftsutvikling og administrasjon skal dekke Innovasjon Norges basiskostnader samt konkrete oppdrag fra NHD.

Basiskostnader består hovedsakelig av direkte personalkostnader for adm. dir og lederne ved distrikts- og utekontorene, honorar til hovedstyret, regionstyrer og valgkomiteer, grunnkapasitet for henvendelser ved distriktskontorene, strategiarbeid, virksomhetsstyring, styringsdialog med eierne, innspill til nasjonal og regional politikkutforming, deltakelse i utviklingsprosesser på nasjonalt og regionalt plan, samt tilhørende fysisk og digital infrastruktur.

Konkrete oppdrag fra NHD er koordinering av norsk deltakelse i EUs rammeprogram for konkuranseevne og innovasjon (CIP) og Enterprise Europe Network, samarbeid med utenriktjenesten, tilrettelegging av norske bedrifters deltagelse i næringslivsdelegasjoner, tilrettelegging for industriell deltagelse ved forsvarsanskaffelser, rådgivning om immaterielle rettigheter, handelsteknisk rådgivning, hjemhenting av kunnskap, nettverksbygging, rådgiving og formidling ved utekontorene knyttet til spørsmål om internasjonalisering og internasjonale forretningsmuligheter, samt administrasjon av såkornfondordningene og skattefunn.

Tabell 17 Oversikt over pengebruk på post 70. Det er i 2012 brukt 314 mill. kroner av post 70 til følgende aktiviteter:

Type aktivitet	2011	2012
Basiskostnadene		
Administrerende direktør	3,0	2,9
Ledere ved utekontorene	54,0	59,0
Ledere ved distriktskontorene	18,0	22,5
Honorar hovedstyret, regionstyrer og valgkomiteer	8,0	7,2
Grunnkapasitet distriktskontor	18,1	18,8
Virksomhetsstyring	35,1	40,6
Styringsdialog med eierne	3,2	3,0
Overordnet strategiarbeid	6,1	5,2
Innspill til nasjonal og regional politikkutforming	14,0	13,1
Deltakelse i utviklingsprosesser på nasjonalt og regionalt plan	5,1	4,8
Fysisk og digital infrastruktur for basisfunksjoner	11,0	12,0
Andre oppdrag under post 70		
Koordinering av norsk deltakelse i EUs rammeprogram for konkurranseevne og innovasjon (CIP)	1,9	1,0
Enterprise Europe Network	2,5	2,5
Samarbeid med utenriktjenesten	7,0	7,2
Tilrettelegging av norske bedrifters deltakelse i næringslivsdelegasjoner	7,1	11,2
Tilrettelegging for industriell deltakelse ved forsvarsanskaffelser	0,9	1,5
Rådgivingstjenester om immaterielle rettigheter	6,7	4,6
Handelsteknisk rådgivning og kursvirksomhet	3,3	2,4
Hjemhenting av kunnskap	7,3	4,5
Nettverksbygging	26,1	30,6
Rådgivning og formidling ved utekontorene knyttet til spørsmål om internasjonalisering og internasjonale forretningsmuligheter	45,5	52,8
Administrasjon av såkornfondordningen	2,7	2,9
Administrasjon Skattefunnordningen	6,0	3,8
Sum	292,6	314,0

Avviksvurderinger - basiskostnader

Forbruket av post 70 er på nivå med planlagt i 2012. Kategorien virksomhetsstyring øker i 2012, dette er relatert til arbeidet med stortingsmeldingen og ny mål- og resultatstyring, MRS. Overordnet strategiarbeid er redusert, da det her var et større arbeid i forkant av stortingsmeldingen i 2011.

Innovasjon Norge har hatt en meget detaljert timeføring for å fange data til ressursrapportering. Vi har imidlertid sett at et slikt detaljert oppfølgingssystem har svekket kvaliteten på input. Det er derfor innført en forenkling av ressursregistrering fra 2013. Det vil medføre økt datakvalitet for de data som fortsatt skal datafanges, men det vil ikke være datafangst på et fullt så detaljert nivå som i Tabell 17 (se over).

Rapportering av oppdrag og aktivitet finansiert over post 70

5.6.1 Samarbeidsprosjekter med utenriktjenesten

Samarbeidet med ambassadene fungerer generelt godt, og begge organisasjoner er innstilt på å utnytte ressursene best mulig. Felles aktiviteter går som planlagt. Samarbeidet dreier seg om messer, en rekke fellesarrangement for representanter for norsk næringsliv og for grupper av bedrifter samt felles prosjekter for styrket omdømme for Norge og norsk næringsliv. Når det gjelder 2013 jobber IN og UD sammen om et felles opplegg til ytterligere forbedring av samarbeidet, særlig når det gjelder omdømme og profilering av norsk næringsliv. Forbruk er på samme nivå som for 2011

5.6.2 Tilrettelegging for industriell deltagelse ved forsvarsanskaffelser

Stillingen Forsvarsindustriråd i Innovasjon Norge har kontor på ambassaden Washington, DC. Forsvarsindustriråden har to langsiktige hovedoppdrag fra henholdsvis Forsvarsdepartementet og medlemsbedriftene i Forsvars- og Sikkerhetsindustriens forening (FSi). I 2012 har Forsvarsindustriråden hatt konkret samarbeid med ca 25 norske selskaper og bidratt med rådgivning for å lette deres inngang til det nord-amerikanske forsvarsmarkedet. I tillegg har Forsvarsindustriråden vært ansvarlig for flere delegasjoner fra Forsvarsdepartementet (FD) under besøk til Washington, DC, og USA for øvrig, særlig i forbindelse med kampflyprosjektet og FDs aktiviteter i forbindelse med industristøtte. Forsvarsindustriråden har også fungert som en viktig samarbeidspartner til den ny-etablerte forsvarsindustriklyngen Norwegian-American Defense Industry Council (NADIC) i deres oppstartsfasen gjennom høsten 2012. For øvrig inngår Forsvarsindustriråden i et utvidet ambassade-basert team med fokus på å støtte Forsvaret, Forsvarsdepartementet og norsk forsvarsindustri i USA. I dette teamet inngår også Forsvarsattacheens kontor samt den norske Forsvarsråden. Kostnadsforbruket for 2012 er reelt kostnadsforbruk mens det for 2011 var en mer skjematisk beregning. Vi forventer at forbruket øker i 2013 pga. vakans i 2012.

5.6.3 Hjemhenting av kunnskap

Når det gjelder hjemhentingsprosjekter er nivået på antall med hensikt redusert siden 2009, og i 2012 arbeidet vi med 20 slike prosjekter. Prosjektene stiller krav til en klar plan hos kundene og i tillegg forutsettes det god forankring i næringen – en viktig betingelse både for god kvalitet på sluttleveransen og for oppfølging og bruk av resultater i ettertid.

5.6.4 Nettverksbygging

Innovasjon Norges tilstedeværelse i utlandet har som formål å bistå norsk næringsliv og enkeltbedrifter i deres internasjonale satsing og verdiskaping, i tillegg til å drive aktiv markedsbearbeiding for norsk reiselivsnæring. Uten tillit og troverdighet i markedet vil kontorene ikke kunne levere på målene; å levere tjenester og prosjekter av høy kvalitet for norsk næringsliv og reiseliv. Dette er grunnlaget for at våre utekontorer bruker en stor andel av sin tid på kontinuerlig å bygge og pleie et nettverk av relevante samarbeidspartnere, både lokale og norske. Noen av partnerne er strategisk viktige og krever mer tid fra kontorenes side, mens andre ikke er strategiske, men like fullt nødvendige for at kontorene skal kunne levere fra sak til sak – dvs kobles inn i for eksempel prosjekter for små og mellomstore bedrifter med vekstpotensial.

Arbeidet består i hovedsak av å bygge nettverk og møteplasser innen prioriterte sektorer og nisjer i markedet, levere kurs og konferanser, bistå ifm studieturer for viktige partnere i tillegg til andre leveranser der formålet er å legge til rette for at små og mellomstore bedrifter kan etablere samarbeid med andre bedrifter/aktører.

Nettverksarbeidet er tidkrevende, men helt nødvendig for å bygge omdømme, komme i kontakt med og være attraktiv for enkeltbedrifter – for i neste omgang å kunne konkretisere markedsmuligheter og videre leveranser.

Ressursbruken til nettverksarbeidet har økt i 2012 fordi dette har vært et prioritert arbeid ved kontorene i utlandet.

5.6.5 Rådgivning og formidling ved utekontorene knyttet til spørsmål om internasjonalisering og internasjonale forretningsmuligheter

Utekontorene får en rekke henvendelser fra bedrifter som har behov for markedsinformasjon, men som ikke nødvendigvis er klare for en internasjonal satsing. Arbeidet består blant annet i å svare på spørsmål om markedet, formidle informasjon om kontakter og andre "hjelpere", samt forklare hva et utekontor kan gjøre og ikke gjøre for kunden. Kontorene leverer også såkalte GES (General Export Service), som gir en kunde enkel markedsinformasjon kostnadsfritt. I tillegg brukes en del av tiden til kundedialog med våre distriktskontorer om generelle markedsmuligheter, men også knyttet direkte inn i dialog med enkeltbedrifter som vurderer en internasjonal satsing.

I tillegg til enkel markedsinformasjon bruker kontorene tid på å profilere INs tjenester i fora for ulike målgrupper for å skaffe kunder og potensielle oppdrag – for eksempel i bransjeforeninger, NCE-nettverk, nettverk for relasjoner mellom Norge og andre land (handelskamre, Norsk-Tysk Energiforum) osv.

Både nettverksbygging og deler av den generelle kundekontakten er målrettet salgsarbeid som i neste omgang bidrar til økt portefølj av prosjekter.

5.6.6 Administrasjon såkorn

Se rapportering under post 2421.51 side 107.

5.6.7 Administrasjon SkatteFunn

Skattefunn er en offentlig støtteordning som skal bidra til økt innsats på forskning og utvikling i norsk næringsliv. Formålet er at prosjekter som godkjennes skal fremskaffe ny kunnskap, informasjon eller

erfaring som igjen fører til nye eller bedre produkter, tjenester eller produksjonsmåter. Ordningen gjennomføres som et samarbeid mellom Forskningsrådet og Innovasjon Norge, hvor Innovasjon Norge primært gjør den første vurderingen av prosjekt, søker, bransje og marked. Totalt ble det sendt inn 1971 søknader, noe som innebærer en økning på over 7 %. Som tidligere kommer hovedtyngden av søknadene fra områdene rundt de største byene. Ordningen har en tydelig SMB-profil ved at hele 97 % av søknadene kommer fra SMB-bedrifter, og av disse kommer nesten 50 % fra bedrifter med færre enn 10 ansatte. De største sektorene som fikk skattefradrag for FoU-kostnader var IKT, petroleum, olje/gass, marin/sjømat og maritim. I 2012 ble det satt på lufta et nytt søknadssystem for å gjøre det enda enklere å søke for bedrifter. Reduksjon i pengebruk skyldes lavere timeforbruk på enkelte distriktskontorer.

5.6.8 Næringslivsdelegasjoner

Innovasjon Norge har koordinerings- og gjennomføringsansvar for næringslivsdelegasjoner som følger statsbesøk og offisielle besøk til utlandet og ved større innkommende besøk til Norge. Program utvikles i samarbeid med NHD og UD, øvrige aktuelle fagdept., distrikts-, utekontorer og hovedkontoret, næringslivets organisasjoner samt aktuelle relasjoner i landet som besøkes. Innovasjon Norges utekontorer er ofte sentrale aktører i arbeidet i samarbeid med Norges ambassade.

I programmet kan inngå arrangement som seminarer, rundebordskonferanser, B2B-møter og sosiale arrangement alt etter hva som er hensiktsmessig i det aktuelle marked.

Innovasjon Norge inviterer norsk og utenlandsk næringsliv til deltakelse og er ansvarlig for gjennomføringen.

Ressursbruk

Det ble i 2012 gjennomført 4 delegasjonsbesøk på oppdrag av NHD:

- Statsminister Jens Stoltenberg til Japan (72 næringslivsdeltagere fordelt på 45 bedrifter)
- Statsbesøk til Polen (114 næringslivsdeltagere fordelt på 57 bedrifter)
- DDKKHH Kronprins Haakon og Kronprinsesse Mette-Marit til Sør Korea (30 næringslivsdeltagere fordelt på 18 bedrifter)
- DDKKHH Kronprins Haakon og Kronprinsesse Mette-Marit til Indonesia (100 næringslivsdeltagere fordelt på 60 bedrifter)

I tillegg leverte vi inn innspill til Kongeparets fylkesbesøk til Møre og Romsdal samt Vestfold i henholdsvis juni og mai 2012.

Evalueringer og kundeeffektundersøkelser

Vi gjennomfører en kundeundersøkelse etter hvert delegasjonsbesøk. Gjennomgående spørsmål er hvorvidt forventningene til den enkelte deltager møter deres overordnede mål med besøket. For delegasjonene som ble gjennomført i 2012 var gjennomsnittlig score 4,2 på en skala fra 1-5.

Avvik

Det er brukt mere ressurser i 2012 enn i 2011 fordi delegasjonene har vært større og har blitt avholdt i land med høyere kostnadsnivå.

5.6.9 Rådgivingstjenester om immatrielle rettigheter

Innovasjon Norges IPR team gir nøytral basisinformasjon om IPR systemet, slik at kunden får en riktig forståelse av kompleksiteten i systemet, internasjonale forhold, kostnader, tidsfrister og håndhevelse av egne rettigheter. Vi gir veiledning om hvordan kunden kan avklare om prosjektet har innovasjonshøyde ved å vurdere nyhetsgrad og unikhhet. Dette gir også informasjon om hvem konkurrenter og mulig samarbeidspartnere er. Viktige forhold for en kunde er avklaringer om innovasjonen kan beskyttes, hva som kan beskyttes og hvordan. Videre bør en bedrift avklare eierskap og om de krenker andres rettigheter.

Formål/målsetning

IPR rådgiving bidrar til å innhente riktig informasjon for å kartlegge IPR-status i bedriften. Når informasjonen er analysert, vil kunden være i stand til å bygge verdi av sin IPR; det vil si ta bedre beslutninger om beskyttelse og forretningsmessig utnyttelse av sin IPR.

Ressursbruk

I 2012 var ressursbruken lavere enn i 2011 pga. at en av rådgiverne hadde permisjon i store deler av året. I tillegg var det noe langtidssykdom i teamet.

Leveransen av IPR rådgivningstjenestene var i 2012 konsentrert rundt prosjekter som distriktskontorene til Innovasjon Norge har et aktivt kundeforhold til.

Leveransene har i hovedsak gått til entreprenører og vekstbedrifter hvor prosjektene ut fra innovasjonsnivå på nasjonalt eller internasjonalt nivå har behov for IPR rådgivning.

Statistikk

IPR teamet leverte i 2012 IPR rådgivningstjenester til 265 bedrifter. Det ble levert beslutningsstøtte til 115 prosjekter i forbindelse med vurdering av finansieringssøknader. I tillegg ble også alle sakene som behandles av den sentrale kredittkomiteen vurdert og kvalitetssikret.

I andre halvår 2012 begynte vi også å registrere IPR henvendelser for å måle hvor mange personer og bedrifter som henvender seg til Innovasjon Norge med ulike IPR relaterte problemstillinger. Det ble registrert totalt 166 henvendelser hvor tema var IPR dette halvåret.

Samarbeid med distriktskontorene

IPR rådgivningstjenesten leveres i samarbeid med kundeansvarlige på distriktskontorene. IPR teamet har en geografisk inndeling, og jobber sammen med kundeansvarlige på kontorene. IPR teamet brukes også som sparringspartner for kundeansvarlige for å vurdere innovasjonsnivået, IPR status, handlingsrom og eierskap til IPR.

IPR vurderinger i finansieringssaker

IPR teamet jobber sammen med avdeling for Finans, Resultatoppfølging og Styring for å tilby beslutningsstøtte i finansieringssaker gjennom å:

- Bidra til bedre prosjektvurderinger gjennom vurdering av IPR innhold i prosjektet

- Avdekke IPR risiko i selskapet. Unngå inngrep i andres rettigheter, sikre bedriftens konkurransefortrinn
- Sjekke eierskap og gyldighet av de immaterielle rettighetene
- Sikre at IN har god sikkerhet for lån der immaterielle rettigheter inngår i pantet

IPR beslutningsstøtte er mest aktuelt der kravet er at innovasjonsnivået i prosjektet skal være på nasjonalt og internasjonalt nivå

Samarbeid med andre interne avdelinger i Innovasjon Norge

IPR teamet samarbeider også med flere andre interne avdelinger for å sikre IPR Inn i annen tjenesteutvikling, og leveranse av IPR tjenester inn mot programmer. Vi jobber også med å tilgjengeliggjøre flere verktøy og avtaleeksempler på internettsidene til Innovasjon Norge.

Samarbeidsavtale med Patentstyret

Formålet med samarbeidsavtalen er at de to institusjonene skal fremstå som samordnede aktører for å dekke markedets behov for IPR-tjenester på en effektiv måte som gir merverdi til bedriftene.

Samtidig har samarbeidet som mål å øke bevissthet og kunnskap om IPR i norsk næringsliv og dermed bidra til å styrke konkurranseevnen til norske bedrifter.

I 2012 arrangerte IPR teamet sammen med Patentstyret flere lunsjmøter med hensikt å tilby oppdatering til ansatte i Innovasjon Norge innenfor relevante tema innen industrielle rettigheter.

Eksterne aktører

I 2012 har IPR teamet blant annet deltatt i opplæring av etablererveiledningstjenesten i flere fylker.

IPR arbeidet i Innovasjon Norge har i 2012 hatt følgende fokus (i prioritert rekkefølge):

1. Leveranse av IPR rådgivning mot Innovasjon Norges prioriterte kunder
2. Leveranse av beslutningsstøtte/beslutningsgrunnlag i finansieringssaker
3. Næringspolitisk rådgivning og tjenesteutvikling rettet mot oppdragsgivere
4. Opplæring av kunderådgivere

I de fleste av Innovasjon Norges kundeprosjekter er IPR relevant. I de prosjekter som kundeansvarlig har vurdert som et innovasjonsprosjekt, bør IPR teamet kobles inn. Teamet kan bistå kundene med å kartlegge deres IPR status, behov og muligheter. Et viktig tema er hvordan kunden best kan beskytte og utnytte sin IPR (varemerke, design, patenter og åndsverk, m.m.) i forretningsutviklingen. Et bevisst forhold til egen IPR vil styrke kundens posisjon i markedet ovenfor konkurrenter, samarbeidspartnere og potensielle investorer.

Evalueringer og kundeeffektundersøkelser

IPR rådgivningen leveres i hovedsak til prosjekter som har utviklet nye varer, tjenester og prosesser på nasjonalt eller internasjonalt nivå.

Fra sist kundeeffektundersøkelse kan vi blant annet se at tjenesten i stort grad har bidratt til innovasjon, økt kompetanse og en markedsrettet effekt hos kundene. Andelen prosjekter hvor IPR rådgivning har bidratt til Identifisering av nye kundebehov (hos eksisterende eller nye kunder) og lansering av produkter/tjenester på en ny måte er begge høyest for IPR rådgivning. Spesielt høyt er bidraget til økt identifisering av nye kundebehov (nesten 9 av 10 prosjekter har i stor grad bidratt til dette).

Risikofaktorer/utfordringer

Norske bedrifter utnytter i mindre grad enn selskap i sammenliknbare land sine immaterielle verdier til økt verdiskaping. Det er en dokumentert markedssvikt innenfor IPR området for flere ulike tjenestetyper. Markedssvikten er særlig stor hos SMB segmentet og i unge bedrifter. IPR teamet har de siste årene konsentrert sin innsats inn mot prosjekter som har et kundeforhold til våre distriktskontorer. Vi opplever imidlertid at det udekkede behovet er like stort i norsk næringsliv for øvrig noe som også ble bekreftet i Perducorapporten fra 2010. (Formålet var å kartlegge i hvilken grad bedriftene er bevisste på IPR og kartlegge hvilke tjenester bedriftene har behov for).

Dette er noe som hemmer norske bedrifters konkurransekraft.

Disse problemstillingene adresseres også i stortingsmeldingen om immaterielle rettigheter som skal behandles våren 2013. IPR teamet har deltatt i ressursgruppen NHD etablerte og har gitt flere innspill til NHD underveis på de problemstillingene de har ønsket å drøfte med oss.

Mange av innspillene som har kommet fra næringslivet og andre i ressursgruppen trekker fram behovet for økt kompetanse og bevissthet om immaterielle rettigheter, og foreslår en forsterket offentlig satsing på dette området. Ifølge næringslivet har bedriftene behov for å øke sin kunnskap om immaterielle rettigheter. Virkemiddelapparatet bekrefter også en økende etterspørsel og behov for veiledning, råd og kompetanse om immaterielle rettigheter og tilhørende tjenester. De tiltak og initiativ som regjeringen foreslår i denne meldingen handler i hovedsak om å bidra til mer strategisk bruk og større bevissthet og kompetanse om immaterielle rettigheter, både i næringslivet, offentlig sektor og hos andre relevante aktører.

5.6.10 Koordinering av norsk deltakelse i EUs rammeprogram for konkurranseevne og innovasjon (CIP)

Innovasjon Norge er nasjonalt kontaktpunkt for EIP (Entrepreneurship and Innovation Programme), som er den største programdelen i EUs rammeprogram for konkurranseevne og innovasjon; CIP (Competitiveness and Innovation Framework Programme 2007-2013). Nærings- og handelsdepartementet finansierer oppdraget med 2 mill. kroner årlig. Dette tilsvarer et og et halvt årsverk samt midler til reiser og andre kostnader. I tillegg forvalter Innovasjon Norge en forstøtteordning hvor norske aktører som søker EU om prosjektmidler fra CIP EIP kan søke om finansiell risikoavlastning (ordningen finansieres med inntil 2 millioner kroner årlig).

Formål/målsetning

CIP skal fremme innovasjon og konkurransekraft i næringslivet, særlig hos små og mellomstore bedrifter. Budsjettet er på 2,166 mrd. euro over syv år. 1,37 mrd. euro er øremerket til investeringer i finansielle institusjoner gjennom European Investment Fund. Øvrige midler avsatt til prosjekter, nettverk, analyser og ekspertgrupper som skal jobbe med å identifisere rammebetingelsene til- og verktøyene for å sikre økt innovasjon og konkurranseevne i Europa, samt et næringslivsklima som sikrer SMB gode vekstvilkår.

Rapportering for 2012

Aktiviteter og resultater i oppdraget:

Kontaktpunktet deltok på komitémøter for CIP EIP i Brussel i mars, juni og oktober, sammen med NHD. Interdepartementalt møte ble avholdt 13. februar. I forkant av EIPC-møtene er det stor sett avholdt møter i referansegruppen for EIP. Her deltar LO, NHO, Norsk venturekapitalforening, KLIF, SIVA, Innovasjon Norge og SIVA. Bedriftsforbundet holdes orientert om programmet skriftlig.

CIPcom, det elektroniske nyhetsbrev kom ut i 6 eksemplarer i 2012. Brevet har litt over 700 abonnenter i departementer, virkemiddelapparat, Stortinget, media, forskningsinstitusjoner, kunnskapsbedrifter m. m. Nyhetsbrevet viktigste oppgave er å spre kunnskap om policyutviklingstrekk på innovasjon i EU/CIP. Flere artikler om EIP ble også publisert i Innblikk – et EU-nyhetsbrev med bedriftsprofil fra Enterprise Europe Network.

Kontaktpunktet har holdt seg faglig oppdatert gjennom 2012, ved å følge utviklingen i prosjekter, politikkutvikling generelt og ved å delta på 8-10 konferanser og informasjonsmøter i inn- og utland. Det er også arrangert en rekke møter med søkere og andre med interesser for CIP/EIP.

Prosjektsøknader generelt: Det er sendt inn totalt 7 prosjektsøknader fra Norge til EIP i 2012 (som kontaktpunktet kjenner til).

Prosjektetableringsstøtte: Innovasjon Norge har mottatt totalt 10 søknader til forstøtte i 2012, hvorav 7 ble innvilget og en ble avslått. To søknader ble trukket før ferdigbehandling fordi prosjektene ikke var modne for EU-søknad og dermed ikke oppfylte kravene til forprosjektstøtte.

Miljø: 3 prosjektsøknader er sendt til Eco Innovation (resultater ventes februar 2013). Programmet tar gode prosjekter fra forskningsfasen til kommersialisering. Kontaktpunktet har jobbet tett med EU-rådgivere på Innovasjon Norges distriktskontorer og arrangerte informasjonsmøter i Oslo, Bergen og Stavanger (totalt 85 deltakere). Bedriftene fikk i etterkant av dette individuelle møter for å diskutere

muligheter. Et søknadsskrivekurs ble arrangert i Oslo 30. mai, der det var fokus på formelle krav i søknaden, innhold, finansiering og budsjett og IPR.

Finansielle instrumenter: Kontaktpunktet satset på de finansielle virkemidlene (særlig venturekapital) i 2012. Sammen med Forskningsrådet arrangerte Innovasjon Norge møte om de finansielle virkemidlene i FP7, CIP, Horisont og COSME. 2 kapitalfond fikk forprosjektmidler innvilget fra Innovasjon Norge og er nå i prosess med EIF om venturekapitalinvestering (GIF-ordningen). Vi håper minst ett av disse fondene vil materialiseres og få investering fra EIF ila 2013.

Reiseliv: Det ble sendt en norsk søknad på reiseliv i 2012 fra Innovasjon Norges reiselivsavdeling til nettverket EDEN. Søknaden vant ikke frem, men IN er interessert i å søke årets utlysning.

Innovasjonspolicy: Innovasjon Norges klyngeteam har i 2012 videreført aktivitetene fra prosjektet Cluster Excellence i egen regi. Norske klynger deltar i videreføringen av ProInno initiativet "Innovation Express", som nå finansieres gjennom Nordisk Ministerråd.

Innovative offentlige anskaffelser: Det er utviklet et tett samarbeid mellom IN, DIFI, KS og NHO på dette fagfeltet. Gruppen følger utviklingen og utlysninger i EU tett. Lyngdal kommune, Falun kommune (SE), Difi og Leverandørutviklingsprogrammet fikk innvilget 1,5 millioner euro til et prosjekt som skal utvikle strategier for bruk av innovative innkjøp. Det ble bevilget forprosjektstøtte fra IN i 2011 for å utvikle søknaden. Ser mer informasjon om prosjektet under suksesshistorier pkt 9.

"European Mobility Industries Alliances: Phase II": Kjeller Innovasjon sammen med flere norske partnere er shortlistet til hovedprosjekt i programmet. Det ble gitt forprosjektmidler og støtte for søknadsskriving til fase 2 av Innovasjon Norge.

Entreprenørskap: Ungt Entreprenørskap Norge vant frem i CIP utlysningen Entrepreneurship Education (28/G/ENT/CIP/12/E/N01C01) - prosjektet fikk maksimal støtte på 500 000 euro. Formålet med prosjektet er å utvikle verktøy lærere kan bruke i entreprenørskapsundervisning. Det ble bevilget forprosjektstøtte fra IN for å utvikle søknaden.

Løpende: Innovasjon Norge har deltatt i ekspertforumene INNO-Partnering Forum og Expert Group on Innovation in Services.

Det er informert bredt om ulike konferanser og rapporter, både via CIPcom og til enkeltpersoner/-miljøer med spesiell faglig utbytte av å følge EU policy.

Kvinneprofil

IN nominerte den kvinnelige gründeren av Metizoft AS, Gry Cecilie Sydhagen, til en stor europeisk inspirasjonsbrosjyre ("[The Secret of Success](#)") om entreprenører som har lyktes.

Miljørettede prosjekter

Eco-innovation er en stor del av kontaktpunktets arbeid. I 2012 hadde vi tre norske søknader til Eco-Innovation. Pr. 5.2. 2013 er resultatene fra søknadsrunden ikke publisert.

Gjennomførte eksterne evalueringer i 2012 (før-, følge-, midtveis- el. sluttevaluering)

Programmet ble evaluert i 2011. Ingen evaluering gjennomført i 2012.

Programutviklingsaktiviteter i 2012

EIP-programmet bærer preg av at EU for tiden skaper et nytt innovasjonspolitisk rammeverk. Flere utlysninger skal berede grunnen for de nye programmene Horisont 2020 og COSME, og er å anse som forberedende studier til innovasjonspolitiske satsinger i den kommende perioden (2014-2020).

Veien videre etter CIP: Kontaktpunktet bidrar sterkt i diskusjonen om EUs nye programmer, blant annet gjennom en intern arbeidsgruppe i IN og ved å delta på møte om programmene i EFTA. Kontaktpunktet har tett samarbeid med NFR for å forberede mobiliseringsarbeidet av norsk næringsliv til Horisont 2020.

5.6.11 Handelsteknisk rådgiving og kursvirksomhet

Kunnskap om internasjonale rammebetingelser kan være avgjørende for å lykkes, sikrer bedriften rask, effektiv og lønnsom handel internasjonalt.

Rådgivere bak fagteamet Internasjonale handelsregler (ITR) gir veiledning og råd, og fungerer som diskusjons- og sparringspartner for å vurdere løsninger med hensyn til regelverket på ulike fagområder knyttet til kjøp og salg i internasjonal handel. Det kan være strategisk valg av leveringsbetingelser, hjelp til egen produksjonsprosess, innkjøp av innsatsmaterialer og innhenting av kunnskap om rammebetingelsene som til enhver tid er gjeldene for bedriftens varegrupper, og hvilke hensyn som må tas ved valg av markeder.

Toll- og avgifter, tollprosedyrer, merverdiavgift, dokumentasjon, produkt- og miljøkrav, leveringsbetingelser, betalings- og sikringsformer og kontrakter er noen eksempler på slike faglige utfordringer.

Hovedmålgruppen er norske små og mellomstore bedrifter (SMB), inkl. oppstarts bedrifter, med internasjonale vekstambisjoner, potensiale, og nødvendige interne forutsetninger for å lykkes i internasjonal konkurranse.

Ressursbruk

I året 2012 var det budsjettet med 4 årsverk samt innleid hjelp på timeavtale (ca. 20%). Større inntjening på abonnement av Eksporthåndboken skyldes endring i type abonnement fra 2011 til 2012, der enkeltabonnement ble fjernet til fordel for bedriftsabonnement der alle i den juridiske enheten kan få tilgang til tjenesten. Disse abonnementene gir større inntjening, til tross for at antall abonnement ble redusert fra 350 til 231. Det differensieres på store bedrifter som betaler NOK 7200,- per år (45) per 2012, og SMB (186) bedrifter som betaler NOK 3600 per år. I og med abonnementene har en ubegrenset brukertilgang innenfor sin juridiske enhet var det registrert ca. 800 brukere. Gjennom 2012 påløp ekstra utviklingskostnader på Eksporthåndboken fordi teamet gjennomførte flytting fra en eldre nettplattform til å bli en integrert del av www.innovasjon Norge plattformen. Dette innebar nytt design, økt brukervennlighet, og en automatisk abonnementsløsning for brukeren. I tillegg er det blitt satt opp egen teknisk brukerstøtte for brukere av Eksporthåndboken. Det sendes ut et nyhetsbrev fra Eksporthåndboken til abonnentene månedlig med unntak av juli.

Ressursbruken i 2012 var noe lavere enn i 2011 pga. lavere internt timeforbruk

Statistikk

I løpet av 2012 ble det registrert 392 henvendelser, det antas at antall henvendelser er en del høyere, fordi ikke alt blir registrert.

Teamet for internasjonale handelsregler samarbeider med distriktskontorene om tilrettelegging og markedsføring av kurs. I 2012 gjennomførte vi til sammen 10 kurs i internasjonal handel (3), Internasjonale kontrakter(1), EU Tollbestemmelser(2), Eksportdokumenter(2), og Bruk av opprinnelsesbevis knyttet til Norges frihandelsavtaler (2). Totalt deltok 121 bedrifter.

Teamet levert åtte eksterne rådgivningsoppdrag i tillegg til å bidra til kompetanseheving gjennom FRAM, Norstella og i Utenriksdepartementet på kurs for ambassadeansatte og hospitanter.

Typiske næringer som mottar rådgivning på internasjonale handelsregler er alle våre prioriterte sektorer med unntak av reiseliv og tradisjonell landbruk. Ellers er for øvrig alle ulike type næringer som har varehandel i en eller annen form over landegrenser typiske kunder.

Evalueringer og kundeeffektundersøkelser

Undersøkelser viser at bedriftene i målgruppen spesielt gir uttrykk for følgende behov for kunnskap om internasjonale handelsregler (toll, handelsavtaler, opprinnelsesregler, dokumentasjonskrav, produktkrav, kommersielle kontraktsforhold, leveringsbetingelser og betalingssikring) i sin internasjonaliseringsprosess. I tillegg viser undersøkelser at handelsreglene kan enten være et hinder eller motsatt at kunnskap kan gi konkurransefortrinn og konkurransedyktighet i markeder der de ellers ikke har forutsetninger til å lykkes. Teamet får jevnt over gode tilbakemeldinger med hensyn til service i serviceundersøkelsen. Vi skal se nærmere på om våre leveranser på internasjonale handelsregler kan implementeres i Innovasjon Norges kundeeffekt undersøkelse.

Risikofaktorer/utfordringer.

Dersom ikke det blir satt av øremerkede midler til Eksport håndboken, vil Eksport håndboken fortsette som en brukerbetalt tjeneste. Den største utfordringen er kapital og ressurser til å markedsføre tjenesten tilstrekkelig slik at alle bedrifter i Norge med behov for et slikt verktøy får muligheten til å abonnere. Der er også en intern utfordring i bedriften med å gjøre kjent at de har tilgang til denne tjenesten, da det er mulighet for alle å registrere seg. Bakgrunnen for at vi ønsker at flest mulig i en bedrift får tilgang på Eksport håndboken er følgende tilbakemeldinger vi har fått fra norsk næringsliv i en årrekke. "Det hjelper lite at logistikkavdelingen er profesjonell når en varesending skal sendes til Kuwait, dersom en selger har solgt på en leveringsbetingelse som er umulig å oppfylle for bedriften eller ulønnsom å innfri".

5.7 Annen administrativ rapportering

5.7.1 Antall årsverk fordelt på hoved-, distrikts- og utekontor

Tabellen under viser antall årsverk fordelt på hoved-, distrikts- og utekontor i 2012 og 2011. Det er tre hovedårsaker til endringene fra 2011 til 2012: Ansettelse i vakante stillinger pr 31.12.11, nye stillinger finansierte av ulike oppdrag og opprydning i årsverksstatistikken når det gjelder utenlandske ansatte.

Endringen i 2012 er for hovedkontoret 1,6 fast ansatt, 5 flere vikarer for personer i permisjon og resten er engasjementsstillinger. Endringen i 2012 for distriktskontorene er i hovedsak fast ansatte fordelt på ulike kontorer. Endringen i 2012 for utekontorene er opprydning i årsverksstatistikk samt engasjementsstillinger og fast ansatte.

Tabell 18. Antall årsverk fordelt på hoved-, distrikts- og utekontor

Årsverk	2011	2012
Hovedkontor	229,7	241,4
Distriktskontor	305,7	310,5
Utekontor	165,4	182,6
Sum	700,8	734,5

5.7.2 Kostnader fordelt på hoved- distrikts- og utekontor

Tabellen under viser de samlede kostnadene knyttet til administrasjon og gjennomføring fordelt på hoved-, distrikts- og utekontor i 2012. Det er størst forbruk hos utekontorene, som er naturlig i og med at reiselivsbevilgningen utgjør en stor andel av påløpte kostnader, og at størstedelen av denne påløper i utlandet.

	2012
Hovedkontor	437
Distriktskontor	435
Utekontor	530
Sum	1 401

Tabell 19. Fordeling av kostnader mellom kontorene. Beløp er i mill. kroner. Fra og med 2012 rapporterer vi på total mens det tidligere ble rapportert på post 70. Derfor finnes ikke fjorårstall i denne tabellen.

5.7.3 Beskrivelse av distriktskontorenes struktur, antall, kompetanse

Innovasjon Norge har 15 distriktskontorer med i alt 21 kontorsteder. De fleste distriktskontorene dekker ett fylke. I Agder, Buskerud og Vestfold og Oslo, Akershus og Østfold har selskapet kontorer som dekker henholdsvis to, to og tre fylker. I alle disse tre regionene er distriktskontorets medarbeidere fordelt på to kontorsteder. I tillegg har distriktskontorene i Finnmark, Møre og Romsdal og Sogn og Fjordane to kontorsteder.

Det er i 2012 ikke gjennomført endringer i kontorstrukturen i Norge

5.7.4 Gjennomførte endringer i internasjonal tilstedeværelse

Olje, gass, fornybar energi, skipsfart og maritim industri gjør Indonesia til et interessant marked for norsk næringsliv og Innovasjon Norge bidro i 2012 til å åpne dører for norske bedrifter ved å etablere ett nytt kontor i Jakarta, Indonesia. Kontoret sin oppgave er å synliggjøre mulighetene i det raskt voksende indonesiske markedet for norske bedrifter, kartlegge behov og hjelpe bedriftene i jakten på kunder og samarbeidspartnere. I forbindelse med åpningen arrangerte Innovasjon Norge en delegasjonsreise med nærmere 100 representanter fra 70 bedrifter. Kronprinsparet foretok den offisielle åpningen av kontoret.



Foto: Innovasjon Norge

5.7.5 Inntekter fra brukerbetalte tjenester

Nedenfor følger en oversikt over omfanget og fordelingen av inntektene fra eksterne brukerbetalte tjenester på distrikts-, ute- og hovedkontoret for 2012 sammenlignet med året før.

Matching fra reiselivsnæringen utgjør den største andelen av eksterne brukerbetalte inntekter. I 2012 er de noe høyere enn året før, dette skyldes noe høyere aktivitet enn året før. Brukerbetalte ordinære tjenester er 28,1 mill. kr, som er høyere enn fjoråret. Det er brukerbetalte tjenester i utlandet som øker, noe som skyldes høyere aktivitet.

Mill.kr	DK		UK		HK		Total	
Type tjeneste	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011
Brukerbetaling tjenester	0,8	1,6	22,3	15,8	5,0	4,6	28,1	22,0
Brukerbetaling profilering av Norge som reisemål	-	-	92,7	83,1	19,3	19,0	111,9	102,2
Brukerbetaling norske fellesstands i utlandet	-	-	0,1	-	25,8	25,0	26,0	25,0
Brukerbetaling internasjonal vekst	-	-	10,9	10,0	0,2	0,0	11,0	10,0
Brukerbetaling kompetanseprogram	3,2	2,1	0,1	0,2	-	-	3,3	2,3
Brukerbetaling næringslivsdelegasjoner	-	-	0,3	0,1	2,2	2,2	2,5	2,2
Sum	4,0	3,6	126,3	109,2	52,4	50,8	182,8	163,7

5.7.6 Vurdering om avslutting/reduksjon av oppgaver

Innovasjon Norge leverte 15.4.2012 tre rapporter som beskriver hvordan vi kan forenkle tjenesteporteføljen. Vi viser til disse for vurdering om avslutting/reduksjon av oppgaver.

5.7.7 Evalueringer

Se under delmål 5, arbeidsområde 5C på side 20 for oversikt over gjennomførte evalueringer i 2012. I tillegg til de løpende kundeeffektundersøkelsene planlegger vi i 2013 å evaluere Bedriftsnettverk, Maritim satsing, Miljøteknologi og FRAM.

5.8 Kap 2421.71 Reiseliv

	Ramme 2011 Mill. kroner	Ramme 2012	Forbruk pr. 31.12.2012
Reiselivsprofilering inkl. operativ drift for innovasjon i reiselivsnæringen	232,5	237	269,9
Innovasjon i reiselivsnæringen	17,5	15	15,0
Sum	250	252	284,3

I 2012 var totalt forbruk til profilering av Norge som reisemål 396,2 mill. kroner hvorav vel 111,9 mill. kroner (28 %) ble finansiert med brukerbetaling fra reiselivsnæringen og 284,3 mill. kroner (72 %) dekkes av NHD budsjettpost 2421.71

Se under Profilering av Norge som reisemål på side 77 for en rapport av profileringsvirksomheten.

5.8.1 Kap 2421.71 Innovasjon i reiselivsnæringen

Innovasjon er viktig for å styrke konkurransekraften, bedre lønnsomheten og skape vekst i reiselivet. Det må utvikles helhetlige produkter med høy kvalitet som gir våre besøkende gjennomgående gode opplevelser. Utviklingen av produkttilbudet må skje ut fra oppdatert markedskunnskap, trender, tilpasning til prioriterte målgrupper og ønske om helårs sysselsetting. Norge har ekte produkter av høy kvalitet, men en av de største utfordringene er å utarbeide nye produkter og sette produktene sammen på en måte som gjør Norge til et attraktivt reisemål.

Tjenesten innovasjon i reiselivsnæringen leverer følgende tjenester og aktiviteter:

- Rådgiving om reisemålsutvikling: prosessverktøy for helhetlig utvikling av destinasjoner i Norge
- Finansiering av bedriftsnettverk i reiselivsnæringen
- Forskjellige kompetansetiltak

Formål/målsetning med tjenesten

Tjenesten Innovasjon i reiselivsnæringen skal bidra til utvikling gjennom realisering av prosjekter/konsepter som:

- Stimulerer entreprenørskap i reiselivsnæringene
- Øke innovasjonen og kompetanse i næringene
- Øke verdien av eksisterende bedrifter gjennom markedsorientert produktutvikling
- Fremme, stimulerer utvikling og anvendelse av ny teknologi
- Implementerer Merkevarer Norge

Innovasjon Norge fokuserer på fire hovedområder for å bidra til å øke innovasjonsgraden i reiselivsnæringene:

- Stimulere til nye og lønnsomme forretningskonsepter

- Økt fokus på å styrke kompetansen i reiselivsnæringene
- Øke samhandlingen mellom aktørene i reiselivsnæringene
- Øke samhandling med andre næringer

Ressursbruk

Ramme 2012	Innvilget tilsagn per 31.12.2012
15,0 mill.	15,0 mill.

Den samlede tilgjengelige rammen for tjenesten i 2012 var på totalt 15,0 mill. kroner som ble fullt utnyttet.

Statistikk

Tabellen viser prosentandel av tilsagn i 2012 i forhold til relevante variabler

	2011	2012
Tilsagn som er kvinnerettet	62%	43%
Internasjonalt rettet	58%	69%
Miljørettet	12%	22%
FoU-basert	13%	5%
Samarbeids- og flerbedriftsprosjekter	62%	69%

Størsteparten av tilsagnene går til kommersielle bedriftsnettverk, gjennomføring av kompetansekurs, samt pilotene innen bærekraft og fellesgodefinansiering.

Evalueringer og kundeeffektundersøkelser

Tjenesten inngår ikke i kundeeffektundersøkelsen.

I Regjeringens reiselivsstrategi fikk Innovasjon Norge ansvar for utvikling og implementering av en rekke kompetansekurs til reiselivsnæringen. I 2012 ble det gjennomført 46 kurs for 808 reiselivsbedrifter over hele landet med god deltakertilfredshet.

Kurs 2012	Antall kurs	Antall bedrifter	Snitt tilfredshet per kurs (skala 1-7)
Bærekraft	6	82	5,6
Vertskap	13	259	6,0
Opplevelsesproduksjon	7	133	5,8
Pakking, salg og distribusjon	7	114	6,3
IKT-For reiselivsnæringen	9	139	6,2
Internasjonal markedsføring*	2	56	5,1
Hvordan jobbe på kurs/ konferansemarkedet	2	25	5,4 (skala 1-6)
Sum	46	808	

Risikofaktorer/utfordringer.

NHDs påbegynte omstrukturingsarbeid i reisemålsselskapene har ført til en økt etterspørsel etter reisemålsutviklingsprosesser etter "Hvitebok for reisemålsutvikling". Deler av denne etterspørselen er motivert ut i fra et ønske om å posisjonere seg i forhold omstrukturingsprosessen. Dette har ført til at Innovasjon Norge har hevet terskelen for å få gjennomført reisemålsutviklingsprosesser i 2012.

Innovasjon Norge tilbyr syv ulike kompetansetilbud tilpasset reiselivsnæringen. Brukerevalueringene fra disse er gode, og vi får kontinuerlig forespørsler på utvikle flere innen andre området, bla. innen økonomi og forretningsstyring. Vårt prinsipp er at det ikke skal finnes noe tilsvarende kompetansetilbud på markedet slik at det foreligger en markedssvikt før Innovasjon Norge utvikler og tilbyr nye kompetansetilbud.

Da kompetansetilbudet er relativt nytt, inngår de ikke i kundeeffektundersøkelsene enda. For å sikre at tilbudet treffer målgruppene rett og at de gir effekt, vil Innovasjon Norge gjennomføre en ekstern evaluering av kompetansetilbudene i løpet av 2013.

Når det gjelder bedriftsnettverk i reiselivet så forventes det en fortsatt stor interesse for tjenesten, spesielt i sentrale områder. Beskjedne rammer gir begrensede muligheter til å finansiere nye bedriftsnettverk. Ambisjonene må derfor holdes på et moderat nivå.

En viktig suksessfaktor er å ha god tilgang til prosjekter med stort verdiskapingspotensial og bedrifter med gode forutsetninger for å realisere det. Det er en stor utfordring å velge ut de beste prosjektene og samtidig ha en bred bransjemessig og geografisk fordeling.

5.9 Kap 2421.71 Nettverk og profilering

5.9.1 Begrunnelse for prioritering av midler

Prioritering og innretning av virkemiddelrammene for 2012 ble behandlet i Innovasjon Norges ledergruppe høsten 2011 og endelig besluttet i hovedstyret 15.12.2011. Til grunn for diskusjoner og vurderinger i ledergruppen og styret lå Innovasjon Norges mål, oppdragsbrev, strategi og prioriteringer i vår interne Masterplan 2012.

Behov for å styrke innsatsen inn mot bedrifter med vekstambisjoner

Innovasjon Norges strategi fremhever tre arbeidsområder som Innovasjon Norge skal jobbe gjennom; Innovasjonsmiljøer, Entreprenørskap og Vekst i bedrifter. I 2012 prioriterte vi særskilt å satse på sterke klynger og næringsmiljøer, økt vekst basert på markedsorientering og bedrifter med internasjonale vekstambisjoner

Resultatene fra 2011 ble diskutert grundig som en del av prosessen for prioritering av midlene for 2012. Ved inngangen til 2012 viste sentrale resultatindikatorer (vist som prosentandeler av brutto innvilget støtte³⁵).

Utvalgte indikatorer	Oppnådd 2010	Oppnådd 2011	“Siktemål” 2012
Entreprenørskap	14 %	17 %	15 – 20 %
Vekst i bedrifter	81 %	78 %	70 – 80 %
Innovasjonsmiljøer og nettverk	5 %	5%	5 - 7 %
Internasjonalt rettede prosjekter	33 %	42 %	Økning
Andel SMB m/vekstambisjoner	26 %	23 %	Økning
Andel til innovasjon	67 %	71 %	Økning
Innovasjonshøyde			
Nasjonalt	22 %	19 %	Minst opprettholde
Internasjonalt	34 %	37 %	

Analysen av resultatene fra 2011 på de tre strategiske arbeidsområdene (entreprenørskap, vekst i bedrifter og innovasjonsmiljøer) viste at resultatene stort sett var innenfor “siktemålene”. Andelen SMB bedrifter med vekstambisjoner ble derimot redusert fra 2010 til 2011 til tross for en økt andel internasjonalt rettede prosjekter. Vi lyktes ikke med å øke antall bedrifter med vekstambisjoner i 2011. Dette ble derfor et prioritert forbedringsområde for vesentlig økt mobiliseringsinnsats i 2012. Andel av samlede virkemidler som gikk til internasjonalt rettede prosjekter økte noe i 2011. Vi mener at vi får økt verdiskaping ved å øke andelen bedrifter i vår portefølje med vekstambisjoner og øke andelen internasjonalt rettede prosjekter. I 2011 så vi at vi ikke fullt ut lyktes å nå disse ambisjonene. Vi la derfor opp masterplanen for 2012 slik at vi skulle øke andelen bedrifter med vekstambisjoner og andelen internasjonalt rettede prosjekter.

³⁵ Indikatorene er beregnet ut fra alle bevilgninger i 2011 ikke bare Kap. 2421.71

Vi ser også at effekten av virkemidler for innovasjon i samarbeid er god. I planene for 2012 la vi derfor også opp til en styrking av nettverkstjenestene. Uansett må slike aktiviteter ha et langsiktig perspektiv, slik at større og årlige endringer her ikke er ønskelig.

Deler av rammene på post 71 er øremerket i oppdragsbrevet eller gjennom forpliktelser knyttet til langsiktige utviklingsprogrammer. I 2012 er 252 mill. kroner av posten øremerket Reiseliv. Virkemiddelrammene innenfor post 71 finansierer dessuten (sammen med KRDs post 72) flere av våre større utviklingsprogrammer som av natur har en viss langsiktighet. 60 mill. kroner av rammen til Nettverk og profilering er bundet gjennom langsiktige forpliktelser med overfor de prosjektene som får støtte.

Fordeling av virkemiddelramme for post 71 Nettverk og profilering

Innovasjon Norge foretar en budsjettmessig fordeling av midlene tidlig på året, men det hele er basert på at fordelingen kan endres i løpet av året i takt med endrede behov og/eller endrede vurderinger.

	2011	2012 ³⁶	
<i>Initiell rammefordeling (mill. kroner)</i>	NHD Post 71	NHD Post 71	Endring
Videreutvikling av nettverk og innovasjonsmiljøer			
ARENA	22,0	22,0	
NCE	30,0	30,0	
Bedriftsnettverk	0	0 ³⁷	
Innovasjonsnettverk (ARENA)	0	1,5	1,5
Nettverksaktiviteter innen treforedlingsindustrien ³⁸	0	5,0	5,0
Innovasjon i tjenester	3,0	0	-3,0
Sum	55,0	58,5	3,5
Videreutvikling og vekst i etablerte bedrifter og oppstartsbedrifter			
Næringsrettet design	7,5	9,0	1,5
Internasjonal Vekst	18,0	13,1	-4,9
Key account/mobilisering	8,0	14,4	6,4
Sektorprogrammet	17,8	17,8	
Strategisk posisjonering	5,0	4,4	-0,6
Messer	2,0	4,0	2,0
Bedrift i EU	3,0	3,0	
Kompetanseprogrammet	3,0	3,0	
Kvinner i næringslivet	2,5	2,5	
Prisutdelinger/Skaperkraft	0	1,5	1,5
Sum	66,8	71,2	4,4
Styrking av kunnskapsgrunnlaget			
Analyser, evalueringer	1,0	1,1	0,1
Prisutdelinger/Skaperkraft	0	1,5	1,5
Foreløpig ufordelt	0	1,4	1,4
Sum	1,0	4,0	3,0
Grand Total	122,8	133,7	10,9

Våre to store utviklingsprogrammer innen klyngeutvikling (ARENA og NCE) ble videreført på samme nivå som i 2011. Det ble etablert en mindre ramme for å pilotere noen få "nye innovasjonsnettverk" drevet av felles samarbeidsinteresser på landsbasis og støttet av digital infrastruktur som et tilbud i tillegg til de regionalt baserte klyngeinitiativene (jfr. Innovasjon Norge's budsjettinnspill 2012). Ekstramidlene til

³⁶ Tallene inkluderer midler til gjennomføring.

³⁷ Ingen friske midler er avsatt foreløpig, men 8,5 mill. kroner finansieres med post 71-midler overført fra 2011.

³⁸ Ørmerkning fra revidert statsbudsjett 2012. Vi har ikke ennå vurdert hvilke tjenester midlene skal distribueres via.

nettverksaktiviteter innen treforedlingsindustrien som kom i revidert statsbudsjett 2012 er synliggjort særskilt i rammefordelingen. Midlene ble ikke brukt i 2012, men man planlegger nå en mobiliseringsinnsats mot industrien for å få opp gode prosjekter (se under sluttrapport for tiltakspakken side 105). Vi viderefører vår satsing på bedriftsnettverk gjennom en balansert samfinansiering fra NHD og KRD. Ingen friske midler er avsatt til bedriftsnettverk fra post 71 i 2012, men 8,5 mill. kroner ble finansiert med post 71-midler overført fra 2011.

Mobilisering av bedrifter med vekstambisjoner var en prioritert aktivitet i 2012. Dette har vi ivaretatt gjennom å styrke arbeidet med key account bedrifter (Høyvekstprogrammet) slik at det gis rom til finansiering av slik ekstrainsats overfor inntil 140 bedrifter. Sammen med en videreføring av arbeidet med å styrke norsk næringslivs markedsorientering og videreføring av arbeidet med mobilisering til fellesprosjekter på nasjonalt- og sektornivå, muliggjør denne styrkingen av en mer strategisk kundedialog og etablering av kundeteam rundt de bedriftene som har størst verdiskapingspotensial. Rammene for Messevirksomheten er økt til 4 mill. kroner i 2012, da rammene som var satt av i 2011 viste seg å bli for knappe i forhold til behovet.

I 2012 kommer våre ambisjoner innen arbeidsområdet entreprenørskap til uttrykk gjennom at vi viderefører innsatsen inn mot unge gründere (KRD), Key Account arbeidet (som omfatter en stor andel oppstartsbedrifter), Designprogrammet (jfr. betydningen av markedsorientering for vekst i oppstartsbedrifter) og innsatsen overfor kommunene som førstelinje (KRD). I tillegg videreføres innsats overfor målgruppen "Kvinner i næringslivet", men med en stadig større vekt på å integrere innsatsen i øvrige satsinger, programmer og tjenester.

5.9.2 Oversikt over ressursbruk post 71

	Ramme 2011	Ramme 2012	Forbruk per 31.12.2012
Gjennomføring av programmer	38,4	57,4	62,1
Tilskudd til programmer	67,4	76,3	98,5
Sum	122,8	133,7	160,6

Tabell 20. Oversikt over tildelte rammer og forbruk av midler fra post 71 – nettverk og næringslivsprofilering. Se Tabell 14 for detaljer på hvordan tilskuddene til programmer under posten er brukt.

Programmer	Ramme 2011	Ramme 2012	Tilskudd til programmer per 31.12.2012
ARENA*	16,6	16,6	28,6
NCE*	27,5	27,5	40,5
Bedriftsnettverk*		0 ³⁹	8,0
Næringsrettet design*	1,5	3,0	2,7
Internasjonal vekst	1,0	1,0	0,9
EU-rådgivingstjenesten	3,0	3,0	0
Høyvekstprogrammet	1,8	1,7	3,7
Kvinner i næringslivet*	1,5	1,5	2,5
Kompetanseprogrammet*	1,4	1,4	1,5
Sektorprogrammer	9,3	9,0	5,6
Strategisk Posisjonering	1,0	2,0	1,6
Programutvikling og diverse	0,8	3,6	2,9
Nettverksaktiviteter innen treforedlingsindustrien		5,0	0
Sum	67,4	76,3	98,5

Tabell 21. Oversikt over rammer og tilskudd til tjenester innen nettverk og profilering under post 71. Alle beløp er i mill. kroner. Programmer merket med stjerne er omtalt under "Rapportering på tjenester som finansieres av flere departement" side 37. Nettverksaktiviteter innen treforedlingsindustrien er rapportert under post 50 side 105.

³⁹ Bedriftsnettverk ble finansiert med 8,5 mill. kroner i overførte midler fra 2011.

5.9.3 Kap 2421.71 Internasjonal vekst

Tjenesten Internasjonal vekst leveres i tre faser avhengig av hvor i internasjonaliseringsprosessen bedriften befinner seg:

- "Fase 1": Bedriften trenger å sparre med kvalifiserte rådgivere for å få avklart om de har det som skal til og er "willing, able and ready" for å gå internasjonalt.
- "Fase 2": Få svar på om bedriften har reelle markedsmuligheter i et gitt geografisk marked og få assistanse til å gjennomføre et kort og innledende markedsbesøk i dette landet.
- "Fase 3": Få bistand til satse/etablere seg i et geografisk marked og til å ta en markedsposisjon for å kunne vokse.

Våre rådgivere i over 30 land tilbyr sin kompetanse og sine lokale nettverk til norske bedrifter med internasjonale ambisjoner. Rådgiverne forstår den lokale forretningskulturen og kan hjelpe med å "åpne dører" for bedriftene. Rådgiverne er videre sparringspartnere og støttespillere i internasjonale markeder.

Målet med tjenesten er at bedriftene utnytter internasjonale markedsmuligheter, realiserer sitt vekstpotensial og raskere oppnår kommersielle resultater. Innovasjon Norges uteapparat kan hjelpe bedriften å redusere risiko i denne prosessen gjennom å gi råd om hvordan man best gjennomfører internasjonaliseringen, og de bistår dessuten med hjelp til gjennomføringen gjennom å anvende sin kunnskap om forretningsutvikling, strategi, lokale markedsforhold, forretningskultur og nettverk.

Ressursbruk

Ramme 2012: 17,1 mill. kroner

Rammen brukes til å finansiere timer som Innovasjon Norges markeds- og business-rådgivere i uteapparatet bruker på å levere denne internasjonale rådgivningstjenesten til SMB 'er med internasjonalt vekstpotensial. Bedriftene betaler en egenandel for denne tjenesten og rammen dekker den offentlige andelen.

Det ble brukt 17,1 mill. kroner i timekostnader til gjennomføring og operativ drift, dvs. utekontorenes leveranser til SMB, samt tjenesteutvikling og drift. Dette er en økning på 2,1 mill. kroner sammenlignet med 2011 og reflekterer et høyere aktivitetsnivå.

Bruken av rammen på 17,1 mill. fordeler seg slik:

- 14,8 mill. Til finansiering av utekontorenes arbeidstimer for tjenesteleveranser til SMB, inkl. direkte prosjektkostnader.
- 1,9 mill. til finansiering av timer rådgiverne på distriktskontorene i Norge har brukt på å bidra med sin kompetanse rundt i tjenesteleveransen til SMB, i samspill med utekontorene. Av dette er 0,8 mill. kroner brukt av rådgivere i Handelsteknisk avd. for praktisk bistand til SMB for å utnytte muligheter i med internasjonalt handelsregelverk og minske risiko ved avtaleinngåelser i utlandet.
- 0,4 mill. er timer til drift og utvikling av tjenesten.

Statistikk

Det er registret 271 internasjonale rådgivningsoppdrag til SMB-bedrifter levert fra utekontorene og delfinansiert fra denne rammen. Dette er en økning fra 221 prosjekter i 2011.

Både region Sør- og Sør-Øst Asia og spesielt region Amerikas har økt sin andel sammenlignet med 2011, på bekostning av region Vest-Europa og Nord-Øst Asia/Kina.

Fordelingen pr. region i utlandet er som følger:

Region	Offentlig inntekt	Brukerbetaling	Sum	Prosent
Amerikas (AME)	5,4	5,3	10,6	37 %
Baltikum og Sentral-Europa (BSE)	1,0	0,9	1,92	7 %
Entreprenørskap og int.forretningsutvikling (ENIF)	0,1		0,1	0 %
Kina (CHI)	1,0	0,6	1,6	6 %
Nord-øst Asia (NOA)	0,4	0,3	0,7	2 %
Russland (RUS)	0,4	0,4	0,8	3 %
Sør og sør-øst Asia (SOA)	1,6	2,0	3,6	13 %
Uspesifisert region (URE)	2,,4	0,2	2,5	9 %
Vest-Europa (VEU)	5,0	1,5	6,5	23 %
Grand Total	17,3	11,0	28,4	100 %

Figur 8. Fordeling av inntekter fra internasjonale rådgivningsoppdrag per region i utlandet. Grand Total inkluderer 0,2 mill. fra ambassadenes nærings- og profileringsmidler, dvs. andre virkemiddelaktører enn NHD.

	2011	2012
Olje og gass	17	10
Energi og miljø	35	37
Helse	13	15
Kultur og opplevelse	8	14
Landbruk	9	6
Marin	25	13
Maritim	9	20
Reiseliv		1
Annen sektor	106	155
Grand Total	222	271

Tabell 22 Fordeling av internasjonale rådgivningsprosjekter på sektor. Annen sektor dekker både de oppdragene som er sektor-overgripende, og de oppdragene som er gjort for bedrifter som tilhører andre sektorer (f.eks IKT).

Evalueringer og kundeeffektundersøkelser

De mest interessante funnene fra før-undersøkelsen av 2011-årgangen er som følger:

Innovasjon Norge har vært noe mindre utløsende (addisjonalitet) for realisering av internasjonale rådgivingstjenester i 2011 i motsetning til året før. IN utløste i 2011 76% av prosjektene, mot 85% i 2010. Trenden har vært nedadgående de tre siste årene.

De internasjonale rådgivingstjenestene fører til økt samarbeid med i gjennomsnitt 2,7 nye aktører, mot 2,9 året før.

Kompetanseheving skjer på i gjennomsnitt 1,6 områder som følge av tjenesten som er utført (ikke sammenlignbare tall fra forrige årgang, da antallet mulige kompetanseområder er redusert). Snittet for alle tjenestene når det gjelder kompetanse ligger på 1,8.

Innovasjonsnivået ligger også noe lavere enn for tjenestene totalt sett, 2,4 for Internasjonal Vekst mot et snitt på 2,5. Det er særlig på markedsinnovasjon Internasjonal Vekst naturlig nok skårer høyt

Eksportandelen er høyere for denne tjenesten enn for våre øvrige tjenester, hvilket er et naturlig resultat gitt tjenestens innretning og formål. Mens prosjektene bidrar til økt eksport i stor innen 64% av disse prosjektene, gjør de det i snitt for 18% av alle tjenester.

I henhold til siste etterundersøkelse, som i etterhånd ser på de som benyttet tjenesten for fire år siden, er betydningen for økonomiske indikatorer som følger:

Økonomisk indikator	Internasjonal Vekst	Alle tjenestene i IN
Konkurranseevne (i stor grad)	65%	74%
Lønnsomheten (i stor grad)	59%	73%
Overlevelse (i stor grad)	52%	68%

Prosjektene innen Internasjonal Vekst har mindre betydning for de økonomiske indikatorene enn snittet for alle tjenestene i IN. Det har også vært en minsket betydning fra foregående år.

Dersom vi ser det ferske kullet kunder fra 2011 (førundersøkelsen), som ble spurt om forventninger fram i tid, sier disse følgende: 47% mener det i stor grad vil bedre konkurranseevnen (49% for alle INs tjenester). 11% mener det i stor grad vil bidra til å øke overskuddet (17% for alle INs tjenester).

Disse indikatorene vil det være interessant å følge i den nye førundersøkelsen av 2012-kullet, som kommer i løpet av 2013. Forventningene ligger ikke så langt unna tallene for alle IN-tjenestene. Hvorvidt forventningene nås, ikke innfris eller nås over forventningsnivået, får vi svar på når de samme kundene rapporterer tilbake på disse indikatorene om fire år fra 2011, dvs i 2015.

Risikofaktorer/utfordringer.

Utviklingen i internasjonale markeder forandres raskt, og norske bedrifters utfordringer og behov forandres over tid. Dette medfører at vi i vårt internasjonaliseringsarbeid må ha evne til forbedringer og omstillinger. Internasjonal vekst- tjenesten leveres av Innovasjon Norge's rådgivere på utekontorene. Bedriftene er derfor avhengig av at;

- Rådgiverne på utekontorene må ha kompetanse og nettverk. Vi må ha adgang til nyttige ekspertmiljøer og nettverk innen relevante sektorer i sitt utenlandske marked, og dermed kan koble bedriften opp til disse som kan være potensielle samarbeidspartnere og kunder.
- Det er kunderådgivere ved distriktskontorene som møter bedriftene først. Også våre ansatte på distriktskontorene må ha kompetanse om internasjonale markeder og de muligheter som ligger der for våre kunder. Internasjonalisering blir en viktigere oppgave for distriktskontorene framover, og vi ser at vi her fortsatt har en kompetanse- og kapasitetsutfordring, selv om det hav vært gjort store løft spesielt på kompetansesiden i 2012.

5.9.4 Kap 2421.71 Strategisk Posisjonering

Innovasjon Norge skal gjøre Norge og norsk næringsliv kjent i utlandet.

Globalisering gir norsk næringsliv muligheter på nye, internasjonale markeder. Samtidig øker konkurransen om tilgang til kapital, kompetanse og kunder.

Et godt og tydelig omdømme gir sterkere internasjonal konkurranseevne. Et lands omdømme er en viktig konkurranseparameter for landets næringsliv i konkurranse med utlandet. Samtidig bygges et lands omdømme gjennom bl.a. kjente merkevarer og bedrifter, kulturpersonligheter og store evenementer.

Et godt nasjonalt omdømme gjør at det blir lettere å velge nasjonen som reisemål, å velge nasjonens produkter, å gjøre forretninger med nasjonens bedrifter og å vurdere å bli ansatt i nasjonens bedrifter. Norges bedriftsstruktur gjør det nyttig å bygge klyngeomdømme som kan brukes som referansepunkt for små bedrifters egen posisjonering, og sist, men ikke minst: Sterke merkevarer bygger nasjonalt omdømme, og markedsorienterte bedrifter med attraktive posisjoner øker sin konkurransekraft.

Tjenesten Strategisk Posisjonering tar sitt utgangspunkt i at enkeltbedrifter øker sin konkurransekraft gjennom økt markedsorientering, og utvikling av en tydelig og attraktiv strategisk posisjon. En undersøkelse (Damvad, 2011), viser at kun 1 av 7 norske bedrifter arbeider med strukturert innhenting av markedsinformasjon og bruk av slik informasjon i innovasjonsarbeid og strategisk posisjonering. Omdømmeundersøkelser bekrefter (Synovate 2009) også at Norge er ukjent og at norsk næringsliv er produkt og produksjonsorientert.

Tjenesten Strategisk Posisjonering skal utløse prosesser for kulturendring i bedriftene, der økt verdiskaping er basert på innovasjoner som gir kunde verdi.

Med små og mellomstore norske aktører, kan det ofte være riktig å mobilisere enkeltaktører til slike prosesser gjennom utvikling av en overordnet posisjon for et nettverk, en klynge eller en sektor. En slik overordnet posisjon kan også utnyttes som en "endorsement" i utviklingen av individuelle posisjoner. (Reiseliv, NCE Maritim, Vannklyngen).

Sist, men ikke minst, skal tjenesten ta vare på og støtte synergier mellom profilering av Norge og posisjonering av norsk næringsliv.

Nasjonale Omdømmetiltak på prioriterte kontor..

Budsjett på 1.6 mill. kroner, er brukt i sin helhet.

Ved Inngangen til 2012 var det satt av 1 mill. kroner til implementering av såkalte **A – messer**: Messer som er høyt prioritert av bransjen som strategisk viktige, og der vi gjør en ekstra innsats for å profilere Norge gjennom fellesprosjekt med ambassader/ konsulater og bruk av Norgesprofilen. Det er også et mål at vår linje skal utfordre bedrifter og næringer til å bruke messene som milepæler i langsiktige strategier, og ikke som stunts med fokus kun på teknisk gjennomføring.

I løpet av året ble ansvaret og budsjettet for denne delen av tjenesten overført til Messeavdelingen.

Som en oppfølger til Nasjonal Omdømmepilot, ble det satt av nok 0,6 mill. kroner til fellesprosjekter mellom våre kontor, ambassader /konsulater og næringslivet. Formålet er å ta ut synergier mellom Norgesprofilering og posisjonering av den enkelte næring/bedrift.

Det har vært opp til det enkelte utekontor å søke slik utløsende støtte, og forutsetningen er samordning med ambassade/ konsulat og forankring i næringslivet.

Et eksempel på hva man kan få igjen for dette er samarbeidet med Norsk Sjømatråd og ambassaden i Tyrkia, der man har fått en PR verdi på nesten 28 mill. kroner for Norge og norsk sjømat, basert på samlet innsats på ca. 0,5 mill. kroner.

Strategisk posisjonering av sektorer, nettverk og enkeltbedrifter:

Ramme: 2 mill. kroner, innvilget 1,6 mill. kroner

Reiselivssektoren er det beste eksempel på posisjonering av en bransje, for å bygge et positivt omdømme som enkeltaktører kan da nytte av. Et annet eksempel er Maritim sektor, der man har valgt en grafisk profil som er hentet fra Norgesprofilen, slik at den norske tilknytningen blir fremhevet.

Med mange små aktører i næringslivet, som selv ikke har ressurser til å ta strategisk posisjoner internasjonalt, er en overordnet strategi basert på bransje, geografi eller andre fellesnevne være svært nyttig. I 2012 har vi initiert mange slike prosjekter, og også fulgt opp eldre prosjekter med implementerende tiltak for medlemsbedrifter.

Et eksempel er Omdømme Pilot 2 (OP 2) for maritim næring:

Etter at Maritim Omdømmepilot ble gjennomført skjedde det et markant skift i synet på strategisk posisjonering og Omdømmebygging. I følge en rapport fra Møreforskning i 2011 mener hele bransjen (verft, rederi, utstyr og service) at Omdømme er en av de tre viktigste konkurranse parametere. I samarbeid med NCE Maritim inviterte vi derfor maritime bedrifter til å delta i et program for bevisstgjøring og kunnskap om egen omdømmebygging. Prosjektet ble fasilitert av Sintef MRB. Som for OP 1 har vi mottatt svært gode tilbakemeldinger fra deltagende bedrifter.

Vi har i 2012 også gjennomført et Omdømmeprojekt for Vann: En fragmentert bransje, som sliter med liten oppmerksomhet og attraktivitet, og som ønsker å se på muligheter for felles omdømme og økt synlighet.

Prosjektet tok utgangspunkt i de to Arena prosjektene, og etterhvert fikk man også med seg Norsk Vann for utviklingen av en felles Omdømmeplattform. Prosjektet har foreslått en overordnet profil, og skisserer tiltak som skal bidra til å bygge ønsket posisjon.

Igen ser vi at et viktig suksesskriterie er forankring i de enkelte medlemsbedrifter, og mobiliseringen for deltagelse i et bedriftstilpasset utviklingsprogram ble startet på slutten av året.

Risikofaktorer/utfordringer

På nasjonalt nivå har utfordringen vært å samordne planer og prioriteringer i UD og IN for å svare på næringslivets ønsker og behov. I 2012 fikk vi ferdigstilt en felles verktøykasse (Norwaystories,

Norgesprofilen, sektorbaserte rapporteringsskjema etc.), en serviceside på vårt IN Business, og samordnet kommunikasjon til ambassader og utekontor.

For bedre å være i tråd med næringslivets planleggingspunkter, vil vi, gjennom våre sektorsatsinger, i 2013 endre planleggingshjulet, strukturere samordningen mot andre omdømmeaktører, og bedre tilgangen på felles informasjon om viktige eventer og tiltak.

5.9.5 Kap 2421.71 Sektorprogrammer 2012

Innovasjon Norge skal satse på sektorer der norsk næringsliv allerede er ledende, eller har særlige konkurransefortrinn. Det skal etableres et godt kunnskapsgrunnlag om sektorene i Norge og deres internasjonale muligheter. Med utgangspunkt i identifiserte behov skal det gjennomføres tiltak som tilfører kunnskap, kompetanse og kapital som mobiliserer til nyetableringer, utvikling av vekstforetak og innovasjonsmiljøer i disse sektorene, bl.a. gjennom hjemhenting av teknologi og kunnskap om internasjonale markeder og rammebetingelser.

Rammen med sektormidler er avsatt for utvikling, mobilisering og styrking av nasjonalt og internasjonalt samarbeid på sektor- og bransjenivå. Formålet med sektormidlene er å styrke prioriterte sektors posisjon og omdømme på nasjonalt eller internasjonalt nivå.

Sektormidlene er ikke en del av Innovasjon Norges tjenestetilbud, som våre kunder kan søke på. Sektormidlene skal binde sammen mobiliseringen og skape en helhet nasjonalt eller internasjonalt, dvs. bidra til å løfte sektorene.

Ressursbruk

Ramme for 2012 var: 17,8 mill. kroner, hvorav 8,8 mill. kroner til gjennomføring.

Innvilget tilsagn per 31.12.2012:

Sektor	Tildelt beløp (mill. kroner)
Energi og miljø	1,7
Helse	0,1
Olje og gass	2,4
IKT	1,5
Totalt	5,6

Utover dette ble 3 mill. kroner satt av til ett Arena-prosjekt.

I 2012 ble midlene brukt på flere forskjellige tiltak for å binde sammen mobiliseringen ved å skape en helhet og dermed bidra til å løfte sektorene.

Sektorarbeidet er innrettet mot styrking av konkurransefortrinn på bransjenivå, herunder kunnskapsbase, innovasjonskultur, markedsorientering, internasjonalt omdømme og nettverk. Dette arbeidet organiseres typisk i "utviklingsprosjekter" som finansieres hovedsakelig gjennom NHD-2421.71, i samarbeid med klynger og andre bransjeaktører.

Midlene finansierte deltagelse på fagmesser, analyse ifm. internasjonalt industrisamarbeid, strategisk posisjonering og omdømmebygging for norsk industri, og prosjekter knyttet til utviklingsaktiviteter relatert til prioriterte sektorer. Eksempelvis:

- ONS 2012 Innovation Park: Utviklingsaktivitet for strategisk posisjonering og omdømmebygging for Norge/Norsk industri/norske SMB.
- Finansering av Stiftelsen INTSOKs Brazil Entry Network Program 2 - 2012 – 2013, et nasjonalt bedriftsnettverksprosjekt (hovedprosjekt) for olje- og gassbedrifter.
- Stiftelsen INTSOKs RU-NO Barents: Russisk-norsk industrisamarbeid, en beskrivelse av utfordringer og gap-analyse i forbindelse med økt olje- og gassutvinning offshore i arktiske strøk.
- IKT Norge's prosjekt Greentech - Profilerings av Norge som datasenternasjon: Utvikling av Norge som vertsland for grønne datasentre og bidra til et nytt vekstområde for norsk næringsliv.
- Energi Norge's "Teknologisk Møteplass" En uformell møteplass relatert til teknologiske problemstillinger innenfor fornybar energi, energibruk og energisystemer.
- Forprosjekt Bedriftsnettverk – for ARENA Helseinnovasjons bedrifter. Med målsetning om å etablere en kommersialiseringsenhet for bedriftene i Arena Helseinnovasjon.

5.9.6 Kap. 2421.71 EU-rådgivningstjenesten/Enterprise Europe Network, EEN (tidligere Bedrift i EU-programmet)

Innovasjon Norge er nasjonal koordinator for Enterprise Europe Network i Norge. Gjennom Enterprise Europe Network leverer Innovasjon Norge sin EU-rådgivningstjeneste. Tjenesten skal sette bedrifter bedre i stand til å utnytte mulighetene i det indre marked ved å gi råd og veiledning i EØS- og EF-rett, EU-programmer, tilby kurs og seminarer og ha en oppdatert og vel utviklet informasjonstjeneste som bl.a. nettsider (www.bedriftieu.no). Midlene skal bidra til problemløsning for bedrifter i EØS. Innovasjon Norge skal sørge for at tjenesteytere og -mottakere får praktisk hjelp og informasjon om krav i andre EØS-stater.

EU-rådgivningstjenesten leverer kompetanse- og rådgivningstjenester rettet mot små og mellomstore bedrifter med aktiviteter som dekkes av EØS-avtalen. Europakommisjonen legger nå mer og mer vekt på at nettverket skal bidra til økt samarbeid mellom bedrifter over landegrensene og at nettverkets arbeid skal gi konkrete resultater for bedriftene i form av lønnsom vekst, nye markedsandeler, økt sysselsetting og ny teknologi. Nettverket har og bruker virkemidler og verktøy som effektivt bidrar i den prosessen.

Enterprise Europe Network er en del av EUs CIP- program (2007-2013) og vil videreføres i det nye COSME - programmet (2014-2020). Nettverket vil også få oppgaver knyttet til Horisont 2020.

Viktigste element i er å sikre at norske bedrifter får mest mulig igjen for Norges tilknytning til EU gjennom EØS-avtalen. Dette betyr at det må leveres kunnskapstunge, nøytrale og korrekte tjenester til bedriftene, samt gode nettverkingstjenester som er integrert godt med Innovasjon Norges øvrige internasjonaliseringstiltak og virkemidler.

Målet med EU-rådgivningstjenesten er å sikre optimal bruk og nytte av de rettigheter EØS-avtalen gir i EUs indre marked. Rådgivingstjenesten bidrar til å sikre norsk næringslivs konkurranseevne i det indre marked. Det gjøres gjennom kunnskap og rådgivning om EU-regler, EU-policy og EU-programmer. Tjenesten bygger på at det finnes en markedssvikt mht. markedsinformasjon og kompetanse, som gjør at norske bedrifter ikke får utnyttet EØS-avtalens fulle potensial i alle tilfeller. Tjenesten har sitt utgangspunkt i tre grunnleggende faktorer: Et behov i næringslivet for denne typen informasjon og rådgivning, en politisk målsetting om å utnytte mulighetene i EØS-avtalen best mulig, samt at det offentlige bør gjøre tilgjengelig denne informasjonen til næringslivet på en enkel og god måte. EU-rådgivningstjenesten fokuserer derfor på å styrke informasjonen om EU/EØS, samt å sette bedriftene bedre i stand til å bruke informasjonen. Ønsket effekt er at norske bedrifter skal ha så like konkurransevilkår som mulig sammenliknet med bedrifter innenfor EU.

EU-rådgivningen i Innovasjon Norge er delfinansiert av EU og EU-rådgiverne er en del av et stort europeisk nettverk med over 4000 bedriftsrådgivere i over 600 organisasjoner i 51 land. Målet for nettverket er å få EUs indre marked til å fungere bedre, slik at europeiske bedrifter skal bli konkurransedyktige og vokse. Norge er del av EUs indre marked gjennom EØS-avtalen. EUs regler gjelder dermed også i Norge. De fleste norske bedrifter har behov for kunnskap om dette for å kunne drive virksomhet i Norge.

Ressursbruk

Ramme 2012	Innvilget tilsagn per 31.12.2012
3 mill. kroner	0

Det er ikke innvilget tilsagn fra post 71 på grunn av manglende kapasitet. Pengene er en del av den nasjonale delfinansiering av prosjektet og pengene er derfor en del av prosjektets totale finansiering. Midlene skal gå til de tre partnerne (Norut, Nofima og Iris). Pengene vil bli bevilget og utbetalt først kvartal 2013.

EU-rådgivningstjenesten/Enterprise Europe Network samfinansieres av Europakommisjonen, Norges forskningsråd, Innovasjon Norge og NHD (øremerkning i oppdragsbrevet post 70 på 2,45 millioner)

Tjenestens finansieringsmodell (EU-prosjektet) er ikke tilpasset Innovasjon Norges basiskostmodell og Innovasjon Norge tilleggsfinansierer tjenesten med noen millioner kroner i året.

Måloppnåelsen har vært god i forhold til måltallene, best på indre markedsspørsmål, og litt mindre god på konkrete avtaler mellom bedrifter.

Statistikk

Tilbakemeldinger på kurs og seminar er gode. Siden EU delfinansierer tjenesten, så finnes det også kvantifiserte aktivitets- og resultatmål som rapporteres til EU, totalt 27 måleparametere (blant annet antall henvendelser, besøk på nettsidene, antall konkrete avtaler mellom norske og utenlandske aktører, møter med bedrifter, deltagelse på kurs og seminarer og matchmaking tiltak med utenlandske partnere).

EU-rådgivningstjenesten i Innovasjon Norge utgjøres per i dag av 8 rådgivere ved Innovasjon Norges kontorer i Oslo, Skien, Kristiansand, Bergen, Trondheim og Bodø. I tillegg kommer juridisk rådgiver og kommunikasjonsmedarbeider og prosjektleder ved hovedkontoret, avdeling NEST. I løpet av året ble det ansatt en ekstra EU-rådgiver i Trondheim, slik at totalt antall rådgiver når alle stillinger er besatt vil være 9.

I 2012 har Innovasjon Norges EU-rådgiverne arrangert seminarer og individuelle møter med ca. 1200 deltakere. Dette er for eksempel informasjonsmøter eller søknadsskrivekurs i forbindelse med prosjektutlysninger i EU eller mer generelle seminarer om hvilke muligheter som finnes i Europa.

I henhold til loggført statistikk har Innovasjon Norges EU-rådgiverne svart på ca. 1900 spørsmål fra SME og lokale myndigheter relatert til handel i det indre marked og hatt individuelle møter med over 530 bedrifter. EU-rådgiverne veileder bedrifter innenfor områder som finansiering, moms, CE-merking, IPR, internasjonale kontrakter, tjenester og andre regelverksrelaterte spørsmål. Vi ser en økning i antall henvendelser som er relatert CE-merking og parallellimport ved import av varer, spesielt fra asiatiske land. Regelverksarbeidet er en viktig pilar i EU-arbeidet og er blitt styrket i 2012. Vi ser at mange tar direkte kontakt med oss selv om vi har god og tilgjengelig informasjon på nettsidene. Individuell veiledning for å sikre bedriftenes rettigheter i det indre marked har gjennom året vist seg å være like nødvendig nå som tidligere. EØS-avtalen er fremdeles lite kjent, både i Norge og spesielt i Europa for øvrig.

Innovasjon Norges EU-rådgivere har hatt 77 bedrifter med på ulike møteplasser (Matchmaking Events) i flere europeiske land, der deltagerne har møtt bedrifter fra hele Europa for å utvikle teknologisk eller kommersielt samarbeid (over 300 møter). Dette har resultert i minst 8 konkrete avtaler om samarbeid mellom norske og utenlandske bedrifter. Vårt arbeid rundt slike konkrete samarbeidsavtaler har fått større fokus, i tråd med mer for færre tankegangen til Innovasjon Norge. Arbeidet ble styrket i 2012 for derigjennom ytterligere å øke samarbeidet over landegrensene og gi økt verdiskapingen for norske bedrifter.

Innovasjon Norge har vært en aktiv pådriver for at norske bedrifter deltar i relevante EU- programmer og bistått bedriftene konkret med å søke prosjektdeltakelse i EUs programmene. De mest relevante programmene er FP7, Eurostars og Eco-Innovation. I det sistnevnte gikk 4 av fjorårets søknader igjennom og disse norske prosjektene har nå fått finansiering fra EU og igangsatt sine prosjekter i første halvår 2012. 3 norske bedrifter søkte om prosjektdeltakelse i 2012. FP7 hadde sin siste utlysning i 2012 og EU-rådgiverne var involvert i minst 12 søknader. I tillegg er det sendt minst 4 søknader til andre programmer.

Innovasjon Norges EU-rådgivningstjeneste har gode nettsider knyttet til regelverk i det indre marked og prosjektmuligheter i EU. Nyhetsbrevet Innblikk ble sendt ut 8 ganger i 2012, til 3835 abonnenter. I løpet av året har vi kjørt en serie i Innblikk som heter Europaskolen, der vi har gått dypere inn i et enkelt tema. Serien har vist seg veldig populær og blant temaene som ble dekket var EØS-midlene, tjenstedirektivet, statsstøtte og offentlige anbud.

EU-rådgiverne har deltatt på flere kurs, i arbeidsgrupper og nettverkssamlinger som har styrket kontakten med, styringen og utviklingen av Enterprise Europe Network på europeisk plan.

Evalueringer og kundeeffektundersøkelser

Vi fikk generelt gode tilbakemeldinger i vår egen kundetilfredsstillelser-undersøkelse fra desember 2012. Det var litt få respondenter og flere av bedriftene ønsket ytterligere oppfølging.

Risikofaktorer/utfordringer.

Den 2-årige kontrakten om arbeidsprogram for Enterprise Europe Network gikk ut ved årsskiftet, kontrakten for et nytt arbeidsprogram for 2013 – 2014 er under behandling i Kommisjonen og vil bli undertegnet i løpet av 1. kvartal 2013. Dette programmet vil i stor utstrekning være en videreføring av tidligere program, men det ligger en del utfordringer rundt dette og implementeringen av Horizon 2020 og COSME i 2014. Utfordringene er knyttet til hvilke oppgaver Enterprise Europe Network/EU-rådgivningstjenesten får i de nye programmene og hvilken kompetanse vil være nødvendig for å løse disse oppgavene. Det er også usikkerhet knyttet til hvordan tjenesten kan finansieres fra 2015. Mye av 2013 vil nok gå med til å klarlegge disse spørsmålene og det er ventet at en utlysning fra EU om videreføring av Enterprise Europe Network vil finne sted sent på høsten i 2013. Utviklingen følges tett

5.9.7 Kap. 2421.71 Messer

Innovasjon Norge koordinerer og gjennomfører norske fellesstands på de viktigste internasjonale fagmessene rundt om i verden. Tilstedeværelsen baseres på ønsker fra norsk næringsliv, og er i samsvar med Innovasjon Norges satsinger innen sektorene olje og gass, sjømat, fornybar energi og miljø.

Formål/målsetning med tjenesten

Fagmesser er internasjonale møteplasser der bransjene er representert med innkjøpere, selgere, fagpersoner, investorer, policymakere og nettverkere. Messevirksomheten bidrar til internasjonalisering og markedsorientering for bedriftene, og introduserer dem i nye markeder.

Innovasjon Norge tilrettelegger deltakelsen ved å tilby bedriftene et nøkkelferdig produkt med stand, fellesarealer og felles profilering.

Hovedsegmentet er små og mellomstore bedrifter, men også store bedrifter ser fordeler av å være under en felles norsk paraply.

For å øke effekten av deltagelsen arrangeres tilleggsaktiviteter i form av seminarer, matchmaking, B2B møter, nettverkssamlinger, studieturer og hjelp til å fremme norsk teknologi og norske bedrifter. Det er et godt samarbeid mellom hovedkontor, distriktskontorer, utekontorer, ambassader og bransjeorganisasjoner.

Gjennom en tydelig Norgesprofilering og valg av messearrangement bidrar messene til omdømmebygging for Norge og norsk næringsliv.

Ressursbruk

Fra 2012 finansieres gjennomføring av messer fra post 71. Midlene går kun til gjennomføring.

I 2012 stod Innovasjon Norge bak 13 nasjonale paviljonger med til sammen 260 bedrifter. Det er på samme nivå som i 2011. Messene mottar ikke offentlige tilskudd, men er brukerfinansierte. Deltakerne dekker kostnadene for standplass, fellesarealer og andre felleskostnader.

Evalueringer og kundeeffektundersøkelser

Alle messer evalueres ved egne brukerundersøkelser i etterkant. Evalueringene viser at over 80% av brukerne er fornøyd eller svært fornøyd med messedeltakelsen og tjenestene Innovasjon Norge gir.

En vesentlig andel gjenkjøp forteller også at norske bedrifter ser fordeler av å være med på fellespaviljongene. Messene blir en del av serviceundersøkelsene til Innovasjon Norge fra 2013.

5.10 Kap 2421.72 Forsknings- og utviklingskontrakter

Forsknings- og utviklingskontrakter skal stimulere til økt innovasjon i norsk næringsliv. De baserer seg på et forpliktende samarbeid om produkt- eller tjenesteutvikling mellom en leverandør og en pilotkunde, som enten kan være en offentlig etat (OFU) eller en norsk eller utenlandsk bedrift (IFU).

Tilskuddet har som formål å øke verdiskapingen i Norge ved å:

- stimulere til forpliktende FoU-samarbeid mellom leverandørbedrifter og kundebedrifter/ offentlige etater om utvikling av nye produkter, prosesser, metoder eller tjenester
- bidra til utvikling av konkurransedyktige produkter med eksportpotensial
- forbedre kvaliteten og effektivisere offentlige tjenester gjennom tilgang til nye løsninger
- styrke næringslivets konkurranseevne hjemme og ute ved samarbeid med pilotkunder
- bidra til økt samarbeid mellom norske og utenlandske bedrifter
- bidra til kompetanseformidling og nettverksbygging i næringslivet

Ambisjonene er økt internasjonal suksessgrad for de prosjekter som finansieres over ordningen.

5.10.1 Ressursbruk

Ramme 2012	Innvilget tilsagn per 31.12.2012
285,0	316,2

Total tilsagnsramme ved inngangen til 2012 var 300,2 mill. kroner. Dette er summen av 2012-bevilgningen på 285 mill. kroner og ubenyttet tilsagnsfullmakt i 2011 på 15,2 mill. kroner.

Til programdrift var det av denne rammen satt av 26,8 mill kroner. Dette inkluderer rådgivning til bedriftene i forbindelse med prosjektutvikling og internasjonalisering ved distrikts- og utekontorene, kunnskapsinnhenting, programutvikling, fokusert satsning mot helse og forsvar og synliggjøring. Timer utgjorde den største budsjettposten på 22 mill. kroner. Faktisk forbruk var 18,1 mill kroner, med et samlet underforbruk i alle divisjoner størst i TP/ENIF og divisjon Norge. Samlede kostnader til programdrift for 2012 utgjorde 20,5 mill kroner (17,5 mill kroner i 2011). Øvrig avvik skyldes i stor grad prosjektsamarbeidet med BI "Verdiskaping i åpen innovasjon" er forsinket og forlenget ut 2013

Hele budsjettet er disponert i tillegg til en vesentlig del av tilsagnsfullmakten. Overføringer er likevel store som følge av ikke utbetalte tilsagn. I hovedsak skyldes dette at tilsagn om finansiell støtte gis til hele prosjektet, som vanligvis har en varighet på to til tre år. Det tar normalt noe tid å organisere prosjektet før det er klart til å starte opp etter at det er gitt tilsagn. Det blir heller ikke foretatt utbetalinger før endelig IFU/OFU kontrakt foreligger med signatur fra begge parter. Delutbetaling knyttet til milepæler tas i bruk oftere enn tidligere. Ved forskyving av fremdriftsplan vil dette påvirke utbetaling til kunden. Videre kan sluttutbetaling trekke ut i tid før endelig revisorbekreftet regnskap foreligger etter at prosjektet er avsluttet. Innovasjon Norge har fokus på annulleringer og på ikke utbetalte tilsagn og det er spesielt viktig at våre kundeansvarlige holder kundedialog og følger opp prosjektene etter at tilsagn er gitt.

Rammeutnyttelse

Det ble i alt bevilget tilskudd til 215 forsknings- og utviklingskontrakter med et samlet beløp på 289.4 mill. kroner⁴⁰. I alt er det håndtert søknader for 821 mill. kroner i 2012 (774,1 mill kroner i 2011) Av mottatte søknader ble 65 % innvilget, 15 % trukket eller returnert, 9 % avslått og 10 % ikke besluttet. De ikke ferdige søknadene representerte et samlet søknadsbeløp på 108 millioner kroner.

Hovedtall IFU/OFU tilsagn 2012

	Antall kontrakter	Innvilget beløp	Gj.snitt tilskudd per kontrakt	Totalt prosjekt-beløp	INs støtte-intensitet i %
OFU	55 (53)	47,9 (70,3)	0,8 (1,33)	256 (368,7)	18,7 (19,1)
IFU	156 (154)	241,5 (219,2)	1,5 (1,42)	1 410 (1 343,1)	17,1 (16,3)
SUM	215 (207)	289,4 (289,5)	1,3 (1,40)	1 666 (1 711,8)	17,4 (16,9)

Beløp i mill. kroner., 2011 tall i parentes.

Totalt innvilget fra Innovasjon Norge i 2012 er omtrent på størrelse med 2011, men fordelingen mellom OFU og IFU, og gjennomsnitt tilskudd per kontrakt fordeler seg svært annerledes. 36 % av alle prosjektene er tildelt såkalte forprosjekter (29 % i 2011), som har til hensikt å avklare hvorvidt forholdene ligger til rette for å gå videre inn i et hovedprosjekt og forpliktende samarbeid med en eller flere kundepartnere (pilotkunder). Gjennomsnittlig beløp per tilsagn er i underkant av 339 000 kroner, hvilket vil si at 8 % av rammen er medgått til denne avklaringen. (måltall: Innenfor 10 %) Det er derfor hensiktsmessig å skille ut forprosjektene og se på hovedprosjektene isolert.

IFU/OFU hovedprosjekter 2012

	Antall kontr	Innvilget beløp	Gj.snitt/ prosjekt	Andel tidl. Forprosjekt	Tot prosjekt-beløp	IN utløst ekst. finansiering	IN støtte-intensitet
OFU-	33	35,1	1,1	24,2%	182,6	5,21	19,2%
IFU-	85	125,3	1,5	17,6%	666,7	5,32	18,8%
IFU+	13	101,1	7,8	38,5%	701,9	6,94	14,4%
SUM	131	261,5	3,4	26,8%	1 551,3	5,82	17,5%

Det var 131 hovedprosjekter i 2012 med en gjennomsnittlig prosjektbevilgning på 3,4 mill kroner (1,9 mill. kroner i 2011), og i gjennomsnitt utløste dette nærmere seks ganger så stor ekstern finansiering. 26,8% av prosjektene var oppfølging av tidligere forprosjekter og er på nivå med 2011.

Det vi ikke har god støtte for i statistikken og ønsker å se nærmere på er hvor mange av forprosjektene som faktisk realiseres som hovedprosjekt i neste fase og tilknyttet årsaksbilde.

⁴⁰ I samlet tilskuddsbeløp og påfølgende oppstillinger er medfinansiering av relevante program som InnoMed og NHOs leverandørutviklingsprogram ikke trukket ut, og i tråd med tidligere års rapporteringer.

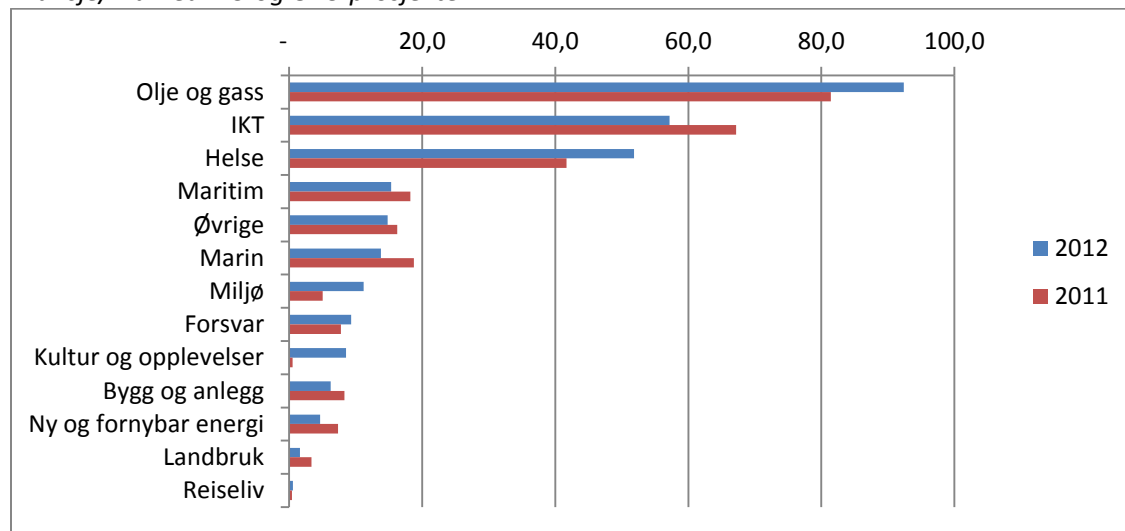
5.10.2 Statistikk

Fokusert satsning på større enkeltprosjekter og prosjekter innenfor næringer hvor Norge har særlig forutsetning for å lykkes

Store enkeltprosjekter defineres som prosjekter med tilskudd over 4 mill. kroner. (IFU+ og OFU+) Det stilles høye krav til markedspotensial og verdiskaping ved disse prosjektene og de får særskilt behandling ved bl.a. bruk av rådgivende panel, noe som Innovasjon Norge så vel som bedriftene finner meget nyttig.

I 2012 ble det innvilget 13 store IFU kontrakter (7 i 2011) og ingen store OFU kontrakter (3 i 2011) Syv av disse (samt 4 av de 5 største) av disse var innenfor olje og gass. Det er også innenfor disse prosjektene vi finner størst andel av tidligere forprosjekter, lavest støtteintensitet fra Innovasjon Norge og størst utløsende effekt av annen finansiering.

Bransje/markert IFU og OFU prosjekter



Målt i mill. kroner tilsagn fra Innovasjon Norge

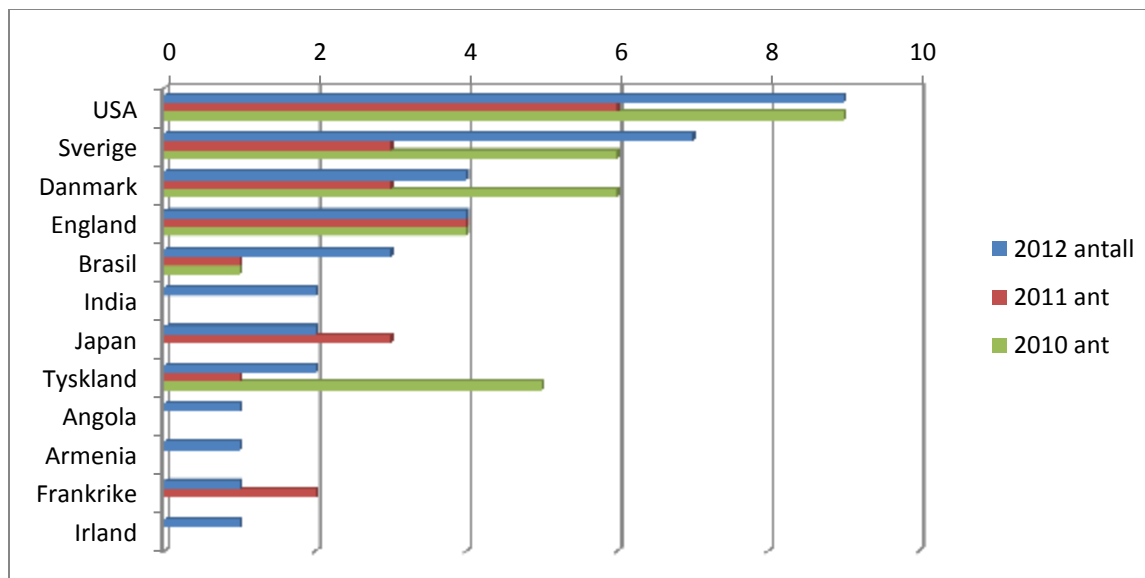
Olje og gass dominerer og viser en sterk utvikling. Målt i antall prosjekter er IKT og Helse så vidt flere (henholdsvis 38, 43 og 40), men prosjektstørrelsene langt mindre.

Internasjonalisering

IFU/OFU ordningen bidrar til utvikling av produkter og tjenester med eksportpotensial og internasjonalisering vektlegges sterkt.

95 % av alle IFU prosjekter var internasjonalt rettet mot 92 % i 2011. (Måltall 90 %). 54 % av prosjekter med offentlig krevende kunde (OFU) er også internasjonalt rettet. (Måltall 60 %).

51 prosjekter (40 i 2011) med internasjonal kundepartner i 23 forskjellige land. 76 % av disse var hovedprosjekter.



Utvikling 2010-2012 rangert etter 2012

Innsatsen Innovasjon Norge gjør for å få til gode samarbeidsprosjekter innen olje og gass i Brasil ser ut til å bære frukter. Målt i tilskudd fra Innovasjon Norge rangerer Brasil i 2012 på annenplass tett under USA. De tre IFU prosjektene i 2012 utgjorde i samlet tilskudd over 20 mill. kroner, tett under samlet tilskudd til prosjekter som samarbeider med pilotkunder i USA.

Et utviklingstrekk vi ser er en større spredning i land og kontinenter i 2012, sammenliknet med tidligere år, inklusive flere forprosjekter i Asia som ikke når frem i statistikken.

Dominerende bransjer/markeder er IKT, olje og gass og helse. Videre er det verdt å merke seg at det er betydelig forskjell på prosjektstørrelsen på prosjekter med norske og internasjonale kundedpartnere. Ser vi på hovedprosjekter isolert er gjennomsnittlig bevilgning fra Innovasjon Norge 2,7 mill. kroner i prosjekter med internasjonal pilotkunde, 2,0 mill. kroner i IFU prosjekter med norsk pilotkunde og 1,1 mill. kroner i OFU prosjekter.

Satsning på prosjekter med offentlig kundedpartner

Det ble i 2012 innvilget 47,9 mill. kroner til 59 prosjekter med offentlig, norsk kundedpartner (OFU). 33 hovedprosjekter fikk innvilget 35 mill. kroner og 20 forprosjekter har fått 8,4 mill. Totalt 22 OFU-prosjekter er definert som kvinnerett.

Det er innvilget størst midler fra Oslo/Akershus/Østfold, Buskerud/Vestfold og Sør-Trøndelag.

I innvilget beløp representerer dette en nedgang sammenliknet med perioden 2007-2011, men antallet prosjekter holder seg på et jevnt nivå: OFU-prosjektene i 2012 er mindre i størrelse. Vi ser en nedgang i flere sektorer, med unntak av IKT (12,4 mill. kroner) og helse (21,7 mill. kroner i 2012) som holder stabilt nivå. Bygg og anlegg er halvert i innvilget beløp (5 mill. kroner 2011 til 2,3 i 2012) og er redusert i antall prosjekter fra 6 i 2011 til 2 i 2012. Naturlige svingninger kan trolig forklare noe av nedgangen i 2012 (se tabell). For helsesektoren ser vi at betydelige midler i 2012 har gått til prosjekter med internasjonale kunder, noe som kan være med på å forklare en mindre andel OFU/helse.

OFU-kontrakter over tid:

Nøkkelparametere	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Bevilgete OFU-midler	45	36	18	17	41	70	61	86	67,2	70,3	47,9
Antall prosjekter	44	33	28	19	35	44	53	62	56	53	59
Gj.snittlig bevilget	1,0	1,1	0,7	0,9	1,2	1,6	1,2	1,4	1,2	1,3	0,8

Beløp i mill. kroner

Det er videre finansiert relativt få prosjekter til tunge, offentlige investeringer i 2012. Vi har tre prosjekter med Statens Vegvesen og ett med NSB (og flere mot Forsvarsbygg). Den største innvilgningen er på 2,9 mill. kroner (fem prosjekter på over 2 mill. kroner).

Næringsutvikling i helse og omsorgsektoren

Det er innvilget totalt 51,8 mill. kr. til 40 helseprosjekter i 2012 (en liten oppgang fra 43,7 mill. kroner i 2011 og 50,7 mill. kroner i 2010). Gjennomsnittsbevilgning er 1,3 mill. kr. Vi har 16 forprosjekter og 24 hovedprosjekter. 13 % av innvilget beløp til helse i 2012 er til forprosjekter, et tall som er noe høyere enn for ordningen generelt.

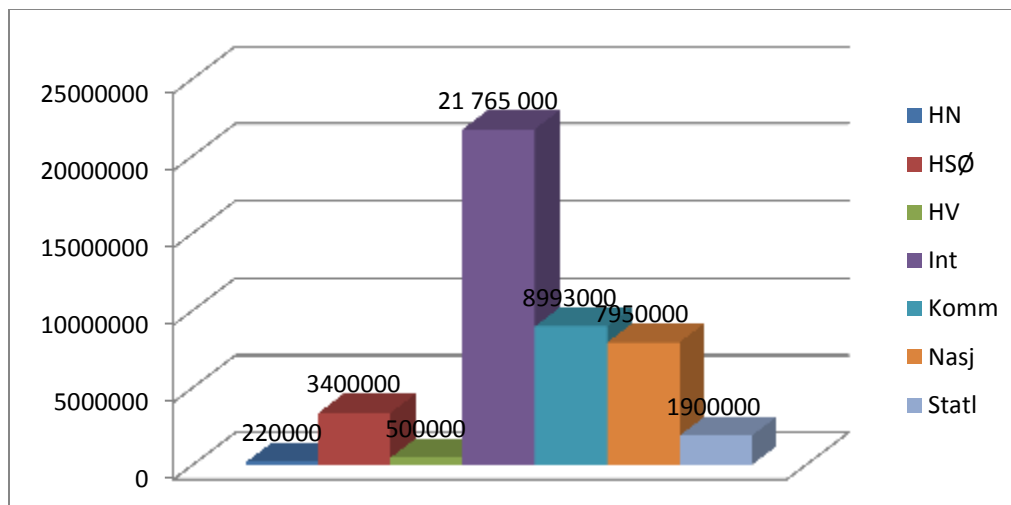
Vi har ingen OFU+ i 2012, men større andel IFU (og tre IFU+). Det er innvilget 21,7 mill. kroner til 29 OFU-prosjekter OFU og 30 mill. kroner til 11 IFU-prosjekter innenfor helse.

Innvilget sum til bransje/market helse

År	OFU-	IFU-	OFU+	IFU+	Totalt
2010	15,0	12,3	10,0	13,5	50,7
2011	19,6	15,1	9,0		43,7
2012	21,7	14,1		16,0	51,8
Sum	56,4	41,5	19,0	29,5	146,2

Beløp i mill. kroner

Pilotkunder i helse/omsorg i IFU og OFU 2012:



Helseprosjekter med *internasjonale* pilotkunder utgjør 23,2 mill. kroner i 2012. Pilotkundene befinner seg (etter prosjektstørrelse) i USA, Danmark, Sverige, Kina og Japan. Disse prosjektene utgjør en stor bolk av helseprosjektenes innvilgede beløp (blant annet prosjekter med innvilget tilskudd på 10 og 6 mill. kroner). De regionale helseforetakene er nest største kunder (samlet), etterfulgt av kommunene.

Finansiering til pilotkunder i offentlig sektor

Det er innvilget totalt 4,2 millioner kroner til offentlige pilotkunder i 2011. Tallet er stabilt med en svak nedgang fra 2010 (5 mill. kroner) og 2011 (4,9 mill. kroner). Helseforetakene Sør-Øst og Vest har vært sentrale pilotkunder i OFU-prosjekter i 2012. Kommunene ga stort utslag i 2011 på grunn av to store tilskudd til Helse Vest, men er ikke representert i 2011. Det begynner å bli større interesse for muligheten blant offentlige virksomheter innen helsesektoren.

Innvilget beløp til offentlig aktør

Offentlig aktør	2009	2010	2011	2012	Totalt
Annet				0,180	0,18
HM	1,52	0,46			1,98
HSØ	1,00	3,00	1,37	3,10	8,47
HV		1,50	0,50	0,91	2,91
Kommune			3,00		3,00
Grand Total	2,52	4,96	4,87	4,19	16,54

Beløp i mill. kroner

Industriutvikling i tilknytning til forsvarsanskaffelser og gjenkjøp (JB)

Som oppfølging av NHDs rapport i 2011 om forsvarsindustrien og virkemiddelapparatet, ble det i september 2012 opprettet en spesialgruppe av fem erfarne saksbehandlere som skal bistå kundeansvarlige ved Distriktskontorene i behandling av søknader fra forsvarsindustrien. I tillegg har gruppen deltatt på møter og konferanser i regi av FSi og Forsvarsdepartementet for å knytte kontakter i forsvarssektoren og bidra til at INs virkemidler blir bedre kjent.

Det er innvilget 7 prosjekter tilknyttet forsvarsindustrien i 2012, mot 4 i 2011 og 3 i 2010. Forsvaret og Forsvarsbygg utgjør pilotkunder i 4 OFU-prosjekter mens private selskaper utgjør de resterende.

Andre nøkkeltall

27 % av alle prosjekter var merket såkalt kvinnerettet. Dette er en nedgang fra 2011 (30,4 %) og noe under måltallet på 30 %. Det minnes stadig om at denne dimensjonen er viktig, men skal ikke gå på bekostning av gode prosjekter.

81 % av prosjektene representerte nye samarbeidsrelasjoner (49,7 % med ukjent bedrift og 50,3 % med kjent bedrift). I 2011 representerte 80 % nye samarbeidsrelasjoner (45 % av disse med ukjent bedrift, 55 % med kjent bedrift)

Av den totale prosjektporteføljen rapporterer 32% et miljøfokus, en nedgang fra 40,6 % i 2011.

14 % av alle prosjektene var merket designrettet, en betydelig økning fra 8 % i 2011. Det ble vektlagt i policy for 2012 å trekke designrådgivere inn i arbeidet med prosjektene på et tidlig stadium der dette er relevant.

Evalueringer og kundeeffektundersøkelser

IFU/OFU ordningen får høy skår i Innovasjon Norges årlige kundeeffektundersøkelser. 97 % av bedriftene som mottok tilskudd i 2011 rapporterer høy og middels høy addisjonalitet. Dette er godt over gjennomsnittet på Innovasjon Norges tjenester på 89 % og i tråd med tidligere år. Tjenesten skårer høyt på indikatorene samarbeid, adferdsendring, innovasjon, konkurranseevne, forventet omsetning, økt innovasjon og økt kompetanse. Sammenstilling av indikatorene over tid viser at disse har holdt seg stabilt høye. Det er imidlertid viktig å merke seg at IFU/OFU prosjektene strekker er over lang tid og for å få et fullstendig bilde av resultater er det nødvendig å se utvikling fra prosjekt start til realisering i et lengre perspektiv. Innovasjon Norge har igangsatt et forskningsprosjekt i samarbeid med BI "Verdiskaping i åpen innovasjon" som vil søke å avdekke resultat av prosjektsamarbeidet over tid. Forskningsprosjektet forventes ferdig tidlig høst 2013. Deres funn tyder så langt på at det i gjennomsnitt tar 8,3 år før potensialet av et utviklingsprosjekt realiseres fullt ut.

Oxford Research har gjennomført evalueringen på årgangene 2006-2011, presentert i sin rapport "Mer av det gode", oktober 2012. Rapportens tittel er både en konklusjon og en anbefaling om å videreføre ordningen. Evalueringen har vurdert rasjonale for programmet, resultater og effekter, samfunnsøkonomisk lønnsomhet og administrering/organisering. Den gir for første gang statistisk gyldig data om hvilke effekter som skapes hos kundepartner (pilotkunden) i privat og offentlig sektor. Videre analyseres langsiktige utviklingstrekk for bedrifter som har deltatt i ordningen siden begynnelsen av 1990-tallet.

Evalueringen konkluderer med at IFU/OFU programmet når sine mål på en god måte. Ordningen bidrar i vesentlig grad til økt samarbeid, kompetanse, atferdsendringer, innovasjon, eksport og konkurranseevne. Videre fremheves det at den forpliktende samarbeidsmodellen gir tydelig effekter *både* for leverandørbedriften og for pilotkunden og anbefales vurdert som arbeidsmetode/verktøy også i andre tjenester. *Forpliktende samarbeidet* skjerper utviklingsorienteringen.

Andre sentrale funn:

- Addisjonalitet er høy og det utløses betydelig midler fra andre finansieringskilder
- Viktig tjeneste for fornyelse i offentlig sektor
- Bedrifts og samfunnsmessige effekter er betydelige
- Modellen fungerer like godt for "unge" som for modne bedrifter

- Markedsorienterte bedrifter får mest ut av ordningen
- Organisering og administrering av ordningen virker for evaluator å være god, men kan forenkles og saksbehandlingstid reduseres. Policy om samordning mot SkatteFunn anbefales forenklet.

Tjenesten videreføres og kunnskapsgrunnlaget har styrket arbeidet rundt samarbeidsmodellen, forenkling og tydeliggjøring av saksbehandling, tydeliggjøring og styrking omkring offentlig kundepart, tiltak for å øke IFU med internasjonal kundepartner. Følgende momenter er allerede tatt inn i policy for 2013: Tydeligere fokus på markedsorientering, forholdet til SkatteFunn er justert, tydeligere presisering av forprosjekt/forstudier, presisering av unntaksvis finansiering til offentlig pilotkunde.

Tidligere benevnelse "krevende kunde" er skiftet ut med "pilotkunde".

5.10.3 Risikofaktorer/utfordringer.

En kritisk suksessfaktor er å få frem gode prosjekter med innovasjonshøyde, stort markedspotensial og gjennomføringsevne, og hvor Innovasjon Norge spiller en utløsende rolle.

Det er en utfordring å øke antall og omfang av utviklingsprosjekter med offentlig pilotkunder. Antall prosjekter har holdt seg stabil over tid, og prosjektene er relativt små sammenlignet med øvrig prosjektportefølje. Dette til tross for at betydelig innsats er lagt ned i å styrke OFU og potensialet i å bidra til innovasjon og effektivitet er betydelig. Evalueringen peker på potensial for økt informasjonsvirksomhet knyttet til OFU og offentlige pilotkunder. Imidlertid ser vi at problemstillingen er mer kompleks, og at det er særlig utfordringer knyttet til det offentlige som marked. Viktige flaskehalsen for økt bruk av innovative innkjøp og førkommersielle anskaffelser/OFU er offentlige virksomheters fragmenterte (og ofte uforutsigbare) etterspørsel, uklare og lange beslutningsstrukturer, lav kompetanse om innovasjonsprosesser, usikkerhet omkring det juridiske handlingsrommet og for lite "push" fra strategisk ledelse. Disse faktorene bidrar til manglende mobilisering mot OFU (ordningen preges mer av "push" enn "pull").

Regjeringen påpeker dette i NHDs nye Strategi for økt innovasjonseffekt av offentlige anskaffelser. Innovasjon Norge vil få i oppdrag å bidra til å bygge sterkere offentlig etterspørsel for innovative løsninger – i samarbeid med Difi og Forskningsrådet. Siden Innovasjon Norges naturlige inngang til problematikken ligger i rollen som sparringspartner for næringslivet vil arbeid med skape nettverk, arenaer og møteplasser være særlig aktuelle. Et viktig formål er å knytte utfordringene og behovene i offentlig tjenesteforvaltning nærmere løsninger og verktøy som utvikles i næringslivet. TP ENIF vil i 2013 holde i et utviklingsprosjekt hvor disse utfordringene og mulighetene står sentralt. Dette vil knyttes opp mot OFU: hvordan kan vi hente ut den potensielle etterspørselen i det offentlige markedet for innovative løsninger? For å følge opp ambisjoner om innsats mot kommunene vil samarbeid med KS m. fl. også inngå som del av arbeidet.

Egen statistikk og evalueringsrapporten viser tydelig at det ligger et stort potensial i utviklingsprosjekter med utenlandsk pilotkunde. Styrket innsats og vurdering av nye tiltak er prioritert for å øke andel prosjekter. Styrket samspill med utekontorene er et viktig element her.

Organiseringen og administrasjonen rundt ordningen oppleves som god, men prosessen er krevende og behandling av søknader tar ofte for lang tid. Her er det viktig å se på ytterligere grep for å redusere saksbehandlingstiden uten at det går på bekostning av kravet til kvalitet i alle ledd.

5.11 Kap 2421.73 Tilskudd til innkjøpskonsortium for kjøp av kraft

Støtte til kraftkrevende industri er en finansieringsordning der kraftintensive bedrifter kan få støtte til kjøp av elektrisk kraft. Formålet med ordningen er å bidra til at kraftkrevende industribedrifter går sammen for å etablere innkjøpsavtaler for kraft på langsiktige vilkår. Støtten kan gå til bedrifter innen treforedling, kjemisk produksjon og metallproduksjon, som har et årlig kraftforbruk på minimum 10 GWh og som deltar i et innkjøpskonsortium for kjøp av elektrisk kraft.

Støtten kan ikke overstige 50 % av strømkostnaden og den gis som bagatellmessig støtte, som innebærer at et foretak kan motta til sammen inntil 200 000 EURO over en treårsperiode.

Ressursbruk

Ramme 2012	Innvilget tilsagn per 31.12.2012
5,0	1,5

I 2012 ble det gitt 2 tilsagn til et innkjøpskonsortium på totalt 1,5 mill kroner. Det er en kraftig nedgang i forhold til 2011.

Siden denne ordningen ble opprettet høsten 2009 er det gitt støtte til 24 bedrifter i totalt 8 innkjøpskonsortier. Forbruket har variert over perioden, men hele tiden har det vært lavt i forhold til rammene. Ordningen har vært markedsført på hjemmesidene våre, med orientering og søknadskjema. I tillegg så har alle aktuelle søkere har fått e-post med orientering om støtteordningen. Vi har også tatt kontakt med en del kraftleverandører og oppfordret dem til å informere til kundene sine.

Det kan synes å være flere grunner til det lave forbruket. Mange av bedriftene som er i målgruppen er store konsern der støttebeløpet blir marginalt i forhold til strømkostnaden, og de har dessuten forhandlingsmakt uten å være en del av et konsortium. Bagatellstøtten har også sine begrensninger. Noen bedrifter/konsern har "brukt den opp", og noen bedrifter er arbeidsgiveravgiftssone 1a.

De fleste søkerne hos oss har et kraftforbruk under 50 GWh/år og av det kan vi konkludere med at ordningen har best effekt for denne målgruppen. I denne gruppen er det ca. 40 potensielle søkere, hensyntatt også bagatellreglene sine begrensninger. Vi kan heller ikke forvente at alle de aktuelle bedriftene er interessert i å gå inn i innkjøpssamarbeid med andre slik at de oppfyller kravene.

Med bakgrunn i dette tror vi at det årlige støtteforbruket vil være på i overkant av 10 mill. kroner per år. Det stemmer godt med gjennomsnittlig forbruk i den perioden ordningen har eksistert. I 2013 regner vi med at forbruket vil komme opp på et normalt nivå. Da vil alle bedriftene som fikk støtte i 2009 og 2010 kunne søke igjen.

5.12 Kap 2421.76 Miljøteknologiordningen

Det overordnede formålet med miljøteknologiordningen er å stimulere til flere miljøteknologi-prosjekter. Målgruppen er bedrifter i hele landet som skal igangsette pilot- og demonstrasjonsprosjekter innen miljøteknologi. Innovasjon Norge bes også om å bygge opp et kompetansemiljø innenfor miljøteknologi, og å påta seg et sekretariatsansvar for Programrådet for miljøteknologi. Alle kostnader knyttet til disse oppgavene skal dekkes over nevnte bevilgning. Rapportering på kompetanse- og programrådsarbeidet skjer i årsrapporten under sektor Energi og Miljø.

Beskrivelse av formål/målsetning med tjenesten

Miljøteknologiordningen skal fremme norsk miljøteknologi i nasjonale og internasjonale markeder, og bidra til at norsk industris konkurranseevne styrkes. Miljøteknologiordningen kan bidra til utvikling og investering i pilot- og demonstrasjonsanlegg for ny norsk miljøteknologi.

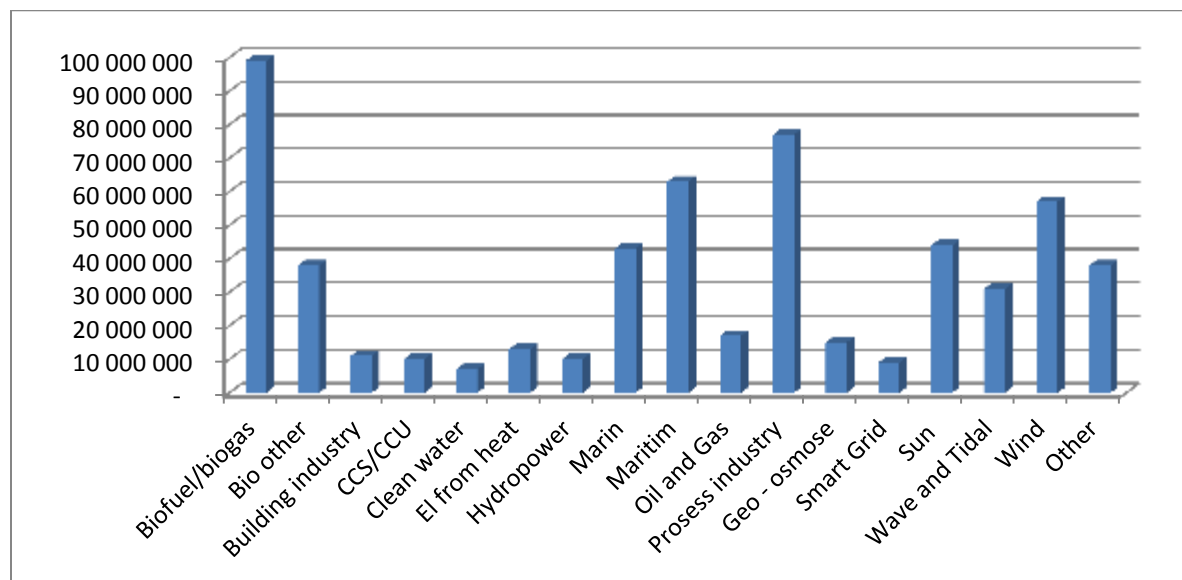
Ressursbruk

Ramme 2012	Innvilget tilsagn per 31.12.2012
257,0	257,0

- Ressursbruken har vært som budsjettert.
- Rammen har vært den samme som i 2011.
- Totalt for året ble det behandlet søknader om tilskudd på 852 millioner kroner.

5.12.1 Statistikk

Miljøteknologiordningen er tverrsektoriell, og diagram 1. viser fordelingen av tilsagn på bransjer over de tre årene ordningen har vært i funksjon:



Figur 9 Fordeling av tilsagn til miljøteknologi på kroner og bransje 2010 – 2012. Rangeringen er gjort etter prosjektets art, ikke etter bedriftens registrering i Brønnøysund.

Fornybar energi, inkludert bio, marin sektor, maritim sektor og prosessindustri peker seg ut som de sektorene der det er størst aktivitet i denne ordningen. I 2012 har vi sett en sterk økning på marin sektor, etter en målrettet informasjon mot denne sektoren fjerde kvartal 2011.

Statistikk for kjennetegn på tilsagn viser svært liten endring fra 2011, som var det første året der deler av bevilgningen kom fra program for miljøteknologi, og der det ikke var øremerking av midlene i forhold til bransje.

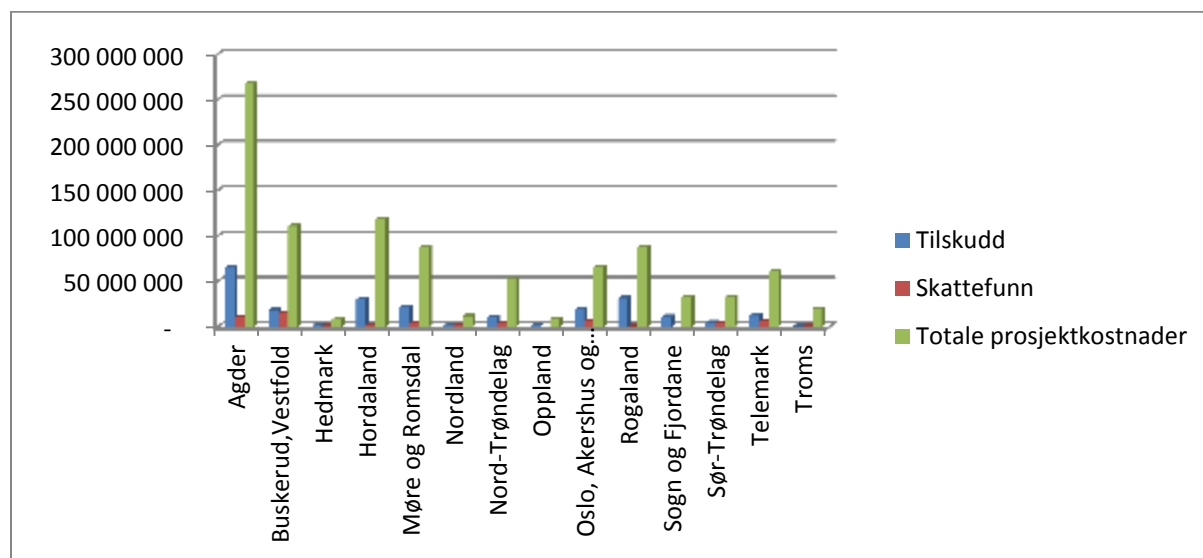
Nesten alle prosjektene (98 %) har en internasjonal innretning, og har en innovasjon på internasjonalt nivå. Alle prosjektene er selvfølgelig miljørettet 100%

Kvinneandel

Kvinneandelen er fortsatt for lav, denne er kun 8 %.

Fordeling på fylker

Vi kan se en skjevfordeling på geografi som ikke utelukkende kan skyldes næringslivs-strukturen i fylkene. Dette kan tyde på at Innovasjon Norge har nådd ut godt med kommunikasjon om ordningen i deler av landet, og svakere i andre deler.



Figur 10. Prosjektenes bevilgning tilskudd, bevilgning skattefunn og budsjett totale prosjektkostnader fordelt på fylker. Miljøteknologiordningen skal gjennom sine tilskudd være utløsende for at privat kapital settes inn i prosjektene. Tilskuddene tilsvarer i gjennomsnitt 25% av prosjektkostnadene, og totale prosjektkostnader i 2012 er nærmere 1 milliard kroner.

Samhandlingen med det øvrige virkemiddelapparatet var god i 2011, og er ytterligere styrket i 2012. Vi forsøker å gi bedriftene en relativ sømløs overgang mellom ulike virkemidler, og å gi støtte som kan følge prosjektene over lange løp i innovasjonsskjeden fra ide til marked.

5.12.2 Evalueringer og kundeeffektundersøkelser

Miljøteknologiordningen er for ny til at den er fanget opp av kundeeffektundersøkelsen. Evaluering av ordningen vil komme på et senere tidspunkt.

5.12.3 Risikofaktorer/utfordringer.

Det er en utfordring å få fullfinansiert prosjektene som det søkes støtte til. Ekstern kapital er krevende å få i dagens marked. Dette svekker gjennomføringsevnen i prosjektene, og svekker muligheten til at vi kan bidra med støtte fra miljøteknologiordningen vesentlig. Mange bedrifter er svært teknologifokusert, og mindre fokus på forretningsmodell, og dette svekker også mulighetene for å få ekstern kapital. Spesielt gjelder dette nystartede bedrifter. Det har vært forsøkt spisset rådgivingen gjennom Mentorordningen i Innovasjon Norge.

Innovasjon Norge må styrke kommunikasjonen rundt ordningen slik at alle deler av landet bruker ordningen. Miljøteknologiordningen er godt tilpasset store bedrifter med god gjennomføringsevne og tung kompetanse som kan danne grunnlag for videre verdiskaping. Dette er tradisjonelt ikke kunder hos INs finansieringstjenester, og vi må derfor fortsette å sette fokus på direkte kontakt mot denne bedriftsgruppen. Utviklingen på dette området har vært positiv i 2012, men kan styrkes ytterligere.

Kvinneandelen er kritisk lav, og har kanskje kommet i skyggen av utfordringen nevnt overfor. IN bør jobbe med tiltak som kan møte denne utfordringen.

5.13 Kap. 2421.90 Lavrisikolån

Lavrisikolån er kommersielle lån som gis til bedrifter med tilfredsstillende økonomi og gode pantesikkerheter, og hvor risikoen for tap på kort sikt er begrenset. Ordningen supplerer banktilbudet, og er gjerne basert på at bank og Innovasjon Norge tar hver sin del av finansieringen eller at finansieringen deles på sideordnet basis. Innovasjon Norges mål om at vår medvirkning skal ha en utløsende effekt for at prosjektet skal kunne gjennomføres er ikke like avgjørende som for våre risikolåneordninger.

Lavrisikolån er et tilbud til bedrifter med behov for finansiering av sitt langsiktige kapitalbehov, og kan benyttes til finansiering av anleggsmidler, som bygninger, maskiner, driftstilbehør, fiskefartøy, fiskeredskap mv. Lånene gis på konkurransedyktige markedsmessige rentebetingelser.

Målgruppen er både små, mellomstore og store bedrifter. Lavrisikolån prioriteres imidlertid gitt til bedrifter i distrikter og til prosjekter hvor lånetilbudet fra andre banker er begrenset på grunn av risikomessige vurderinger fra bankenes side.

5.13.1 Ressursbruk

Ramme 2012 (mill. kroner)	Innvilget tilsagn per 31.12.2012 (mill. kroner)
2 500	2 490

Fordelingen på ulike grupper var:

Prosentvis fordeling	2010	2011	2012
Landbruk	31 %	29 %	36 %
Fiskeflåte	34 %	33 %	42 %
Ordinære/øvrige	35 %	38 %	22 %

I 2012 har det vært stor etterspørsel etter lavrisikolån til fiskeflåten. Av tilsagn på ca. 2,5 mrd. kroner er i overkant av 1 mrd. kroner innenfor fiskeflåte. Årsaken er at det har vært en betydelig kontraheringsaktivitet på nye og større fiskefartøy i det siste. Ettersom aktiviteten for øvrig har vært moderat gjennom 2012, har vi hatt god anledning til å følge opp dette, og mange av sakene har vært gode, både som prosjekt og som kundeforhold.

For 2012 var det et ønske om at nye lån til landbruket skulle begrenses til ca. 600 – 700 mill. kroner, og lån til fiskeflåten til 600 – 800 mill. kroner. Det er et ønske om å opprettholde en relativt høy låneandel til næringslivet utenfor landbruk og fiskeflåte, hvor prosjektene gjerne har høyere innovasjonsgrad. Oppsummert må kunne sies at andelen både til fiskeflåten og til landbruk i 2012 ble noe høyere enn ønskelig.

5.13.2 Statistikk

Lavrisikolåneordningen er innrettet mot å bidra til at næringslivet får en god basisfinansiering av det langsiktige kapitalbehovet, og det er ikke lagt opp til stram styring av disse lånemidlene i forhold til formål og strategisk innretning.

Det er naturlig at innovasjonshøyden for lavrisikolånene er moderat, og særlig gjelder dette for den delen som går til finansiering innenfor landbruket. 15 % av lavrisikolånetilsagnene har gått til finansiering av prosjekter med innovasjon på nasjonalt eller internasjonalt nivå, som er en nedgang på 10 %-poeng fra 2011. Dette er forståelig ettersom låneandel til næringslivet, som gjerne har høyere innovasjonsgrad enn lån til landbruk og fiskeflåte, nesten er halvert i 2012 sammenlignet med 2011.

Av ordinære lavrisikolån, dvs. unntatt lavrisikolån til landbruk og fiskeflåten, er 65 % av tilsagnene kategorisert som internasjonalt rettet. I 2011 var 78 % av tilsagnene kategorisert som internasjonalt rettet. Nedgangen her skyldes også den bevilgningsmessige nedgangen i låneandel til industri og tjenesteyting fra 2011 til 2012.

Misligholdet i porteføljen per. utgangen av 2012 er på et høyst akseptabelt nivå. Tap på utlån på alle de tre gruppene lavrisikolån er på 25 mill. kroner, mot et budsjettert tap på utlån for 2012 på 60 mill. kroner.

Distriktsprofil

I 2012 har 64 % av lavrisikolånene gått til distriktsvirkeområde III og IV, som er de sonene som er tynnest befolket. Til sammenligning gikk i 69 % til virkeområde III og IV på samme tid i fjor. Bildet av at ca. 2/3-deler av lavrisikolånene i normale år går til de mest perifere geografiske områdene opprettholdes.

Det er gitt tilsagn om lavrisikolån i alle fylker. De fylkene med lavest andel for øvrig er Oslo, Akershus, Buskerud, Telemark og Aust-Agder (alle 2 % eller lavere). De fylkene som har størst andel er Møre og Romsdal (16 %), Hordaland (14 %) og Sogn og Fjordane (11 %).

Utlånsrente og marginer

Innovasjon Norge har endret utlånsrenten en gang i løpet av 2012, og satt ned denne med 0,25 %-poeng, i oktober måned. Innovasjon Norges tilpasning med hensyn til utlånsrente forutsettes å skje uten at Innovasjon Norge driver aktiv priskonkurranse. Dette innebærer at Innovasjon Norge ikke skal korrigere prisbetingelser av konkurransemessige hensyn etter at et tilsagn er gitt. For øvrig forutsettes Innovasjon Norges rentebetingelser å bli fastsatt ut fra markeds- og risikomessige vurderinger. I hele 2012 har rentemarkedet vært preget av at innlånskostnadene for Innovasjon Norge har vært gunstige.

Det er lagt til grunn at lavrisikolåneordningen i det lange løp skal ha full kostnadsdekning. I år med overskudd betales inntil 75 % utbytte. Resultat etter tap på utlån per. utgangen av 2012 er ca 139 mill. kroner, som er vesentlig bedre enn budsjettert (budsjettert resultat etter tap på utlån 2012 var 63 mill. kroner).

Porteføljevolumet for lavrisikolån er i løpet av året økt fra 12,06 til 12,49 mrd. kroner.

5.13.3 Evalueringer og kundeeffektundersøkelser

Lavrisikolåneordningen er innrettet mot å bidra til at næringslivet får en god basisfinansiering av det langsiktige kapitalbehovet, og den siste kundeeffektundersøkelsen viser at Innovasjon Norges bruk av lavrisikordningen på denne måten har gitt resultater. Dette vises blant annet når det gjelder lånenes betydning for bedriftenes konkurranseevne, lønnsomhetsutviklingen og omsetningen som for alle ordningene ligger på et høyt nivå.

Det vises for øvrig til at NHD i Melding St. 22 (2011 – 12) varsler at låneordningene skal evalueres.

5.13.4 Risikofaktorer/utfordringer.

Lavrisikolåneordningens betydning og forståelsen for behovet kan varieres over tid. Vi mener imidlertid at den strategi som er lagt for tjenesten skal være godt tilpasset både på tilbuds- og etterspørselssiden.

Lavrisikolåneordningen har sitt geografiske tyngdepunkt i distriktsområdene og en bransjemessig innretning mot sektorer som over tid kan merke betydelige endringer i rammebetingelsene. Heri ligger også den strukturelle risiko i ordningen. På kort sikt er vurderingen at lavrisikolåneordningen både er godt tilpasset markedets behov og at låneordningen kan drives med tilfredsstillende resultater.

5.14 Kap 2421.95 Egenkapital såkornfond og Kap 2421.53 Risikoavlastning såkornfond

Regjeringen foreslo i Revidert budsjett 2012 å opprette inntil seks nye landsdekkende såkornfond. Signalene er at fondene opprettes gradvis, etter hvert som det reises privat kapital. Det ble bevilget egenkapital til statens deltakelse i to nye såkornfond i 2012. Fondene skal ha en gjennomsnittlig total størrelse på om lag 500 millioner kroner og finansieres i form av egenkapital med 50/50-fordeling mellom private og staten. Det ble også bevilget midler til risikoavlastning for de private investorene på til sammen 75 millioner kroner. Både lokalisering av fondenes forvaltning og fondenes bransjefokus foreslås basert på forvaltnernes kompetanse og muligheten til å utvikle nye kompetente forvaltningsmiljøer, men minst ett fond skal lokaliseres i Nord-Norge. Den nye fondsordningen må avklares med EFTAs overvåkningsorgan ESA. Det ble gjennomført drøftelser med ESA om ordningen høsten 2012. Notifiseringen ble oversendt ESA primo januar 2013. Det forventes at de nye fondene vil bli operative i 2014 etter å ha hentet inn privat kapital.

5.15 Kap 962.51/972.91 Russland- og Øst-Europafondene

5.15.1 Russland- og Øst-Europafondene:

IN forvalter to investeringsfond, Investeringsfondet for Nordvest-Russland og Investeringsfondet for Øst-Europa som sammen med norske investorer kan benyttes til investeringer i Russland, Sentral Asia, Kaukasus, Hviterussland, Ukraina og landene på Balkan (utenfor EU). Investeringsfondene drives på forretningsmessig grunnlag og kan benyttes til egenkapitalinnskudd i næringsvirksomhet i virkeområdet. Det forutsettes minst like stor deltakelse fra norsk næringslivs side. I tillegg forvalter IN tilskuddsfondet for Nordvest-Russland som kan gi tilskudd til norske investeringsrettede forprosjekter i Murmansk, Arkhangelsk, Karelen og Nenets.

Gjennom investeringsfondet for Øst-Europa ble det i 2012 gjort en investeringsbeslutning, i Rast Holding AS/Kamin Studio doo på NOK 1 mill. Tre utbetalinger på til sammen 2,8 mill. kroner er gjort til tidligere arrangement CapMan Russia Fond L.P.

For investeringsfondet for Nordvest-Russland ble det i 2012 ikke gjort noen investeringsbeslutninger, men to ansvarlig lån er besluttet og utbetalt:

- Technopark-Nor AS, 1,6 mill. kroner,
- Rupack AS, 0,5 mill. kroner.

I 2012 var det gitt ett tilsagn om forprosjektstøtte fra Tilskuddsfondet for Nordvest-Russland - til Norsk-Russisk handelskammer BA for etablering av Nettverksarena Nord, på 100 000 kroner. Fire utbetalinger er gjort til tidligere besluttede saker på totalt 885 800 kroner.

Aktiviteten i 2012 er knyttet til 18 eksisterende eierengasjementer (hvorav 16 med styrerepresentasjon fra ansatte i FOND) og arbeid i forbindelse med vurdering av nye investeringsprosjekter. De viktigste prosjektene som er etablert eller under etablering i 2012 er:

- AlbaFlame – storskala produksjon av svart biopellets i Russland
- Murman AS - 100 000 kvm kontorsenter (inkl. hotell med store kurs/konferanse/messefasiliteter) spesielt rettet mot olje- og gasselskaper i Murmansk, Russland
- Rupack AS, Kirkenes - produksjon av isopor-produkter i Murmansk, Russland
- Hydroplan - vannkraftprosjekt i Albania
- Kaminimport – salg/distribusjon/produksjon av varmeprodukter i Bosnia/Kroatia
- Investeringsprosjekt i Arkhangelsk, Russland, for import av norsk pukk
- Landbasert fiskeoppdrett i Adegea i Sør-Russland
- Fryselagerprosjekt i Murmansk havn, Murmansk, Russland
- TIDZ Tetovo – eierskap til en økonomisk sone i Makedonia.

I 2012 deltok FONDs medarbeidere på totalt 289 prosjektmøter, av dem 113 styremøter i porteføljebedriftene (44 i Norge, 41 i utlandet og 28 på telefon).

FOND har i 2012 deltatt på en rekke arrangementer og forretningsreiser til bl.a. Arkhangelsk, Murmansk, Moskva, St. Petersburg og Krasnodar i Russland, Latvia, Litauen, Helsingfors, Ukraina, Hviterussland, Bosnia, Kroatia og Makedonia, hvor man gjennomførte møter med regionale myndigheter, handelskamre, bedrifter med mere.

Et eksempel på fondenes engasjement:

5.15.2 Rupack AS, Kirkenes/Murmansk

Rupack AS (eid 28% av Innovasjon Norge v/Investeringsfondet for Nordvest-Russland) nyetablert selskap uten tidligere engasjement fra IN Fondsforvaltning for produksjon av isopor (EPS) kasser og eventuelt andre produkter av isopor i Murmansk.

Andre aksjeeiere er Kirkenes Trading AS, Kirkenes (IN medeier, se over), Pedersen Maskiner AS, Grindsted, Danmark (dansk selskap som er Skandinavias største leverandør/forhandler av produksjonsutstyr for produksjon av EPS), og Herold Paulsen fra Hammerfest (privat investor med erfaring fra etablering og drift av lignende EPS fabrikker i Alsvåg, Nesseby og Hammerfest, som leverer EPS kasser primært til norsk fiskeoppdrett). Jackon AS i Fredrikstad har sluttet seg til 2012. Jackon er en norskeiet produsent av EPS-produkter i Norge og en rekke andre land. Fabrikken er nå under oppbygging og forventet oppstart er medio 2012.

6 Kommunal- og regionaldepartementets budsjettposter

6.1 Overordnet bilde og vurdering

Kap Post	Virkemiddel	Bevilget ramme i mill. kroner		Tilsagn i mill. kroner		Innovasjons- høyde på nasjonalt/ internasjonalt nivå i % av tilsagn		Internasjonalt rettet i % av tilsagn		Andel i virkemiddel- sone III og IV i % av tilsagn	
		2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012
551.60	Tilskudd	596	611	632	639	58	56	61	65	86	85
551.60	Tapsfond			77	85	57	59	62	61	88	100
551.61	Komp. for økt arb.giveravg.			98	79	68	65	65	65	97	95
552.72	Tilskudd		158	137	166	78	75	67	71	67	74

Tilsagnsvolumet under kap 551 post 60 er 18% høyere enn årets tildelte rammer

Vi konstaterer at omfanget av tilsagn om tilskudd og risikolån/garantier samlet sett har økt marginalt fra 2011 til 2012. Det er under denne posten gitt tilsagn om tilskudd/brukt tapsfond for 338 mill. kroner i 1. halvår og 386 mill. kroner andre halvår, til sammen 724 mill. kroner, som utgjør nær 18 % mer enn årets tildelte rammer. Dette er muliggjort først og fremst som følge av at det er foretatt annulleringer på tilsagn som er gitt tidligere år for 117 mill. kroner. Overførte midler under posten var ved inngangen til året 154 mill. kroner og ved utgangen av året 158 mill. kroner.

Fordelingen av midlene under denne posten avviker ikke vesentlig fra tidligere år, og er i 2012 omtrent slik:

- 25 % til investeringstilskudd
- 47 % til bedriftsutviklingstilskudd
- 18 % til etablerertilskudd
- 10 % til tapsfond

Oppfatningen er at utviklings- og investeringsaktiviteten er forholdsvis moderat i store deler av næringslivet i distriktsområdene. Med noen få unntak har våre kontorer i 2012 rapportert om relativt svak tilgang på gode prosjekter heller enn utfordringer knyttet til rammesituasjonen.

Et av unntakene fra dette er Telemark. Her har reduksjonen i overføringene vært påfallende; Fra 27 mill. kroner i 2009 og 2010, 28 mill. kroner i 2011, ned til 13,6 mill. kroner i 2012.

Risikolåneporteføljen reduseres og det er færre nye tilsagn enn forventet, men marginene er bedre enn budsjettet, tap på utlån innenfor budsjett og tapsfondet er robust

Løpende ulån av distriktsrettede risikolån var 1,25 mrd. kroner per 31.12.2012, ned 45 mill. kroner fra året før. Ved inngangen til 2012 var vi usikre på om at usikkerheten knyttet til internasjonal uro, og spesielt i finansmarkedene kunne komme til å smitte over på kreditttilgangen i Norge. Når vi ser tilbake på året, konstaterer vi at kreditttilgangen i Norge ikke har gitt næringslivet vesentlige utfordringer, trolig som følge av et greit kreditttilbud i bankene. Den internasjonale uroen innenfor de sektorer IN normalt opererer kan også ha dempet næringslivets utviklings- og investeringsaktivitet.

Bokførte tap på distriktsrettede risikolån var i 2012 57 mill. kroner mot 46 mill. kroner i 2011. Tapene i 2012 utgjør 4,8 % av porteføljen. Innovasjon Norges utgangspunkt, og en av styringsindikatorene, er at tapene i normalår bør være innenfor 5 % av porteføljen.

Tapsfondet har en overdekning på 18 %-poeng, hvilket innebærer at tapsfondet er 18 % større enn vi anser tapsrisikoen å være i den "friske porteføljen", dvs den delen av porteføljen hvor det ikke er foretatt tapsnedskrivninger + ikke utbetalte lån. Tapsfondet vurderes med dette å være robust, noe det også bør være etter flere år med forholdsvis gode tider for næringslivet.

Det alt vesentlige av tilskudd som kompensasjon for økt arbeidsgiveravgift, går til Tromsø og Bodø

Det er i 2012 gitt tilsagn om tilskudd under post 61 for 79 mill. kroner mot 98 mill. kroner i 2011. Ca, halvparten av dette har gått til prosjekter i Bodø og Tromsø.

Kap 552 post 72 samfinansierer med NHD kap 2421 post 71 viktige og gode programmer

Nettverkstjenestene NCE, ARENA og Bedriftsnettverk (= "styrke næringsmiljø") står for nær halvparten av rammeforbruket på denne posten.

NCE-programmet retter seg mot de mest dynamiske næringsklyngene, som har forutsetninger og ambisjoner om å bli anerkjent som "world class clusters". Programmet bidrar til å målrette, forbedre og akselerere pågående utviklingsprosesser i disse klyngene.

NCE-programmet og NCE-klyngene er igjennom oppstartsfasen. I neste fase vil klyngene og programmet særlig være opptatt av fire områder: Økt innovasjon, målrettet internasjonalisering, styrket vertsskapsaktivitetet ovenfor internasjonalt orienterte selskaper og tilgang på skreddersydd kompetanse.

I 2012 ble det gjennomført 298 innovasjons- prosjekter, 111 prosjekter med internasjonal forretningsutvikling som formål og 179 prosjekter med utdanning og kompetanseutvikling som formål hos NCEene som samarbeidsprosjekter.

NCE klyngene har fått en rolle som premissleverandør for ledende næringsmiljøer i Norge. Dette er positivt ved at virkemiddelapparatet og det offentlige har lett tilgjengelig krevende kundegrupper. Vi ser også at disse miljøene går foran i mange sammenhenger og utfordrer oss på hvordan fremtidens klynge-satsing bør innrettes. Et eksempel på dette er forventninger om en klynge-satsing som i enda sterkere grad adresserer de globale utfordringer og muligheter.

Arena er et program for utvikling av umodne klynger i tidlig fase. Ordinær prosjektperiode er 3 år, men denne kan forlenges i ytterligere to år for velfungerende prosjekter med betydelig ytterligere potensial. Programmet leverer stadig bedre resultater. I 2012 ble det gjennomført 250 innovasjonsprosjekter hvor det medvirket til sammen 502 deltakende klyngebedrifter i 20 prosjekter. Det ble iverksatt 90 prosjekter med formål internasjonal forretningsutvikling og 129 prosjekter med sikte på nye/forbedrede

utdanningstilbud og kompetanseutvikling. Prosjektene i Arena-programmet dekker et vidt spekter av næringer og teknologiområder og har en gjennomgående god geografisk spredning.

Vi tror at gode resultater er bakgrunnen for den sterke interessen fra regionale prosjekter når det gjelder å komme inn i programmet. I 2012 fikk sju nye næringsklynger status som Arena-prosjekt: BioTech North (Troms), Mineralklynge Nord (Nord-Norge), NxtMedia (mediebedrifter i Trøndelag), iKuben (mekanisk industri i Møre og Romsdal), Arena Digin (databedrifter i Agder), Electric Mobility Norway (el-bil-bedrifter i Buskerud) og Arena Heidner (bioteknologibedrifter i Hedmark). Følgende prosjekter ble avsluttet i 2012: Arena Beredskap (Nordland/Troms), Innovative Opplevelser (Nordland), akvARENA (Trøndelags-bedrifter som produserer utstyr til akvakultur-næringen) og Arena Helseinnovasjon (Buskerud). Ved inngangen til 2013 har vi 23 Arena-prosjekter i virksomhet. En hovedutfordring for programmet er tilgjengelig budsjettammer til å finansiere gode klyngeprosjekter i landets sentrale områder.

Så mye som 80 % av midlene gikk til internasjonalt rettede **bedriftsnettverk**. Det har vært stor interesse og økning i antall nye nettverksinitiativ, spesielt i distriktsområdene, hvor tilgangen til offentlig støtte er større enn i sentrale områder. Krevende markeder utfordrer i økende grad norske bedrifters omstillings- og innovasjonsevne. Vi ser på bedriftsnettverk som et enkelt og fleksibelt tilbud til bedrifter som vil møte denne utfordringen gjennom strategisk samarbeid med andre bedrifter.

Det har vært en betydelig utvikling i vår innsats knyttet til arbeidsmålet **“Entreprenørskap”**. Aktiviteten under Høyvekstprogrammet er utviklet og skalert til også å omfatte Tech Incubator (TINC), og regionale treningsamlinger som i stor grad også er rettet mot gründere og unge bedrifter i distriktpolitisk virkeområde. Mentortjenesten for gründere har økt aktiviteten betydelig og tjenesten ble tilbudt 200 unge gründere i 2012. Emax Norge ble arrangert for første gang i 2012, og samlet over 80 unge gründerspirer mellom 18 og 25 år til en unik arena for inspirasjon, kunnskap og nettverk.

Aktivitetene knyttet til øvrige tilbud som **kvinner i næringslivet, regional omstilling, design og kompetanse** er gjennomført i tråd med planene.

I oppdragsbrevet for 2012 fikk IN et særskilt oppdrag knyttet til å utvikle minst ett pilotprosjekt som er særskilt rettet mot **innvandrere**.

Det er på denne bakgrunn etablert et prosjekt, “flerkulturelle innovasjonsnettverk”, hvor 15 deltakere lærer om innovasjon, både praktisk i forhold til egen virksomhet og teoretisk. Deltakerne får også mulighet til å avlegge kompetansegivende eksamen (NTNU). I tillegg er det gjort et utviklingsarbeid i Harstad-regionen, inkl. et seminar med temaet “Trenger vi nye rekrutteringsstrategier for å tiltrekke, utvikle og beholde ressurser”. Ambisjonen er at dette kan utvikles videre til et eller flere prosjekter kalt “Flerkulturelle verdiskapere”, med sikte på økt bruk av flerkulturelle ressurser i bedriftene. Erfaringen vi så langt har gjort med dette arbeidet er at det har tatt tid og har vært krevende å finne den riktige innretningen på denne type prosjekter.

6.2 Effekter av tildelinger fra KRD

Spørsmål	Tjeneste	2006	2007	2008
Andel høy og middels addisjonalitet	Distriktsrettede risikolån	91	81	94
	Distriktsutviklingstilskudd	90	89	90
	Etablererstipend	94	90	97
	Gjennomsnitt alle tjenester	87	87	85
Betydning for lønnsomhetsutvikling	Distriktsrettede risikolån	69	83	75
	Distriktsutviklingstilskudd	48	74	75
	Etablererstipend	43	67	65
	Gjennomsnitt alle tjenester	51	70	73
Betydning for overlevelse	Distriktsrettede risikolån	76	72	65
	Distriktsutviklingstilskudd	45	65	65
	Etablererstipend	49	59	65
	Gjennomsnitt alle tjenester	50	64	68
Betydning for økt eksport	Distriktsrettede risikolån	40	86	83
	Distriktsutviklingstilskudd	24	44	39
	Etablererstipend	22	33	41
	Gjennomsnitt alle tjenester	19	42	43
Betydning for økt omsetning	Distriktsrettede risikolån	80	80	88
	Distriktsutviklingstilskudd	69	75	73
	Etablererstipend	68	75	69
	Gjennomsnitt alle tjenester	72	77	79
IN har i stor grad bidratt til økt innovasjon	Distriktsrettede risikolån	65	67	65
	Distriktsutviklingstilskudd	75	73	73
	Etablererstipend	69	65	70
	Gjennomsnitt alle tjenester	67	62	63
IN har i stor grad bidratt til økt kompetanse	Distriktsrettede risikolån	64	65	76
	Distriktsutviklingstilskudd	80	78	82
	Etablererstipend	85	82	83
	Gjennomsnitt alle tjenester	71	66	68

Kundeeffekt etterundersøkelsene tre siste år (se over) viser at både distriktsrettede risikolån, distriktsutviklingstilskudd og etablererstipend i stadig større grad bidrar til økt kompetanse i bedriftene. Nivået er også over gjennomsnittet for alle Innovasjon Norges tjenester. For distriktsutviklingstilskudd så mener 86 prosent av bedriftene, når de blir spurt fire år etter leveransen fra Innovasjon Norge, at prosjektet i stor grad har bidratt til økt kompetanse.

Andel høy og middels addisjonalitet har økt for både risikolån, utviklingstilskudd og etablererstipend siste tre år. Alle scorer nå over gjennomsnittet av Innovasjon Norges tjenester.

Flere av de økonomiske indikatorene (f.eks lønnsomhetsutvikling og eksport) økte veldig fra 2006 årgangen til 2007. Det ser ut som om dette nå har stabilisert seg.

6.3 Målgrupper

6.3.1 Målgruppe Innvandrere

Innovasjon Norge prioriterer en integrert satsing på entreprenørskap blant innvandrere.

Vi har bidratt i følgende eksterne prosjekter i 2012:

- Deltagelse i referansegruppe i forskningsprosjektet “ Finansieringsordninger for innvandrere etablerere ”
- Deltatt i juryen for TOP 10 kåringen 2011, som hedrer innvandrere som har utmerket seg spesielt innenfor næringsliv eller samfunnsliv i året som gikk.
- Finansiering av lokale Global Future prosjekter

Pilotprosjekt 2012

Det er i 2012 på oppdrag for KRD startet 2 pilotprosjekt med mål om økt bruk av innvandreres kompetanse i verdiskaping i distriktene.

1. Flerkulturelle Innovasjonsnettverk

Mål: Økt innovasjonskompetanse i flerkulturelle eide/ledede bedrifter, synliggjøre gode rollemodeller og deres bidrag i verdiskaping

Det er rekruttert deltagere til prosjektet som representerer både det flerkulturelle samfunn, mangfold, distrikt og by, og dekker flere bransjer. Det ble identifisert nær 80 interesserte bedrifter i piloten, og av disse ble 15 valgt ut etter definerte kriterier. Det er utarbeidet rapport med erfaringer og anbefalinger fra rekrutteringsprosessen.

NTNU har faglig ansvar og gir deltagerne mulighet til eksamen etter gjennomgått kurs i innovasjon. Kurset fokuserer på innovasjonsverktøy og modeller og setter deltagerne i stand til å bruke disse i egne prosjekter. Deltagerne får individuell oppfølging underveis. Det gjennomføres 4 samlinger hvor nettverksbygging og erfaringsdeling på tvers av bransjer og kulturer er en del av arrangementet. Programmet startet 19/2 og avsluttes 13/6 2013. Medio september gjennomføres en erfaringsamling for å fange opp resultater og forsterke nettverksbyggingen.

2. Flerkulturelle Vekstskapere

Mål: Økt bruk av flerkulturelle ressurser i bedriftene

Ulike barrierer hindrer bedriftene i å ta i bruk flerkulturelles ressurser i verdiskapingen. Vårt fokus er å adressere noen av hindringene gjennom å sette ressurstilgang i et globalt perspektiv og rette fokus på potensialet i de ressurser som allerede finnes lokalt. Markedssvikten i etterspørselen kan i noe grad kompenseres ved å tilby nye nettverk/møteplasser og kompetanse i mangfold /ledelse av flerkulturelle medarbeidere.

Harstad ble vårt pilotområde, det er gjennomført en enkel behovskartlegging i Harstad som ble presentert på seminaret: *Den internasjonale arbeidstaker*: Tema for seminaret var: *Trenger vi nye rekrutteringsstrategier for å tiltrekke, utvikle og beholde ressurser*. 55 personer deltok på seminaret, som oppsummerte 4 prioriterte tiltak for videreføring.

6.3.2 Målgruppe Kvinner

I mange av Innovasjon Norges tjenester er det stort fokus på tiltak som øker kvinneandelen. Den spesifikke innsatsen mot kvinner er beskrevet under tjenesten Kvinner i næringslivet på side 62

6.3.3 Målgruppe unge

Totalt i 2012 gikk 13 % av nettobeløpet til Unge mellom 18-35 år. Av KRD sine poster gikk 15 % av midlene til unge mellom 18 og 35 år.

Se rapportering for Ung Günder side 181 for rapportering på aktiviteter mot unge.

6.4 Kap 551.60 Tilskudd til fylkeskommuner for regional utvikling

Ramme for 2012: 562 mill. kroner

Sett under ett er aktivitetsnivået under denne budsjettposten noe høyere i 2012 enn i 2011, og forbruket av midler er større enn årets tildelte rammer fra fylkeskommunene, som følge av annulleringer av ubenyttede tilsagn og overførte rammer fra tidligere år. Det er i 2012 gitt tilsagn om totalt ca. 706 mill. kroner av disse midlene, fordelt som følger (tall for 2011 i parentes):

- | | |
|-----------------------------------|------------------------|
| • Investeringstilskudd | 176 mill. kroner (149) |
| • Bedriftsutviklingstilskudd mv | 333 mill. kroner (356) |
| • Etablerertilskudd | 130 mill. kroner (127) |
| • Tapsfond risikolån og garantier | 67 mill. kroner (49) |

Det overføres 155 mill. kroner til 2013, etter at vi har annullert tilsagn for 117 mill. kroner i 2012 (dels som følge av at prosjekter ikke har blitt gjennomført og dels som følge av at prosjektkostnadene har blitt lavere enn forutsatt). 45 % av midlene knytter seg til fylkene Nordland, Finnmark og Nord-Trøndelag.

Kap 551.60 Distriktsutviklingstilskudd

Tilskudd kan gis som bedriftsutviklingstilskudd til bedriftsutviklingsprosjekter (myke investeringer) og i noen grad til delfinansiering av fysiske investeringer (investeringstilskudd). Det legges vekt på at tilskuddene bidrar til nyskaping og omstilling, og gode innovative prosjekter med internasjonale vekstmuligheter er spesielt høyt prioritert, men det er åpning for tilskuddsbruk også til mindre innovative prosjekter.

Etablerertilskudd er et tilskudd som kan innvilges personer som skal utvikle og etablere egen bedrift eller til helt nye foretak. Etablerertilskuddsordningen gjelder for hele landet og for alle næringer, unntatt offentlig virksomhet og landbruk⁴¹. I hvert fylke blir det prioritert ut fra lokale forhold og behov. Generelt sett er etableringer som representerer noe nytt i regional, nasjonal og/eller internasjonal sammenheng, høyt prioritert.

Statistikk

- Andelen prosjekter med innovasjon på nasjonalt og internasjonalt nivå (ekskl. kategorien "ikke relevant") var i 2012 på 51 %. Dette er en nedgang fra 2011 hvor denne var 58 %.
- Det er også et mål å øke andelen internasjonalt rettede prosjekter. Her er utviklingen fra 2011 til 2012 også negativ da andelen er redusert fra 61 % i 2011 til 56 % i 2012.

Variasjonene i tallene nevnt over fra år til år skyldes i dels store utslag som følge av enkeltsaker, men også i noen grad sterkere fokus på riktig bruk av statistikk i saksfremstillingene.

41 Kunder med tilknytning til landbruksnæringa har en egen etablererstipendordning finansiert over Bygdeutviklingsmidlene.

Kvinneprofil

41 % av tilskuddene er i 2012 definert som kvinnerettete, noe som innebærer en reduksjon fra 2011, hvor andelen var 46 %. Sett i lys av føringen som ble gitt i oppdragsbrevet om at 40 % av de næringsrettede virkemidler skal gå til kvinnerettete prosjekter innen 2013, er målsetningen oppnådd.

Distriktsprofil

86 % av tilsagnene er i virkemiddelsone III eller IV, når en holder "ikke relevant" utenfor (ikke relevant er bl.a. prosjekter uten geografisk "tilhørighet"). Når andelen da ikke er nærmere 100 %, som en i utgangspunktet kunne forvente, skyldes det bl.a. at det regionalt er åpnet for bruk av midler fra denne posten til etablerertilskudd også i sentrale områder.

6.4.1 Kap 551.60 Distriktsrettede risikolån

Distriktsrettede risikolån skal stimulere til bedre utnyttelse av utviklingspotensialet som ligger i innovative vekstbedrifter og primært benyttes i bedriftens tidlig- og kommersialiseringsfase.

Ressursbruk

Innvilgede tilsagn i 2012 var 273 mill. kroner, noe som er 22 mill. kroner mer enn i 2011. Låneordningen har i prinsippet ikke noen øvre utlånsramme, så lenge det finnes tilgjengelige rammer for tapsfondsavsetningen

I henhold til Innovasjon Norges policy og føringer for finansielle tjenester i 2012 ble det lagt opp til at distriktsrettede risikolån skal brukes på godt funderte prosjekter som har dårlig eller manglende pantesikkerhet. Kravet til innovasjonshøyde er noe lavere for denne ordningen enn for landsdekkende innovasjonslån. Innovasjon Norges utlånsvirksomhet skal primært innrettes mot geografiske områder og bedrifter i sektorer hvor det er behov for en supplerende aktør som Innovasjon Norge. Statistikken indikerer at innretningen har vært noenlunde i tråd med dette.

Avsetning til tapsfond skjer i forhold til kalkulert risiko i de enkelte tilsagn og i forhold til risikoeksponeringen i porteføljen av slike lån.

I 2012 mottok vi søknader om distriktsrettede risikolån for 418 mill. kroner fordelt på 142 søknader. I 2011 var søknadsinngangen 397 mill. kroner, fordelt på 134 søknader. Vurderingen er at tilgangen på kreditt i markedet i 2012 var god, noe som kan ha virket dempende på søknadstilgangen til Innovasjon Norge. Vurderingen er samtidig at næringslivet gjennom 2012 også har dempet investerings- og utviklingsaktivitet.

Statistikk

Om innretningen av tilsagnene i 2012 kan sies:

- I 2012 har 47 % av tilsagnene om distriktsrettede risikolån gått til innovasjonsprosjekter på nasjonalt eller internasjonalt nivå. Tilsvarende andel i 2011 var 34 %.
- Kalkulert tapsrisiko på alle nye tilsagn i 2012 var 31 %, noe som er ett prosentpoeng høyere enn i 2011.

Vurderingen er at innretningen av låneordningen er tilfredsstillende. Det samme gjelder risikoen som tas i nye engasjement, men tap på utlån svinger over tid og utviklingen er nært knyttet til konjunktursituasjonen. En negativ endring i konjunktorene kan fort gi betydelige utslag på tapssituasjonen.

Det er bokført tap på utlån på 57 mill. kroner i 2011, mot 46 mill. kroner i 2010, hvilket innebærer at bokførte tap utgjør 4,8 % av porteføljen. Innovasjon Norges utgangspunkt, og en av styringsindikatorene, er at tapene i normalår bør være innenfor ca. 5 % av porteføljen.

Tilsagnsvolumet for distriktsrettede risikolån i 2009 var historisk høyt - 599 mill. kroner, og denne årgangen utgjør nå om lag 1/3 av løpende portefølje. Det har vært ventet at de vesentligste tapene på denne årgangen vil oppstå i de første årene av lånenes løpetid. Pr. 31.12.2012 var nesten 15 % av utbetalte lån på årgangen bokført som tapt. Vi anser dette å være omtrent som forventet.

Brutto utlån distriktsrettede risikolån pr. 31.12.2012 var 1 254 mill. kroner - en nedgang på 45 mill. kroner fra året før. Det var på samme tid gitt tilsagn om lån 328 mill. kroner, som ikke var utbetalt. Tapsfond til dekning av tap på dette var pr. 31.12.2012 på 601 mill. kroner. Sett i forhold til "frisk portefølje" (løpende lån hvor det ikke er foretatt nedskrivninger helt eller delvis + ikke utbetalte lån) utgjør tapsfondet 45 %, mens kalkulert risiko i denne porteføljen er 27 %. Det er således en "overdekning" i tapsfondet på 18 prosentpoeng. Det vurderes som riktig at tapsfondet er så vidt robust og godt tilpasset en tid hvor det kan forventes noe mer usikre tider for næringslivet.

Kvinneprofil

Andelen kvinnerettede prosjekter var i 2012 på 31 % mot 27 % i 2011.

Distriktsprofil

Risikolånene er alle i virkemiddelsone III eller IV.

Evalueringer og kundeeffektundersøkelser

Kundeeffektundersøkelsene viser at distriktsrettede risikolån i stadig større grad bidrar til økt kompetanse i bedriftene. Når de blir spurt fire år etter leveransen mener 76 prosent av bedriftene at prosjektet i stor grad har bidratt til økt kompetanse. Dette er over gjennomsnittet for Innovasjon Norges tjenester (68 %).

Målingene av de økonomiske faktorene (f.eks overlevelse og lønnsomhet) har variert ganske mye i de siste etterundersøkelsene, dette skyldes sannsynligvis den urolige økonomiske situasjonen de siste årene. For distriktsrettede risikolån har betydning for lønnsomhetsutvikling og overlevelse gått ned mens betydning for omsetning har gått opp.

Risikofaktorer/utfordringer

Oppdragsbrevene fra fylkeskommunene kommer forholdsvis sent på året noe som gir utfordring for planlegging av bruken av midlene. Det er ønskelig at disse foreligger.

Det er vesentlig/nødvendig at en låneordning som dette har et visst omfang. Utviklingen de siste par årene, med moderate tilsagn/utbetalte beløp og fallende portefølje bør ikke fortsette lenge. Vi vil internt løfte fokus på risikolåneordningene med sikte på at vi skal bli bedre å bringe dette tilbudet ut i

markedet og til relevante samarbeidspartnere, og med det skape flere gode gründere og flere gode vekstbedrifter.

6.5 Kap 551.61 Kompensasjon for økt arbeidsgiveravgift

Etter pålegg fra ESA ble systemet med regionalt differensierte satser vesentlig innskrenket etter 2003. Dette er bakgrunnen for at denne ordningen ble opprettet. Fra 2007 ble det imidlertid igjen innført generelt nedsatte avgiftssatser i mesteparten av de soner som hadde nedsatte satser inntil 2003.

Satsene er de samme som i 2003 med unntak for Tromsø og Bodø, som har fått en noe høyere generell sats (7,9 %). Innovasjon Norge har hatt forvalteransvaret for deler av de midlene som er innvilget som tilskudd som kompensasjon for økt arbeidsgiveravgift i distriktene. Denne aktiviteten er nedtrappet etter at generelt nedsatte avgiftssatser igjen ble innført i 2007. Innovasjon Norge har i 2012 gitt tilsagn om 79 mill. kroner i slike tilskudd.

6.6 Kap 552.72 Nasjonale tiltak for regional utvikling

Bevilgningen kan blant annet nyttes til større nasjonale satsinger for regional utvikling som initieres av departementet, og til programmer og prosjekter som bidrar til nye metoder for, eller ny kunnskap om, regional utvikling. Pilotprosjekter og overgripende utviklingstiltak med stor forventet distrikts- og regionalpolitisk betydning kan finansieres over bevilgningen. Midlene skal generelt nyttes på områder og satsinger der det er formålstjenlig med overordnet/nasjonal koordinering, der nasjonale fellesløsninger for regional utvikling vil være kostnadseffektivt og der en enkelt region vil ha begrenset kapasitet og kompetanse til å gjennomføre aktuelle satsinger. Satsinger som finansieres over bevilgningen skal gjennomføres gjennom ulike former for samarbeid mellom lokale, regionale, nasjonale og internasjonale aktører.

Bevilgningen benyttes i stor grad i samfinansiering med kap 2421 post 71 (NHD).

6.6.1 Overordnet Ressursbruk

Bevilget for 2012: 157,8 mill. kroner

Av årets disponible ramme på 265,7 mill. kroner (inkluderer bl.a. overførte midler fra 2011 på 85,4 mill. kroner og annulleringer i løpet av året på 22,5 mill. kroner) er det innvilget tilsagn på 165,6 mill. kroner på denne posten, som er benyttet som vist i tabellen under:

Program og satsinger, mill. kr.	Overført fra 2011	Annulleringer i 2012	Oppdragsbrev 2012	Tilsagn i 2012	Overføres til 2013
Arena-programmet*		0,3	22,1	31,8	-9,4
NCE-programmet*			40,9	33,0	7,9
Bedriftsnettverk*		0,7	11,5	12,6	-0,4
Sum Styrke næringsmiljø			74,5	77,4	
Kompetanseprogrammet*		0,9	3,1	3,1	0,9
Designprogrammet*			9,8	7,2	2,6
Reiselivs- og destinasjonsutvikling i nord	9,0			9,7	-0,7
Sum Videreutvikle etablerte foretak			12,9	20,0	
Unge grunder, inkl. mentorordning for unge*		2,0	20,2	15,5	6,7
Høyvekst/Annen satsing på entreprenørskap*			6,9	5,9	1,0
Økt entreprenørskap blant unge i nord			5,0	2,5	2,5
Kommunene som førstelinjetjeneste			5,0	5,5	-0,5
Sum Entreprenørskap			37,1	29,4	
Kultur og opplevelser		0,1	4,7	0,1	4,7
Regional omstilling		5,6	13,2	18,3	0,5
Kvinner i næringslivet inkl. ekstrasatsing til kvinner og entreprenørskap*		2,6	10,0	10,0	2,6
Analyser, evaluering, profilering samt adm/og drift av programmene		0,4	5,4	10,3	-4,5
Sum Tverrgående tema, tjenesteutvikling, analyser, profilering			33,3	42,9	
Udisponert – programmer under utvikling - annet	76,4	9,9 ⁴²			86,2
Tiltak og prosjekter i Finnmark				0,1	
Sum	85,4	22,5	157,8	165,6	100,1

Tjenester merket med stjerne samfinansieres av flere program og er omtalt under “Rapportering på tjenester/aktiviteter som finansieres av flere departement” på side 37 og utover.

Som det fremgår av tabellen over er det totale aktivitetsnivå i 2012 noe høyere enn det årets oppdrag skulle tilsi. Dette er dekket opp av overføringer av tidligere års udisponerte rammer samt annulleringer i 2012.

⁴² Annulleringer på gamle tilsagn som ikke er fordelt på de enkelte programmer.

For ARENA ligger årets innvilgninger noe over arbeidsmålene for programaktiviteten nevnt i oppdragsbrevet for 2012. Dette skyldes i all hovedsak tidsforskyvninger og overførte midler fra 2011.

6.6.2 Overordnet Statistikk

89 % av prosjektene som finansieres gjennom 2012 er karakterisert som innovasjon. 50 % (62 % i 2011) av innovasjonsprosjektene er innovasjon på internasjonalt nivå og 25 % (16 %) på nasjonalt nivå. En høy andel, 51 % av tilsagnene, gikk til prosjekter som er karakterisert som kvinnerett. Dette er en nedgang fra 57 % i 2011. 52 % av tilsagnene gikk til prosjekter som er internasjonalt rettet. I 2011 var denne andelen 57 %. 35 % av prosjektene ble dessuten karakterisert som miljørett, noe som er en mindre nedgang fra 2011.

Distriktsprofil

Midlene under post 72 har regional begrunnelse, men bruken har uspesifisert geografisk tilknytning. En dominerende andel (63 %, mot 74 % i 2011) av midlene er geografisk uspesifisert. Dette er fellesprosjekter som er fylkes- eller kommuneoverskridende, men med regional begrunnelse

Kundeeffektundersøkelser og evalueringer

Se under den enkelte tjeneste

Risikofaktorer/utfordringer

Overførte midler på post 72 mellom årene har kommet på et forholdsvis høyt nivå. Deler av dette henger sammen med at det er belastet høye andeler av finansieringen av NCE-prosjekter på NHDs post 71. Det må derfor påregnes en vridning mot KRDs post 72 på dette området fremover.

Samtidig kan det konstateres at de overførte midlene gir rom for noe fleksibilitet, bl.a. i forhold til utviklingen og ressursbruken innenfor for eksempel den nye Bioøkonomisatsingen, som er i ferd med å bli satt på lufta primo 2013. De overførte midlene har også gjort det mulig å legge opp til et mer ambisiøst program innenfor Arena.

6.6.3 Kap 552.72 Regional omstilling

Regional omstilling er en ekstraordinær innsats med varighet inntil 6 år i utpekte kommuner/regioner hvor en hjørnesteinsvirksomhet bygges ned med betydelig tap av arbeidsplasser, eller med store langsiktige utfordringer knyttet til omstrukturering av næringslivet. Det er fylkeskommunen som gir kommuner/regioner omstillingsstatus. Kommunal- og regionaldepartementet kan også gi kommuner/regioner omstillingsstatus i større omstillingsprosjekter (tap av 15 % av total sysselsetting og tap av min. 150 arbeidsplasser).

Innovasjon Norge har på vegne av fylkeskommunen ansvar for å kvalitetssikre bruken av offentlige midler i omstillingsprogrammer.

Som Nasjonalt kompetansesenter for lokalt omstillingsarbeid har Innovasjon Norge lang erfaring som veileder, pådriver og rådgiver. Vi følger opp organiseringen og gjennomføringen av omstillingstiltak og sikrer at tidligere erfaringer og tilgjengelige metoder og verktøy kommer til nytte i omstillingsorganisasjonene.

Innovasjon Norge har utviklet en rekke verktøy og maler til hjelp i omstillingsarbeidets forskjellige faser.

I St. meld. 21 (2005-2006) Om distrikts- og regionalpolitikken slår regjeringen fast at det er viktig å ha et nasjonalt kompetanseorgan for lokalt omstillingsarbeid. Innovasjon Norge er gitt denne rollen.

Den overordnede målsettingen med Regional omstilling er å bidra til å styrke næringsgrunnlaget gjennom økt verdiskaping og etablering av nye lønnsomme arbeidsplasser. Kommunen/området blir på denne måten mer robust med en variert næringsstruktur som gir sysselsettingsmuligheter for både kvinner og menn. Arbeidet bidrar til å styrke den langsiktige næringsutviklingsevnen i området.

Kommuner/regioner som har behov for offentlig tilskudd og offentlig initierte omstillingsprosesser, kjennetegnes ved at de mangler den dynamikk som er nødvendig for at de skal tilpasse seg nye rammebetingelser og gjennomføre en økonomisk omstilling. Dette vil være en form for markeds- eller systemsvikt. Omstillingsarbeidet skal bidra til å skape engasjement i et samfunn preget av krise. I strategi- og forankringsfasen (6-8 md.) etableres en omstillingsorganisasjon med et eget styre. Det utarbeides en strategisk omstillingsplan med årlig handlingsplan og budsjett.

I gjennomføringsfasen (2-6 år) er det behov for utviklings- og gjennomføringskompetanse og definerte behovsrettede verktøy rettet mot næringslivet og kommunen. En viktig del av Innovasjon Norges arbeid er erfaringsutveksling mellom områdene samt å utnytte Innovasjon Norges tjenester og programmer. I avslutningsfasen vektlegges organisering og finansiering av næringsarbeidet etter endt omstilling. Videre gjennomføres en sluttevaluering av resultatene av omstillingsarbeidet.

Ressursbruk

Ramme 2012	Innvilget tilsagn per 31.12.2012
13,2.	18,3

Den disponible rammen var 5,6 mill. kroner høyere enn den gitte rammen på 13,2 mill. kr. Bakgrunn er delannulleringer spesielt av gjennomføringskostander de siste tre år. Regional omstilling har over flere år prosjektfinansiert hele eller delvis stillinger på distriktskontorene til oppfølging av omstillingsarbeidet.

Ved innføringen av den nye modellen for gjennomføringskostnader var det kalkulert med for mange timer til oppfølging av omstillingsarbeidet tidligere år.

	Tilsagn (mill. kroner)
Prosjektfinansiering av prosjektrådgivere	8,9
Nye utviklingsprosjekter for å videreutvikle arbeidsmodellen og utvikling av web.	2,5
Kvalitetssikring, programstatusvurdering, PLP-opplæring, nettverkskonferanse	2,9
Utviklingsprosjekter i omstillingskommuner initiert av Innovasjon Norge	4,0
Sum	18,3

Frie omstillingsmidler har som formål å sette fokus, sørge for ønsket fremdrift, stimulere til nødvendige endringsprosesser samt utvikle nye verktøy overfor omstillingsområdene.

Statistikk

Innovasjon Norge har i 2012 brukt ca. 6,5 årsverk på oppfølging og kvalitetssikring av 25 kommuner/regioner på vegne av fylkeskommunene.

Følgende omstillingsprogram startet opp i 2012:

Meløy, Verran, Lærdal kommuner

Følgende kommuner avsluttet sin ordinære omstillingsperiode:

Gamvik, Lebesby, Båtsfjord, Loppa kommuner

Disse fire kommunene vil bli fulgt noe opp også i 2013 etter oppdrag fra Finnmark fylkeskommune.

Det er gjennomført sluttevaluering av omstillingsarbeidet i Høyanger og Vågsøy kommune.

Utviklingsprosjekter:

Innovasjon Norge har initiert og medfinansiert 25 utviklingsprosjekter i omstillingskommunene som også var målet i 2012. I tillegg er det igangsatt 8 utviklingsprosjekter for videreutvikling av arbeidsmodellen med nye verktøy. Målet var 10 utviklingsprosjekter. Disse er:

1. Videreutvikle strategisk utviklingsanalyse – med vekt på forankring og mobilisering.
2. Hjemhenting av kunnskap om omstillingsprosesser i andre land.
3. To piloter i et kompetanseprogram for handels- og servicenæringen.
4. Nullpunktsanalyse for måling av oppstart i nye omstillingskommuner.
5. Revidering og fornying av Veiledningshefte i omstilling og nyskaping.
6. Videreutvikling av kvalitetshåndbok for nye omstillingsområder.
7. Videreutviklet dokumentasjon for kurs innenfor PLP Prosjektlederprosessen
8. Videreutvikling av web-løsning med fokus på enklere tilgjengelighet for omstillingskommunene.

Flere av utviklingsprosjektene vil bli videreført i 2013. Det var et mål å få igangsatt en til to piloter for å mobilisere kvinner og unge til utviklingsarbeid i omstillingsområdene. Dette lyktes ikke, men vil bli forsøkt igangsatt i 2013. Det har derfor vært en nedgang i bruken av de frie omstillingsmidler til kvinnerettede tiltak i 2012 i forhold til 2011. Kun 2 % av midlene har gått til kvinnerettede prosjekter,

mot 25% for 2011. Det kan sees på som en trend at omstillingsområdene ikke lenger har kvinner og unge som prioriterte målgrupper, men ser mer på totalbilde med til- og fraflytting i den enkelte kommune med bostedsattraktivitet. Kvinnerettede prosjektet fanges dermed ikke opp på samme måte som tidligere.

Kompetansedeling:

Høsten 2012 gjennomførte Innovasjon Norge Nettverksseminar for alle omstillingsområder, fylkeskommunene, Kommunal- og regionaldepartementet. Det var god oppslutning og positive tilbakemeldinger om seminaret.

I februar 2012 lanserte Innovasjon Norge et ekstrasnett for omstillingsarbeid.

Det er i løpet av de siste to årene gjennomført en konferanse for medarbeidere i KRD, fylkeskommuner og Innovasjon Norge de som arbeider operativt med omstillingsarbeid. Den tredje konferansen skulle ha vært avholdt i juni 2012, men ble avlyst på grunn av for liten påmelding fra fylkeskommunene. Det er fylkeskommunene og KRD som har ønsket at Nasjonalt kompetansesenter for lokalt omstillingsarbeid skulle iverksette og gjennomføre en slik konferanse.

Distriktsprofil

Av totalrammen på 18,3 mill. kr. har 3,8 mill. kr. gått til prosjekter og omstillingskommuner innenfor det distriktsrettede virkeområde. Karmøy kommune som er omstillingskommune ligger utenfor virkeområde, men har fått tilført 185.000 kr. i prosjektstøtte fra omstillingsmidlene.

14,3 mill. kr. har gått til gjennomføringskostnader inkl. personellressurser, utvikling av arbeidsmodellen, kvalitetssikring og nettverksbygging/konferanser for omstillingskommunene og omfatter flere fylker.

Evalueringer og kundeeffektundersøkelser

Tilsagn gitt innenfor programmet Regional omstilling blir ikke fanget opp av kundeundersøkelsen til Innovasjon Norge, da bevilgninger blir gitt fra Innovasjon Norge til den enkelte omstillingsorganisasjon. 27 % av midlene gitt til omstillingsorganisasjonen er allikevel bedriftsrettet midler gjennom medfinansiering av bl.a. SMB Utvikling og Kompetanseprogram for Handel- og servicebedrifter.

Ekstern evaluering

Trøndelag forskning og utvikling gjennomført i 2010 en evaluering av langtidseffekter av omstillingsprogram på oppdrag fra Distriktssenteret og Innovasjon Norge. Evalueringen tok for seg 6 omstillingsprogram som ble avsluttet i perioden 2000 – 2003. Evalueringen ga grunnlag for følgende konklusjoner:

- Omstillingsmidlene har gitt positive langtidseffekter i alle de utvalgte casene
- Næringsutviklingsevnen er gjennomgående styrket, også på lang sikt
- Programmene har gitt et mer robust og variert næringsliv
- Omstillingsprogrammene har en gjennomsnittlig kostnad pr arbeidsplass som ikke ligger langt fra Innovasjon Norges ordinære virkemidler
- Kommuneprogrammene ser ut til å ha økt sysselsettingen med om lag 5 % og folketallet med om lag 5 % utover hva det ellers ville vært
- I sum utgjør dette 1090 arbeidsplasser og 1850 innbyggere i disse sju kommunene

- Regionprogrammene ser ut til å ha økt sysselsettingen og folketallet med om lag 1 % utover hva det ellers ville vært
- I sum utgjør dette 480 arbeidsplasser og 900 innbyggere i disse tre regionene
- Omstillingsprogrammene har gjennomgående ikke vært kraftig nok i seg selv til å kompensere fullt ut for negativ utvikling som følge av langvarig nedgang i basisnæringer, nedbemanning i hjørnesteinsbedrifter og generelle sentraliseringsprosesser

Programstatusvurdering

Innovasjon Norge foretar årlig programstatusvurdering i alle omstillingsområder i driftsfasen, hvor omstillingsarbeidet blir målt på 6 prosess- og 6 effektindikatorer. Prosessindikatorene gjenspeiler hvor god prosessen har vært lokalt, mens effektindikatorene gjenspeiler hva som har vært hovedmålet med omstillingsarbeidet.

Karaktergivningen gjøres av et vurderingsteam som består av omstillingsledelsen, fylkeskommunen, Innovasjon Norge og en ekstern prosesskonsulent. Prosessindikatorene vektlegges de to første årene av omstillingsperioden, mens effektindikatorene vektlegges de 4 siste årene.

Kommuner i slutfasen av omstillingsperioden vil ha høyere score på effektindikatorene enn kommuner i startfasen. Kommuner med lav score på enkeltindikatorer følges opp med ekstra innsats for å nå vedkommende delmål.

Gjennomgående gjøres det et målrettet og godt arbeid i omstillingskommunene, hvor en kan se en god utvikling år for år.

Risikofaktorer/utfordringer.

Innovasjon Norge har fulgt opp oppdragsbrevet fra KRD i 2012 og tatt initiativ til kvartals vise møter mellom KRD og Innovasjon Norge v/Nasjonalt kompetansesenter for lokalt omstillingsarbeid for å følge opp om behovet for nye områder dersom nedgangstider spesielt i eksportnæringene også vil ramme Norge.

Regional omstilling retter seg mot kommuner/områder med sårbar næringsstruktur eller svikt i næringsgrunnlaget. Områder med avgrenset arbeidsmarked og ensidig nærings- og sysselsettingsgrunnlag er mest sårbare for endringer i internasjonale og nasjonale rammevilkår og har en særlig stor utfordring når det gjelder omstilling og nyskaping. Dette er samfunnsutfordringer som krever en enda bredere tilnærming enn å fjerne flaskehalser for innovasjon. Nasjonalt kompetansesenter for lokalt omstillingsarbeid startet derfor i 2012 et utviklingsprosjekt "Helhetlig omstilling" og som vil være et sentralt prosjekt i 2013 for bl.a. å vurdere hva som er helhetlig omstilling og hva som skal være Innovasjon Norge sin rolle i dette.

For kommuner som får omstillingsstatus er følgende kritiske suksessfaktorer for en vellykket omstillingsprosess:

- Omstillingsledelsen har den rette kompetansen og gjennomføringsevnen
- Mobilisering av lokalt næringsliv og ressursmiljøer
- Bred forankring av strategisk handlingsplan
- Prosjektdrevet utvikling (PLP)

- Klare mål og strategier for arbeidet
- Måloppnåelse med gode resultater
- Godt informasjonsarbeid

6.6.4 Kap 552.72 Kontordager/kurs i kommunene (tidligere Førstelinjetjenesten, FUNK)

Arbeidet med førstelinjetjenesten var tidligere omtalt som "FUNK" prosjektet. Fra 2011 har dette arbeidet vært integrert i distriktskontorenes innsats mot kommunene som næringsutviklere.

Målet i 2012 har vært å starte implementering av kurs for næringsrådgivere i 1. linjen og å være pådriver for at distriktskontorene skal gjennomføre kontordager i kommunene.

Ressursbruk

Ramme 2012	Innvilget tilsagn per 31.12.2012
5,5	5,5

Aktiviteten har vært i tråd med planene og omtrent som i 2011. Rammen har vært høyere enn behovet knyttet til innsatsområdene. Utfra de tilbakemeldinger distriktskontorene kommer med kan det synes som man kan forvente noe større innsats på dette området i fremtiden, men rammen vurderes fortsatt som romslig.

Statistikk

Disse tilsagnene er ikke definert som kvinnerettet. Kontordager og kurs retter seg i like stor grad mot begge kjønn.

Ved inngangen til 2012 var det ferdigutviklet et kursopplegg for næringsrådgivere i førstelinjen. I løpet av året ble det gjennomført 6 kurs for veiledere over hele landet. Kurset er delt i to moduler. Den første modulen legger i hovedsak vekt på veilederrollen. Modul 2 vektlegger forretningsplanlegging og –modellering sett fra veileders ståsted. I stedet for tradisjonelle foredrag er kjernen i dette kurset en film med en "fiktiv" etablerer og veileder. Filmens hensikt er å illustrere problemstillinger og spille opp til diskusjon. Innovasjon Norge har trukket inn Brønnøysundregistrene i dette arbeidet og planen er at de skal være med å gjennomføre kurs fremover. Innovasjon Norge har med hensikt lagt opp til en ressursbruk hvor egne krefter og kompetanse skal brukes i utvikling og gjennomføring, ikke innleide konsulenter. I stedet for kostnader til innleide konsulenter legger vi opp til å dekke oppholdskostnader for kommunene som deltar. Tilbakemeldingen fra de som har deltatt har vært svært positiv og har bekreftet antakelsen om at dette er et tiltak som har vært etterspurt av kommunene og at form, innhold og metode har truffet målgruppen svært godt.

Distriktsprofil

Midlene brukes over hele landet, men med størst vekt på distriktsfylker. Nordland og Troms er fylkene med størst aktivitet mhp. kontordager i kommunene i 2012.

Evalueringer og kundeeffektundersøkelser

Omfattes ikke av kundeeffektundersøkelser. Pilotkursene er evaluert med gjennomgående gode tilbakemeldinger.

Risikofaktorer/utfordringer.

Det har tradisjonelt vært relativt stor turnover på veiledere i kommunene, så kurset bør helst gjentas med jevne mellomrom. Å gjennomføre kontordager i kommuner over hele landet er ressurskrevende og distriktskontorenes generelle kapasitet er en utfordring. Distriktskontorene oppfordres derfor til å prioritere kommuner med særlig behov.

6.6.5 Kap 552.72 Ung Gründer (Universitets- og høyskoleprosjektet og Emax)

Unge mennesker trenger kunnskap, erfaring og nettverk innenfor entreprenørskap, samt motivasjon til å starte bedrifter. For å mobilisere til entreprenørskap blant unge har Innovasjon Norge gjennomført følgende to prosjekter i 2012: Universitets- og høyskoleprosjektet og Emax.

Ressursbruk

Ramme 2012: 1,5 mill. kroner.

Universitets- og høyskoleprosjektet ble lyst ut i 2010, og tilsammen ble det bevilget 12,5 millioner kroner til 10 forskjellige prosjekter ved totalt 13 utdanningsinstitusjoner. Høsten 2010 ble prosjektene startet opp og aktivitetene satt i gang. 2012 har vært et svært aktivt år i prosjektet. Dette var som ventet da prosjektperioden løp ut ved årsskiftet 2012/13. Det foreligger ferdige rapporter for de fleste enkeltprosjektene og disse viser som nevnt et høyt aktivitetsnivå. Flere av prosjektene har ønsket å drive videre med ekstern finansiering, men som kjent ikke prioritert en videreføring av et nasjonalt program fra Innovasjon Norges side. Det virker likevel som at læringen ved prosjektet har vært stor og i mange univeriteter og høyskoler blir det fokuset på entreprenørskap videreført på ulike måter, men da innenfor rammen av interne budsjetter/ressurser. Dette er et vår vurdering slik det bør være, om det da ikke er helt særskilte grunner til å videreføre et samarbeid mellom enkelte distriktskontorer og en utdanningsinstitusjon.

EMAX.

Emax er en samling for unge mennesker mellom 18-25 år som er interesserte i entreprenørskap. Målsettingen var å samle 100 ungdommer med denne interessen. Programmet var variert med foredrag, workshops, diverse presentasjoner av case-bedrifter og ikke minst et gjennomgående bedriftssimuleringsspill der gruppene får en oppdatering på gruppens situasjon flere ganger pr. dag. Det hele er organisert som en konkurranse. Selve eventet skjedde på Høgskolen i Lillehammer i perioden 5.-8.august 2012. Evalueringen som ble gjort etter Emax viste at deltakerne var svært fornøyde. Vår egen erfaring med å arrangere Emax er så gode at vi også planlegger et nytt Emax i 2013.

I forbindelse med rekrutteringen til Emax hadde vi et mål om minst 40% kvinnelige deltakere. Dette klarte vi. For årets event er målet en 50/50 fordeling.

Ingen av de beskrevne prosjektene omfattes av kundeeffektundersøkelsen.

Annet

Eksempler på andre mobiliseringsarrangement i 2012 er NM i studentbedrift med utdeling av Innovasjonsprisen og Nasjonal finale i Venture Cup, som fant sted i Oslo i oktober. Innovasjon Norge bevilget også i 2012 kr.100.000 til premiepenger for Venture Cup.

Start Norge er en studentorganisasjon som arbeider for mer entreprenørskap i utdanningen. Innovasjon Norge og Start Norge har de siste par år hatt nær dialog om bl.a. mobilisering til ulike arrangementer og tiltak.

7 Landbruks- og matdepartementets budsjettposter

LMD peker i oppdragsbrevet på at hovedmålet for landbruks- og matpolitikken er å opprettholde levende landbruk over hele landet. Målet for landbruksrelatert næringsutvikling er å skape lønnsomme arbeidsplasser og å bidra til bosetting og sysselsetting i hele landet.

Innovasjon Norge har lagt til grunn at tilskuddsmidler til landbruket er stilt til disposisjon gjennom jordbruksforhandlingene, reindriftsavtalen og statsbudsjettet, for å bidra til å styrke økonomien i næringen. Tilskuddsbruken skal være innrettet mot å ivareta den overordnede strategien for landbruksrelatert næringsutvikling, som er å "videreutvikle eksisterende og skape ny næringsvirksomhet med økt lønnsomhet, ved å ta i bruk mangfoldet av landbrukets menneskelige og materielle ressurser."

Innovasjon Norge legger til grunn at prosjektene vi deltar i skal ha en landbrukspolitisk tilfredsstillende begrunnelse, at tilskuddet virker utløsende på gjennomføringen, at prosjektet bidrar til å forbedre økonomien i virksomheten og at de virksomheter som mottar støtte vurderes å være varig lønnsomme.

7.1 Overordnet bilde og vurdering

Kap Post	Virkemiddel	Bevilget ramme i mill. kroner		Tilsagn i mill. kroner		Innovasjons- høyde på nasjonalt/ internasjonalt nivå i % av tilsagn		Internasjonalt rettet i % av tilsagn		Andel i virkemiddel- sone III og IV i % av tilsagn	
		2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012
1150.50	Inn på tunet	9,0	9,0	9,5	9,6	21	15	0	0	45	48
1150.50	Lokalmatprogrammet	56,5	55,2	76,3	69,7	48	38	15	17	22	30
1150.50	Bioenergiprogrammet	45,0	50,0	67,2	50,8	11	2	2	1	51	59
1150.50	Grønt reiseliv	18	17,5	16,2	19,5	9	19	7	19	2 ⁴³	12 ⁴³
1150.50	BU- midler fylkesvis			394,0	430,1	4	3	4	3	65	66
1150.50	BU-midler sentrale	8,0	3	8,7	3,7	64	38	3	21	19	
1150.50	Konfl. Forebygg. rein	1,0	1,4	1,0	0,6	0	0	0	0	94	100
1150.50	BU midler risikolån			35,1	20,5	9	0	0	0	82	81
1149.71	Trebasert innovasjonsprogram	18,0	26,0	30,2	36,2	85	73	33	30	26	20
1149.71	Skogflisproduksjon og biovarmeanlegg	7,0	7,0	11,9	7,3	2	0	5	0	45	43
1151.51	VSP rein	7,7	7,7	5,2	4,0	3	12	54	36	76	56
1151.51	Konfl. Forebyggende tilt. rein	1,4	1,4	1,1	0,6	0	0	0	0	94	100

⁴³ 82 prosent av tilsagn til Grønt reiseliv går til prosjekter som omfatter flere kommuner og som dermed ikke kan fordeles på DPV

Stor vekst i utlånene til landbruk

Utlånene til landbruksnæringen har økt betydelig de siste årene, og i 2012 ble det bevilget hele 870 millioner i lavrisikolån og risikolån til landbruket. Dette er en økning på 220 millioner fra 2010 og 2011, og skyldes både at investeringene og lånebehovene har blitt større og at Innovasjon Norge har hatt gunstige lånebetingelser. Fra 2013 legges det større vekt på å dele de største engasjementene med private banker. Samlet utlånsportefølje til landbruket er nå 4,5 milliarder kroner fordelt på 9 500 lån. I tillegg kommer 600 millioner fordelt på vel 7 100 lån fra den opphørte ordningen med investeringslån fra Landbrukets Utviklingsfond.

Mer landbruk og mindre tilleggsnæringer

Andelen tilskuddsmidler av bygdeutviklingsmidlene til tradisjonelt landbruk økte igjen i 2012, og utgjør nå 78 %. Økningen startet samtidig med ekstramidlene gjennom tiltakspakken i 2009 da andelen økte fra 71 % til 75 %. Dette betyr at det nå brukes både en relativt mindre andel og mindre beløp på å utvikle alternative næringer i landbruket. Utviklingen er først og fremst et uttrykk for faktisk interesse og etterspørsel og ikke bevisst prioritering av tradisjonelt landbruk på bekostning av tilleggsnæringer. I tillegg er som regel prosjektene innen tilleggsnæring mindre enn innen tradisjonelt landbruk, dvs at tilskuddsbeløpet pr prosjekt innen tilleggsnæring også er mindre.

Vel 70 % av prosjektene i tilknytning til husdyrhold innebærer økt produksjon, og er således med på å bidra til målsettingen om utvikling og modernisering av det tradisjonelle landbruket. Investeringer innen melkeproduksjon utgjør en dominerende andel med nesten 50 % av tilskuddsmidlene til tradisjonelt landbruk.

Kompetanse, vekst og samarbeid på matområdet – og hånd i hånd med reiseliv

Med bakgrunn i evalueringen av kompetansesatsningen innen lokalmatprogrammet, er det besluttet å videreføre dette arbeidet som skjer gjennom fem regionale kompetansenav. Den bedriftsrettete støtten innen programmet spisses nå mot vekstbedrifter og forpliktende samarbeid mellom produsenter da erfaring tilsier at dette er de viktigste tiltakene for levedyktige bedrifter.

Lokalmat og reiseliv har de siste årene blitt stadig nærmere knyttet til hverandre, og etableres nå som en felles satsing sammen med innlandsfiske og med en klar forventning om synergier både med hensyn til bedriftsutvikling, omdømme- og kompetansearbeid.

Ny giv for reindriftsnæringen

Reinprogrammet avløste det tidligere Verdiskapingsprogram for rein fra 2012. Reinprogrammet er bygd opp etter mal fra lokalmatprogrammet, og kundeansvaret er nå desentralisert til et enkelte distriktskontor på samme måte som for andre tjenester. Det innebærer en spissing mot “myke” prosjekter, og at satsing på vekstsatsbedrifter, forpliktende produsentsamarbeid, kompetanse, omdømme og reiseliv nå er omfattet av programmet.

Skogen – kilden til miljøvennlig energi og byggemateriale

Innovasjon Norge tilbyr tjenester både til trevirke som byggemateriale og som energileverandør, begge disse tjenestene er ved siden av det forretningsmessige også begrunnet med klimatiltak. Innenfor trebyggeri er det realisert flere signalbygg der tre er viktige byggematerialer med [Kilden teater- og konserthus](#) i Kristiansand som ett av de fremste. Man mobiliserer aktivt for å få til repeterbar og industrialisert bruk av tre via samferdselsprosjektet “Tre & Samferdsel”. Det utvikles broer, kaianlegg og

ikke minst innen luftfart. Avinor har gjennom innovasjon i offentlig anskaffelse utviklet et konsept for påbygg og nybygg på landets regionale flyplasser. Nå har første pilotbygg åpnet ved Molde lufthavn, Årø. Videre er det nylig startet opp et arbeid med mer trebruk i bystrøk, og det er nylig avsluttet et prosjekt for å fremme landbruksbygg i tre med gode resultater.

Landbruket tar også klimaansvar ved gjennom produksjon av miljøvennlig bioenergi både til egen virksomhet og som leverandør markedet elles (varmesalg). Beregninger viser at landbruket gjennom utbygging av miljøvennlig energileveranse til andres virksomhet de siste årene har bidratt til 47,2 GWh, og med et redusert klimautslipp tilsvarende 5 300 tonn CO₂.

7.2 Effekter av tildelinger fra LMD

Spørsmål	Tjeneste	2006	2007	2008
Andel høy og middels addisjonalitet	BU midler	81	82	85
	VSP- Rein	100	100	100
	Lokalmatprogrammet	89	97	92
	Trebasert innovasjonsprogram	84	92	92
	Bioenergiprogrammet		100	81
	Gjennomsnitt alle tjenester	87	87	85
Betydning for lønnsomhetsutvikling	BU midler	60	70	77
	VSP- Rein	40	100	100
	Lokalmatprogrammet	56	59	70
	Trebasert innovasjonsprogram	29	46	54
	Bioenergiprogrammet		78	59
	Gjennomsnitt alle tjenester	51	70	73
Betydning for overlevelse	BU midler	55	68	74
	VSP- Rein	25	50	71
	Lokalmatprogrammet	47	43	66
	Trebasert innovasjonsprogram	29	50	31
	Bioenergiprogrammet		78	54
	Gjennomsnitt alle tjenester	50	64	68
Betydning for økt eksport	BU midler	6	22	41
	VSP- Rein	20	0	
	Lokalmatprogrammet	11	40	14
	Trebasert innovasjonsprogram	14	25	25
	Bioenergiprogrammet		0	8
	Gjennomsnitt alle tjenester	19	42	43
Betydning for økt omsetning	BU midler	81	87	50
	VSP- Rein	50	100	100
	Lokalmatprogrammet	40	63	88
	Trebasert innovasjonsprogram	33	63	73
	Bioenergiprogrammet		75	48
	Gjennomsnitt alle tjenester	72	77	79
IN har i stor grad bidratt til økt innovasjon	BU midler	70	53	61
	VSP- Rein	57	68	62
	Lokalmatprogrammet	76	77	70
	Trebasert innovasjonsprogram	67	77	73
	Bioenergiprogrammet		50	32
	Gjennomsnitt alle tjenester	67	62	63
IN har i stor grad bidratt til økt kompetanse	BU midler	65	51	62
	VSP- Rein	67	75	62
	Lokalmatprogrammet	81	71	72
	Trebasert innovasjonsprogram	75	85	81
	Bioenergiprogrammet		70	42
	Gjennomsnitt alle tjenester	71	66	68

Innovasjon Norge måler effekt av alle tilsagn 1 år og 4 år etter tilsagnet blir gitt (henholdsvis før og etterundersøkelse). Under følger en oppsummering av noen av de viktigste spørsmålene fra etterundersøkelsene av kunder som fikk tilsagn i 2006, 2007 og 2008 og som ble spurt om effekt av tilsagnet 4 år etter (i 2010, 2011 og 2012).

Mange av faktorene som måles i kundeeffektundersøkelsen har hatt en positiv utvikling for LMDs tjenester de siste 3 år, særlig gjelder dette betydning for lønnsomhetsutvikling, overlevelse og omsetning. Utviklingen er ganske sammenfallende med utviklingen av gjennomsnittet av alle tjenestene i Innovasjon Norge.

Bioenergiprogrammet har bare vært med i undersøkelsen de siste to årene, og utmerker seg med en negativ utvikling. Dette antas i all hovedsak å skyldes betydelig nedgang i strømprisene siste året, og dermed dårligere lønnsomhet for investeringer i bioenergi.

7.3 Kap 1149.71 Verdiskapnings- og utviklingstiltak i landbruket

7.3.1 Kap 1149.71 Trebasert innovasjonsprogram

Trebasert innovasjonsprogram tilbyr finansiell støtte til utviklingsprosjekter innen tre. Programmet er i stor grad rettet mot innovasjon i bedrifter. Utviklingsprosjekter innenfor produkt- og produksjonsprosess, industrialisering av byggeri (høyere grad av prefabrikering og effektivisering) samt opplæringsprosjekter i bedriftene er sentralt. Programmet startet 3. juli 2006. Programmet er en del av Landbruks- og matdepartementets satsing på økt bruk av tre som klimatiltak, og næringsutvikling over hele landet basert på økt foredling av skogressurser. Satsingen er forankret i flere stortingsmeldinger fra ulike departement de siste årene.

Visjonen for Trebasert innovasjonsprogram er: "Norge skal være et forbilde i verdiskapende foredling og ny anvendelse av trevirke". Målet er økt bruk av tre og lønnsomhet i hele verdikjeden. I tillegg skal økt bruk av tre i byggsektoren bidra til å senke klimabelastningene. Programmet skal støtte opp under næringens målsetting om å øke den innenlandske bruken av tre.

Ressursbruk

Ramme 2012	Innvilget tilsagn per 31.12.2012
26,0	47,2

*) Inkl. tilbakeførte midler fra Treprogrammet.

Ressursbruken i 2012 er i henhold til budsjett. Disponibel ramme bestod av bevilgning over statsbudsjettet på 26 mill. kroner samt overføringer fra tidligere år. Inkludert i dette er tilbakeførte midler fra Treprogrammet.

Statistikk

Det er innvilget 83 prosjekter i 2012 med total innvilget beløp på NOK 47,2 millioner. I tillegg til disponibel ramme er det benyttet midler fra annullerte saker i løpet av året med totalt 3,4 mill kroner.

2012 har vært et svært aktivt år, og det er bevilget NOK 16,9 millioner mer fra Trebasert Innovasjonsprogram enn i 2011. I tillegg er det i større grad enn tidligere bevilget utviklingsmidler fra andre ordninger i IN, for eksempel fra distriktvis utviklingsmidler, til denne typen prosjekter.

Fylkesvis fordeling av prosjekter (i mill. kroner)

Det er økt aktivitet i de fleste fylker i 2012 sammenlignet med tidligere tre år. Gjennom etablering av tredriverprosjekter i vestlandsfylkene får man opp økte bevilgninger til utviklingsprosjekter i næringen i disse fylkene. Det arbeides nå med tredriveretableringer også i landets nordligste fylker med målsetting om mer aktivitet fra 2013. Gjennom en økt satsing på mobilisering i ulike sektorer er det også en økning på tilsagnene gjort ved hovedkontoret. Disse mobiliseringsprosjektene vil av erfaring føre til økt aktivitet i de fleste fylker.

Prosjekter pr. fylke	Beløp 2012	Antall 2012	Beløp 2011	Antall 2011	Beløp 2010	Antall 2010
Nasjonalt	9,6	16	6,5	8	2,0	5
Østfold	0,6	3	0,4	2	1,6	3
Oslo/Akershus	1,9	6	1,5	4	1,4	4
Hedmark	8,0	9	5,3	9	5,5	14
Oppland	1,0	3	3,0	7	0,8	3
Buskerud	0,4	2	0,5	2	1,9	4
Vestfold	1,8	4	0,5	2	0,5	2
Telemark	3,5	9	1,5	5	1,5	9
Agder	6,4	9	2,3	2	5,9	9
Rogaland	1,0	2	0,4	2	0,5	2
Hordaland	1,4	4	1,7	4	0,5	2
Sogn & Fj	2,1	2	0,0	0	0,3	1
Møre og R.	1,2	3	0,3	1	0,9	2
S.Tr.lag	1,8	7	0,9	5	2,5	6
N.Tr.lag	0,7	2	0,2	2	0,9	3
Troms	1,4	1	0,7	2	0,4	2
Administrasjon	4,5	1	4,5	1	3,5	1
Sum	47,2	83	30,2	58	30,6	72

Fordeling i forhold til programmets strategiområder (I NOK millioner).

Hovedvekten av saker er de siste tre årene innenfor industrielt byggeri, hvilket har vært en dreining i programmet fra 2006. I 2012 er det en sterk økning innenfor kategorien "innovasjonssystemer". Økt bruk av midler til mobiliseringstiltak og nettverksutvikling er hovedgrunnen til denne endringen.

Hva	Beløp 2012	Antall 2012	Beløp 2011	Antall 2011	Beløp 2010	Antall 2010
Industrielt byggeri, 1	27,5	55	21,3	38	16,2	41
Treprodukter, 2	2,3	7	2,1	9	7,2	16
Innovasjonssystemer, 3*)	17,3	21	6,9	11	7,2	15
Sum	47,2	83	30,2	58	30,6	72

*) Inkludert administrasjonskostnader NOK 4,5 millioner.

Fordeling i forhold til sakstyper (beløp i mill. kroner).

Som en følge av strategien er hovedvekten av bevilgningene gitt direkte bedriftsrettet i 2012. Det er også en økning på de bransjerettede prosjektene som følge av felles FOU tiltak knyttet til blant annet nye tekniske forskrifter, sertifiseringer og effektiviseringstiltak.

Hva	Beløp 2012	Antall 2012	Beløp 2011	Antall 2011	Beløp 2010	Antall 2010
Bedriftsrettet, 1	31,0	44	12,6	34	23,6	57
Indirekte bedriftsrettet, 2*)	5,3	16	5,7	12	0,5	1
Bransje, 3	3,9	7	1,6	2	2,5	11
Annet, 4	6,9	16	10,4	10	3,9	3
Sum	47,2	83	30,2	58	30,6	72

*) Prosjekt hvor de egentlige støttemottakere er bedrifter, men midlene kanaliseres gjennom bransjeorganisasjon, FOU eller opplæringsinstitusjon.

Fordeling i forhold til statsstøtteregeverket (I NOK millioner).

EØS - område	Beløp 2012	Antall 2012	Beløp 2011	Antall 2011	Beløp 2010	Antall 2010
Utenfor statsstøtteregeverket	15,0	16	9,8	7	5,3	7
Bagatell	17,6	38	11,5	30	13,8	45
FoU (eksprimentell utvikling)	8,2	20	3,8	14	10,1	16
SMB	0,8	2	1,5	1	0,2	2
Opplæring	5,5	7	3,6	6	1,1	2
Sum	47,2	83	30,2	58	30,6	72

Andel kvinnerettete prosjekter.

I 2012 var 13 utviklingsprosjekter på totalt 6,0 mill. kroner registrert som kvinnerettet dette utgjør 16 % prosent av totalt tildelte midler.

Evalueringer og kundeeffektundersøkelser

Trebasert innovasjonsprogram er en del av Innovasjon Norges kundeeffektundersøkelser. Programmet scorer over gjennomsnittet på de fleste indikatorene og har også hatt en økende trend de siste årene på flere viktige indikatorer.

Addisjonalitet.

Addisjonalitet sier noe om hvorvidt bedriften ville gjennomført prosjektet uten finansiering fra Innovasjon Norge eller ikke. Gjennomsnitt for alle programmer ligger rundt 60 %. Helt fra oppstarten har treprogrammet ligget på over 90 % addisjonalitet noe som viser at det treffer målgruppa godt og er svært utløsende for hvorvidt utviklingsprosjektene ville blitt gjennomført.

	2009	2010	2011
Trebasert Innovasjonsprogram	96 %	93 %	97 %

Samarbeid mellom aktører.

Kundeeffektundersøkelsene måler også hvorvidt prosjektene fører til økt samarbeid mellom aktører.

Utviklingsprosjekter støttet fra Trebasert Innovasjonsprogram viser at prosjektene bidrar til økt samarbeid. Som vist i tabellen under så har prosjekter som ble finansiert over treprogrammet i 2011 i gjennomsnitt ført til at bedriftene får fire nye samarbeidsrelasjoner. Snittet for alle Innovasjon Norges tjenester og programmer i 2011 var 3.

	2009	2010	2011
Trebasert Innovasjonsprogram	3,9	4,5	4,1

Ekstern evaluering 2011 Econ Pöyry

Trebasert Innovasjonsprogram (2006 – 2011) ble evaluert i 2011. Kort viser resultatene høy innovasjonsgrad, høy måloppnåelse og høy addisjonalitet. Støtten til utviklingsprosjekter har bidratt til nye produkter i stor eller meget stor grad i 60 % av bedriftene. Kompetansen om produktutvikling økte i 94 % av bedriftene. Samarbeid i verdikjeden økte i 76 % av bedriftene og det gav en positiv økonomisk effekt i 65 % av bedriftene. Sysselsettingseffekten er lav i programmet. 74 % av bedriftene opplever samarbeidet med Innovasjon Norge som effektivt og man mottar god bistand i prosjektene. Konklusjonen er at programmet bidrar til å fremme økt bruk av tre i Norge, selv om det er vanskelig å kvantifisere effekten direkte på kubikk. Nettverksarbeidet gjennom “tre drivernettverket” anses som viktig for å indentifisere prosjekter og flaskehalser som bidrar til/ hemmer utvikling. Resultatene viser også at programmet bidrar til styrket lønnsomhet i verdikjeden for treprodukter, og at det så lenge det er et politisk mål å øke trebruken er rasjonelt med et eget innovasjonsprogram.

Risikofaktorer/ utfordringer

I forhold til Innovasjon Norges hovedmålsetting og behovene i næringen er det viktig å få inn en tydeligere markedsorientering mot verdiskapning i norske bedrifter. Av denne grunn vil man fra 2013 spisse strategien mot verdiskapning basert på tre i bedrifter i Norge. Man vil prioritere industrialisering og bedriftsutvikling rettet mot effektivisering og økt foredlingsgrad. Målgruppen spisses mot byggesektoren med tilgrensende aktører. Med bakgrunn i utfordringer og potensial innen treforedling/ tidligere papirindustri tas bruk av trefiber rettet mot byggesektoren inn i programmet. Dreiningen på programmet er testet i dialogmøte med næringsaktører og forankret hos oppdragsgiver. Gjennom mobilisering og tre drivernettverk søker de riktige bedriftene om gode utviklingsprosjekter. Gjennom denne arbeidsformen treffer man målgruppen effektivt. Å bygge videre på denne måten å arbeide på er en kritisk suksessfaktor for å lykkes med målsettingen.

I tillegg til direkte post på statsbudsjettet benyttet man hele Innovasjon Norges tjenesteportefølje i økende grad i 2012 for å nå oppdragets målsetting. Det er et økende behov for støtte til utviklingsprosjekter i næringen, og potensialet for økt innsats ansees som stort.

7.3.2 Kap 1149.71 Skog, klima og energitiltak

Disse midlene skal brukes til de samme målområdene som gjelder for Bioenergiprogrammet (se side 200). Midlene kan også brukes til investeringsstøtte til flisproduksjonsutstyr, men da ut fra en streng prioritering og ut fra et mål om å dekke et behov for å ha tilgang til slikt utstyr i alle regioner i landet.

Totalt ble det i 2012 gikk 7,3 mill. kroner til 16 prosjekter. For ytterligere informasjon om bruken av midlene se under Bioenergiprogrammet side 200.

7.4 Kap. 1150 Til gjennomføring av jordbruksavtalen m.m.

INs klagenemnd behandlet i 2102 23 klagesaker etter BU-forskriften og 1 klagesak etter VSP-Mat (lokalmatprogrammet). Ingen av klagene ble tatt til følge. Det var i 2012 ikke innkommet klagesaker under VSP-Rein.

7.4.1 Kap. 1150 Grønt reiseliv

Utviklingsprogrammet for Grønt reiseliv skal bidra til å videreutvikle de ressurser som gården og bygda rår over. Med Grønt reiseliv menes her at bruken av natur- og kulturressurser skal skje på en bærekraftig måte, og at utviklingen av reiselivsproduktet i stor grad skal bygge på lokal kultur og tradisjoner kombinert med kunnskap om markedet. Eksempler på Grønt reiseliv kan være ulike opplevelseshetiviteter som for eksempel vandring, padling, sykling, jakt og fiske i kombinasjon med servering av gode matopplevelser og overnatting. Tjenesten dekker både samarbeid, nettverk, produkt- og kompetanseutvikling i næringen, samt nasjonale og internasjonale tema- og markedsføringsprosjekter.

Formålet med tjenesten er økt verdiskaping og bedriftsøkonomisk lønnsomhet basert på aktivitetsbaserte natur- og kulturopplevelser i kombinasjon med lokal mat, kultur og tradisjoner.

Ressursbruk

Ramme 2012	Innvilget tilsagn per 31.12.2012
17,5 mill. kroner	19,5 mill. kroner

Den samlede tilgjengelige rammen for programmet i 2012 var på totalt 23,2 mill. kroner bestående av den fastsatte rammen for 2012 på 17,5 mill. kroner, samt den overførte, ubenyttede rammen fra 2011 og tilbakeførte midler.

Prosjekt	Budsjett (mill. kroner)
Norgeskampanjen	2
Bygdeturismekampanjen	5,7
Tema vandring	1,8
Tema fiske	1,6
Gjennomføring / adm.	2
Prosjekter nettverk, samarbeid, kompetanse, produktutvikling	6,4
Totalt	19,5

Statistikk

Det ble i 2012 innvilget søknader for 6,4 mill. kroner til totalt 14 prosjekter, mot totalt 3,4 mill. kroner til 9 prosjekter i 2011. En søknad ble returnert/ avslått i 2012.

Tabellen viser utviklingsprosjekter som har fått tilskudd fra utviklingsprogrammet i 2012:

Prosjekt	Beskrivelse	Region
Overbygningen for Glomma og Vorma	Utvikling av fisketurismeprodukter i Glomma 2012 - forprosjekt	Østlandet
IN Reiseliv	Markedsaktiviteter, tema, adm. 2012	Nasjonalt
Hanen	Bygdeperler 2012 - proffmesse for bygdeturisme og småskala mat	Nasjonalt
Tolga-Vingelen Elveierlag BA	Nasjonalt nettverk for fisketurisme	Nasjonalt
Norsk Institutt for Skog og landskap	Konferanse CULTOUR	Nasjonalt
Rekkedal Gjestehus	Markedsføring og produktutvikling Grønt reiseliv	Vestlandet
Scanatura ANS	Utmarksprosjektet i Agder	Sørlandet
Mari Anne Wikeland	Forprosjekt Kvæfjord på menyen	Nord-Norge
Nortind	Aktivitetsleder sertifisering for reiseliv	Nasjonalt
Bergen Turlag	Kurs GPS merking/skilting turløyper	Vestlandet
Opplev fiskelykke - Gjøvikregionen	Fisketurisme i Gjøvikregionen	Østlandet
UMB	Kartlegging naturbasert reiseliv	Nasjonalt
Ørretens rike fra fjord til fjell	Innlandsfisketurisme Hallingdal og omegn	Hallingdal/Sogn
Nye Eidsverket AS	Forstudie bedriftsnettverk grønt reiseliv i Aurskog-regionen	Østlandet
Skolleborg Bruk Jacob A Natvig	Forstudie bedriftsnettverk grønt reiseliv i Aremark, Marker og Rømskog kommune.	Østlandet

I 2012 var 40% av tilsagnene kvinnerettet. Størsteparten av tilsagnene går til fylkesovergripende eller nasjonale prosjekter. Det er forholdsvis få tilsagn fra tjenesten, så det blir raskt store utslag i statistikken fra år til år. Det ble i 2012 laget en brosjyre med ti gode råd for å lykkes med Grønt reiseliv. Denne ble godt mottatt av næringen, og er delt ut under relevante konferanser, kurs og fra Innovasjon Norges distriktskontorer.

Evalueringer og kundeeffektundersøkelser

Tjenesten ble etablert i 2008, og er derfor ikke med i kundeeffektundersøkelsen. I teksten under er aktiviteter og resultater fra de nasjonale og internasjonale kampanjene beskrevet.

Bygdeturismekampanjen

Bygdeturismekampanjen er en del av den overordnede Norgeskampanjen. I 2012 talte kampanjen 224 enkeltaktører mot 190 i 2011. Av disse var ca 30% med for første gang. Samtlige fylker var representert med størst antall fra Hordaland og Oppland. Blant deltagerne var også STIN (Sykkelturisme i Norge) som deltok på bred basis – det samme var Norske Lakseelver, som var med for første gang. Andre sentrale aktører i årets kampanje var Hanen, Norske Bygdeopplevelser og Norsk Kulturarv. Aktivitetene inkluderer printannonsering i aviser og magasiner med fokus på temaer og geografiske områder, diverse nettkampanjer og digitale bilag, radiospotter på P4 og Radio Norge, oppføringer på visitnorway nettsider

og app, egen høstferiekampanje og nyhetsbrev fra prosjektleder.

Deltagelsen ble evaluert i form av et questbackskjema og ca 65% av deltakerne svarte på denne. Resultatene viser at 45% har opplevd sterk/moderat økning i forhold til 2011. 50% sier at deltakelsen i kampanjen har gitt resultater i noen/stor grad. 46,5% av deltagerne sier gjestene har fått kjennskap til bedriften gjennom annonser og 80% gjennom internett. 53% sier de har merket en moderat/sterk økning i andelen norske reisende de tre siste sesongene. Gledelig er det at 77% sier de er fornøyd eller svært fornøyd med deltakelsen og at 96% opplever kommunikasjonen med Innovasjon Norge som god eller svært god. Hele 85% svarer at de vil delta i kampanjen i 2013.

Temaprojektene vandring og fiske

Temaprojektene jobber primært med destinasjoner og landsdelsselskaper. Disse selger inn kampanjedeltakelse i sine respektive regioner. Hovedmålsettingen er å profilere Norge og de områdene som egner seg for å utøve aktiviteten, samt utløse salg. Siden prosjektene jobber med destinasjoner og landsdeler, er målet å skape oppmerksomhet, kjennskap og reiselyst. Måling av salg og omsetning er vanskelig i disse prosjektene, da vi i liten grad har direkte kontakt med de kommersielle aktørene. Dette er imidlertid noe vi vil forsøke å komme nærmere inn på i kommende prosjekter.

Vandreprosjektet

Antall deltakere	40 (32 destinasjonsselskaper og landsdelsselskaper, 2 overnattingsbedrifter, 1 aktivitetstilbyder og 5 turoperatører)
Markeder	Sverige, Danmark, Tyskland, Nederland, UK, Frankrike
Generell aktivitet	katalog, visitnorway.com/hiking, Google-annonsering
Markedsspesifikke tiltak	Messedeltakelse, E mailing med lokale turoperatører, vandrekvelder med turoperatører og konsumenter, road shows for å treffe lokale turoperatører, Facebook-kampanjer

Av aktiviteter vil vi trekke frem pressearbeidet, der vi har sendt 13 grupper og 14 individuelle journalister til Norge. Resultatet er artikler med presseverdi på ca. 15 mill. kroner. Dette betyr en verdi på ca. 0,4 mill. kroner per deltager. Vi gjennomførte også en internasjonal pressetur til Jotunheimen med god feedback både fra journalistene og partner. Internasjonale presseturer videreføres. Vandreprosjektet gjennomførte en internasjonal visningstur for turoperatører for første gang. Turen gikk til Hammerfest med operatører fra Tyskland, Nederland, Frankrike og Storbritannia. Tilbakemeldingene fra både operatørene og aktørene var gode, og flere jobber med å ta inn Hammerfest i sine porteføljer. Internasjonale visningsturer for turoperatører videreføres i 2013. På visitnorway økte trafikken med ca 150% på vandresidene fra 2011 til 2012, og over 700.000 personer har sett de nye vandrefilmene og de har ledet til over 90 000 klikk til kampanjesidene. Vandrekatalogen distribueres i alle store vandre/outdoormagasiner i satsningsmarkedene. Den tyske vandrekatalogen var Innovasjon Norge mest leste E-katalog i 2012 (ca. 15.000 visninger).

Alle hoveddeltakere (regioner) får et spørreskjema de skal besvare etter prosjektets slutt. Skalaen på evalueringen er fra 1-4, der 1 er best og 4 er dårligst. Av de som svarte, ga 87% prosjektet karakteren 2, noe som vitner om fornøyde deltakere. I tillegg svarte 18% at de merket en økning av henvendelser fra satsningsmarkedene. Dette må ses på som positivt. Nesten alle deltakere fra 2011 ble med i 2012-kampanjen. Næringsinvesteringen i prosjektet har gått opp med nesten 100 % fra 2009 til 2012. Utenlandske turoperatører fra våre satsningsmarkeder merker en oppgang i salget av vandreferier til Norge, til tross for den økonomisk vanskelige situasjonen i Europa. Kjennskapen til Norge som vandredestinasjon øker.

Fiskeprosjektet

Antall deltakere	15 destinasjoner/landsdelsselskaper, totalt 42 aktører
Markeder	Tyskland, Nederland, Sverige, Danmark, Russland, UK
Generell aktivitet	katalog, visitnorway.com/fishing, Google-annonsering, visningsturer
Markedsspesifikke tiltak	Messedeltakelse, annonsering og E-Mailing med turoperatører, bloggereiser. I Storbritannia ble det kun gjennomført en egen kampanje med en incoming turoperatør (Din Tur).

Kampanjen dekket både sjø- og innlandsfiskeaktører. Fiskekatalogen hadde et opplag på 400.000, og er distribuert i fiskemagasin i markedene, på messer og på fiskerelaterte arrangement. Visitnorway lanserte nye fiskesider i 2012, så dette året blir en nullmåling for framtidige kampanjer. Vinterfiskekampanjen var ny i år, og ble gjennomført i Tyskland, Nederland og Russland. Formål er å øke omsetning i skuldersesong. Kampanjen bestod av et innlegg i fiskemagasin samt en kampanje på Googles innholdsnettverk som genererte 33.000 klikk på visitnorway fiskesider og 1000 klikk til partnere. Partnere melder om økt booking i perioden. En studietur ble arrangert til Russland, deltakere var godt fornøyd, ønsker flere studieturer. Vi arrangerte 12 individuelle presseturer, en gruppetur og sendte to TV-team til våre partnere. Total presseverdi hittil i år: NOK ca. 4,5 mill (!)+ diverse TV-innslag hvor vi ikke kan regne presseverdi. Vi gjennomførte i tillegg en internasjonal pressetur til Trøndelag med god feedback både fra journalistene og partner. Internasjonale presseturer videreføres. Fiskeprosjektet gjennomførte en internasjonal visningstur for turoperatører for første gang. Turen gikk til Helgelandskysten og Lofoten med operatører fra Tyskland og Nederland. Tilbakemeldingene fra både operatører og aktører var gode, og flere jobber med å ta inn produktene i sine porteføljer. Internasjonale visningsturer for turoperatører videreføres i 2013. Vi fikk også laget meget gode fiskefilmer som skal brukes i markedsføringen i 2013-kampanjen.

Tilbakemeldinger fra partnere:

Alle hoveddeltakere(regioner) får et spørreskjema de skal besvare etter prosjektets slutt. Av de som svarte gir over halvparten av de spurte i prosjektet en toer på en skala fra 1-4 der 1 er best. 46% hevder å ha fått en økning i gjester fra satsningsmarkedene og det viser at kampanjen kan anses som vellykket. Aktørene var spesielt godt fornøyd med katalogen og studieturen til Russland. Den gode kontakten mellom deltakere og Innovasjon Norges medarbeidere oppgis som viktig for prosjektets suksess.

Risikofaktorer/utfordringer.

- Lav respons på evalueringsskjemaer sendt til deltakere.
- Det er en utfordring å gjøre programmet og mulighetene innenfor dette kjent hos førstelinjetjenesten og i næringen.
- Mange av aktørene i det grønne reiselivet er små, og har liten mulighet til å stille med de egenandeler som det stilles krav om (dette gjelder ikke bare denne tjenesten).
- Det er behov for å øke kompetansen og profesjonaliteten rundt synliggjøring av egen bedrift, markedsforståelse og produktutvikling relatert til komparative fortrinn.
- EØS-reglementet tolkes slik at de aller fleste bevilgninger over utviklingsprogrammet for Grønt reiseliv må gis etter reglene for bagatellmessig støtte. Mange av potensielle søkere har nådd, eller er i nærheten av, grensen for hvor mye de har lov til å motta i bagatellmessig støtte. Det antas at dette er medvirkende til at sentrale aktører i bygdeturismen, både bedrifter og organisasjoner, har trappet ned sitt arbeid med grønt reiseliv.

7.4.2 Kap 1150 Lokalmatprogrammet

Lokalmatprogrammet ble opprettet 1.1.2011 og retter seg mot primærprodusenter og bedrifter (i samarbeid med primærprodusenter) som ønsker å utvikle en virksomhet på basis av norsk landbruksråvare. Virksomheter som ønsker å tilby markedet unike produkter med lokal forankring, kvalitet og særpreg prioriteres. Programmet tilbyr finansielle tjenester og kompetansetiltak knyttet til følgende 3 områder; bedriftsutvikling, kompetanseutvikling og omdømme. Lokalmatprogrammet tilbyr kurs og kompetansetjenester gjennom Kompetansenettverket bestående av 5 regionale nav som dekker hele landet. Lokalmatprogrammet prioriterer bedrifter med fokus på vekst og forpliktende samarbeid.

Programmet er en videreføring av arbeidet fra den 10 årige satsingen under Verdiskapingsprogrammet for norsk matproduksjon, og bygger på erfaringer og utviklings tanker som er trukket opp i rapporten VSP Mat etter 2010 som ble utarbeidet for jordbruksforhandlingene 2010.

Det er opprettet en styringsgruppe for programmet med representanter fra LMD, Bondelaget, Småbrukerlaget, fylkesmannen og fylkeskommunen. Styringsgruppen vedtar overordnet strategi for programmet og fordeling av midler mellom arbeidsområder.

Programmet skal legge til rette for økt verdiskaping og produksjon av norske matvarer med regional tilhørighet og høy kvalitet. Målet er å oppnå økt lønnsomhet, og derved styrket konkurranseevne for primærprodusentene og resten av verdikjeden.

Målgruppene for Lokalmatprogrammet er:

- Bønder (gardsmatprodusenter og/eller råvareleverandører som samarbeider med foredlingsbedrift der råvarer går til produksjon av matspesialiteter)
- Små og mellomstore næringsmiddelbedrifter og forpliktende produsentsammenslutninger med hovedmål å utvikle lokale matspesialiteter
- Reiselivsbedrifter som har utviklingsprosjekter i samarbeid med lokalmatprodusenter

Satsingen skal komme primærleddet til gode. Det betyr at støtte til næringsmiddelbedrifter skal ha en økonomisk effekt for landbruket, enten i form av økt pris eller økt salgsvolum.

Ressursbruk

Ramme 2012	Omsøkt totalt i 2012	Innvilget tilsagn per 31.12.2012
55,2	109,0	69,7

Med bakgrunn i overføringer fra 2011, har disponibel ramme for 2012 vært på knapt 82 mill. kroner. Det skjer stadig mer i næringen og flere bedrifter har kommet opp på et forretningsnivå som krever både tettere oppfølging og større investeringer. Dette innebærer at målsettingen om "være mer for færre" har slått til. På den andre siden er det innvilget langt flere saker i 2012 (140) mot 123 saker i 2011. Dette skyldes at over 40 saker er under kategorien oppfølgingssaker eller mindre markedsundersøkelser før eventuell satsing (saker på mellom 24 000 og 80 000). Målet for bruk av midler i 2012 er nådd, og overføring av midler blir betraktelig mindre for 2013.

Rapportering for 2012

Lokalmatprogrammet skal møte matprodusentenes behov for å styrke sin virksomhet. Programmet er inndelt i følgende delområder:

Delområder	Forbruk 2012
Bedriftsfinansiering	29,6
Kompetanse	16,0
Omdømme	16,6
Administrasjon og gjennomføring	7,5
SUM	69,7

Bedriftsfinansiering - bestående av 3 satsinger:

- Generell bedriftsutvikling (18 mill. kroner)
- Vekstsatsing (6 mill. kroner)
- Forpliktende produsentsammenslutninger (5 mill. kroner)

Bedriftsfinansiering har alltid vært hovedtiltaket i Lokalmatsatsingen, og utgjort størstedelen i bruk av midlene. De generelle utviklingsprosjektene på bedriftsnivå har vært hovedstammen, mens vekstsatsing startet i 2009 og forpliktende produsentsammenslutninger kom i 2011. Bakgrunnen for å opprette spesielle satsinger under bedriftsfinansieringen har vært målet om å få opp flere solide og konkurransedyktige bedrifter, som satser på høy kvalitet.

Fra 2013 blir lokalmatprogrammet, Utviklingsprogrammet for grønt reiseliv og innlandsfiskeprogrammet slått sammen. Ordinære bedriftsrettete prosjekter overføres til BU-midlene, mens vekstsatsingen, forpliktende produsentsammenslutning og større samarbeids- og nettverksprosjekter vil bli omfattet av programmet. Vekst og forpliktende produsentsammenslutninger har hittil stått for i størrelsesorden 11 mill. kroner årlig.

IN opplever økende interesse for både vekstordningen og forpliktende produsentsammenslutninger, og forbruket forventes å øke.

Kompetanse - Nasjonale og regionale (fylkesovergripende) kompetansetiltak tilbudt gjennom:

- Kompetansenavene (12 mill. kroner)
- Inkubatorprogrammet (SIVA) (2 mill. kroner)
- Markedstjenester (Matmerk) (2 mill. kroner)

Rammen for kompetansenavene for 2012 var 12 mill. kroner. Kompetansenavene ble vært evaluert i 2012, samtidig med at Innovasjon Norge overtok koordineringsansvaret. Nofima Mat på Ås hadde ansvaret for koordineringen fra oppstarten i 2003. Innovasjon Norge overtok koordineringen for å integrere arbeidet bedre med det generelle tilbudet fra det offentlige virkemiddelapparatet. Arbeidet på sentralt nivå har vært konsentrert mot evalueringsarbeidet og tett dialog med navledere og styringsgruppene. I 2013 vil det arbeides videre med systemer og rolle- og ansvarsfordeling for kompetansetilbudet. Inkubatorprogrammet og markedstjenestene fra Matmerk har ett år igjen av prosjektperioden, evt videreføring besluttet i løpet av 2013.

Internasjonale, nasjonale og regionale omdømmetiltak (eksempler på tiltak i 2012):

- Internationale Grüne Woche (6,7 mill)
- Matstreif og regionale (fylkesovergripende) matfestivaler (5,2 mill)
- Norwegian Foodprints (0,7 mill)
- Bondens Marked nasjonalt og regionalt (2 mill)
- Det norske Måltid (2 mill)

I Norge er interessen for norsk mat og matkultur økende, dette viser tall fra MMI Data. Det er viktig nå å fremheve sammenhengen mellom det unike med norske produkter og de regionale/lokale forskjellene både med hensyn til sesong, klima, kultur og tradisjon. De ulike omdømmetiltakene skal være med på å profilere målgruppens produkter, og bygger opp under tilhørighet. Erfaringene med denne måten å jobbe på er gode og bidrar til å heve stoltheten både blant produsenter og forbruker. Omdømme satsingen er nå mer synlig enn noen gang tidligere, og er forankret bedre som et viktig virkemiddel for å nå forbrukerne.

Kvinneprofil

Prosjektene under Lokalmatprogrammet har en kvinneandel på 63%. Dette er en økning fra 56 % i 2011.

Evalueringer og kundeeffektundersøkelser

Kompetansenavene ble evaluert i 2012, og denne evalueringen danner utgangspunkt for videreføringen av kompetansearbeidet gjennom kompetansenavene.

Lokalmatprogrammet har hatt en jevn økning med hensyn til de "harde" indikatorene i kundeeffektundersøkelsen. Med dette menes hvilken betydning midlene har hatt for konkurranseevnen, lønnsomheten, overlevelsen og omsetningen. Programmet har hatt en spesielt stor utvikling mht overlevelse og omsetning. Med disse resultatene er det også naturlig at programmet har høy addisjonalitet, som betyr at satsingen ikke ville blitt noe av uten midler fra programmet. Generelt ligger Lokalmatprogrammet godt over snittet sammenlignet med andre tjenester i kundeeffektundersøkelsen.

Risikofaktorer/utfordringer.

Lokalmatprogrammet representerer midler over Jordbruksavtalen, og midlene forhandles frem fra år til år. Forutsigbarhet i framtidige rammer er viktig i den strategiske planleggingen. På matområdet har vi hatt en 10-års satsing med Verdiskapingsprogrammet for mat, og dette har bidratt til at IN, i samarbeid med FMLA og faglagene, har kunnet igangsette store mobiliseringsprosjekter og et bredt kompetansetilbud. Dette har ført til at bedriftene har vært villig til å ta større risiko og satse.

Etter resultatene å dømme fra 2012 er næringen i en positiv utvikling. I 2013 må vi ha fokus på økt regionalisering og bredere forankring i alle fylker og i det regional partnerskap. Dette skal bidra til større oppmerksomhet og prioritering av oppgaver knyttet til lokalmat og grønt reiseliv i alle fylker.

7.4.3 Kap 1150 Inn på tunet og Inn på tunet løftet

Inn på tunet er tilrettelagte og kvalitetssikrede tjenestetilbud på gårdsbruk. Tjenestene tilbys i hovedsak i nært samarbeid med oppvekst/skole-, helse- og sosialsektor i kommunen.

”Inn på tunet løftet” ble etablert i 2010 som et samarbeid som en 3-årig satsing mellom Landbruks- og matdepartementet og Kommunal- og regionaldepartementet.

I tillegg til Inn på tunet løftet, omfatter ordningen også bedriftsovergripende utviklingstiltak i verdikjeden, bl.a. ble det i 2011 innført et kvalitetssikringssystem for Inn på tunet tjenester og i 2012 en godkjenningsordning. Utvikling av enkeltbedrifter skjer over de bedriftsrettede fylkesvise bygde-utviklingsmidlene.

Formålet med Inn på tunet løfter er å stimulere etterspørselssiden slik at Inn på tunet skal bli en naturlig del av et variert og kvalitetssikret tjenestetilbud i kommunene, og bidra til økt næringsutvikling i landbruket.

Ressursbruk

Ramme 2012	Innvilget tilsagn per 31.12.2012
10 mill	9,6 mill

Det ble i 2012 fra LMD og KRD stilt 10 mill. kroner til disposisjon for programmet over LMD kap 1150, post 50, herav 6 mill. kroner til Inn på tunet løftet.

Statistikk

Av 17 kommuner som enten søkte sammen eller hver for seg om å bli ”Inn på tunet løftet-kommune”, ble til slutt 11 nye prosjekter med 12 kommuner valgt ut. Sett over 3 årsperioden er samtlige fylker representert, og det er god spredning i målgruppene for prosjektene.

Evalueringer og kundeeffektundersøkelser

Programmet er forholdsvis nytt, og derfor ikke omfattet av kundeeffektundersøkelse (KEU) og evalueringer. Siden bare et fåtall av prosjektene er avsluttet, har man foreløpig begrenset dokumentasjon på oppnådde resultater i hvilke grad Inn på tunet er blitt en del av det kommunale tjenestetilbudet.

Risikofaktorer/utfordringer

Kritiske suksessfaktorer for Inn på tunet løftet er at det oppnås forankring i kommunale planer for ulike tjenester, og at stram kommuneøkonomi ikke hindrer dette. Derfor er dokumentasjon av effekter av tjenesten viktig, noe som det bl.a. er gitt betydelige midler til gjennom Norges forskningsråd.

Parallelt med Inn på tunet løftet avsluttet Landbruks- og matdepartementet og Kommunal- og regionaldepartementet et nasjonalt strategiarbeid for Inn på tunet i 2012, der blant annet forankring i

departementer og fagmyndigheter innen helse, omsorg, skole og velferd står sentralt. Det legges nå opp til videreføring av arbeidet gjennom handlingsplaner

Inn på tunet løftet ble fastsatt som en 3-årig satsing i regi Landbruks- og matdepartementet og Kommunal- og regionaldepartementet. 2012 var siste året, og det er ikke avsatt ytterligere midler.

7.4.4 Kap 1150 Sentrale BU-midler

Virkeområdet for de sentrale BU-midlene er bedriftsovergripende utviklingsprosjekter. Midlene var fram til 2012 disponert av LMD i samråd med Norges Bondelag og Norsk Bonde- og Småbrukarlag

Formålet med midlene er å kunne støtte opp om bedriftsovergripende utviklingsprosjekter som har interesse/nytte for større gruppe bedrifter, for eksempel innen en produksjonsgren eller bransje.

Ressursbruk

Ramme 2012	Innvilget tilsagn per 31.12.2012
3 mill. kroner	3,7 mill. kroner

Statistikk

Prosjektene som er støttet er delvis oppfølging av tidligere igangsatte prosjekter. Prosjektene er av både generell karakter og knyttet opp mot bestemte produksjonsgrener. Totalt er det gitt 8 tilsagn.

Evalueringer og kundeeffektundersøkelser

Sentrale bu-midler inngår ikke i kundeeffektundersøkelsen.

Risikofaktorer/utfordringer

Norske primærprodusenter er små, og kan derfor i begrenset omfang selv å forestå FoU. Dette er tradisjonelt ivaretatt av "fellesskapet" i form av f.eks. bransjeorganisasjoner eller produsentsammenlutninger. Det finnes mange eksempler på at sentrale BU-midler har vært svært viktige "fellesskapsmidler" for å fremme utvikling. Dette kan være områder som faller utenfor de prioriterte delene av verdiskapingsprogrammenes verdikjeder, og kan gjelde både "nye" områder og innen tradisjonelle produksjoner uten sterk fellesskapsorganisering og fellesskapsøkonomi, som f.eks. frukt, bær og grønt.

7.4.5 Kap.1150 Bioenergiprogrammet

Programmet er finansiert av Landbruks- og matdepartementet, med formål å stimulere jord- og skogbrukere til å produsere, bruke og levere bioenergi i form av brensel eller ferdig varme.

Det vektlegges lokal bruk av energi og at det skal skapes aktivitet i hele landet.

Programmet skal i tillegg til de økonomiske faktorene også legge stor vekt på at tiltak er et bidrag til reduserte klimautslipp.

Bioenergiprogrammet gir primært investeringsstøtte, men yter også støtte til, og gjennomfører informasjonsaktiviteter som kan generere flere investeringsprosjekter.

Formålet med programmet er å stimulere jord- og skogbrukere til å produsere, bruke og levere bioenergi i form av brensel eller ferdig varme. I tillegg til å gi økt verdiskaping skal det legges vekt på de ringvirkninger og den kompetanseeffekt programmet kan bidra til.

- Bidra til å nå Norges forpliktelser til CO₂-reduksjon i tråd med Kyotoavtalen.
- Bidra til verdiskaping i landbruket basert på lokale bioenergiressurser.

Ressursbruk

Alle beløp i mill. kroner.

Ramme 2012	Innvilget tilsagn per 31.12.2012
56* mill. kroner	58,1 mill. kroner

* Opprinnelig ramme i oppdragsbrevet var 57 mill kr. Det er i løpet av 2012 inndratt 1 mill. kroner for å dekke skader etter stormen på Vestlandet.

I 2012 er det bevilget 58,1 mill. kroner fra Innovasjon Norge til kunder. Fordelt med 50,8 mill. kroner fra jordbruksavtalemidlene og 7,3 mill. kroner på midlene over statsbudsjettet. Ved årets slutt overføres 8,4 mill. kroner i ubrukte og inntrukne midler til 2013.

I den påfølgende rapporteringen rapporteres midlene fra jordbruksavtalen (Kap 1149.71) og midlene over statsbudsjettet (Kap. 1150.50) samlet.

Statistikk

Antall saker, netto tilsagn og planlagt produsert energimengde fordelt på prosjektttype.

Prosjektttype	Antall saker		Netto tilsagn (mill. kroner)		Energimengde GWh	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012
Administrasjon	1	1	5,3	6,1		
Biogass	5	3	1,4	0,7	0,1	0,1
Brenselproduksjon	21	15	6,4	7,1		
Forprosjekt	13	11	1,5	1,2		
Forstudie	9	11	0,4	0,4		
Gårdsvarmeanlegg næring	177	121	40,1	21,9	25,6	17,3
Gårdsvarmeanlegg bolig	33	31	1,2	1,1	1,1	1,0
Kompetanse og utredning	25	6	3,9	1,0		
Varmeanlegg	14	19	18,3	18,4	15,3	11,8
Veksthus	23	1	0,5	0,1	0,4	0,1
Totalt	300	219	79,0	58,1	42,5	30,3

Nedgangen i innvilgede søknader tilskrives i stor del at strømprisen har holdt seg lav i hele 2012. Dette medfører at lønnsomheten i å investere i varmeanlegg har sunket.

35 av 219 prosjekter (16%) er kvinnerettet og alle sakene er miljørettede, igjennom at de tar i bruk fornybare energiressurser.

Aktiviteter

Det er gjennomført studietur til Østerrike med 35 deltakere fra hele Norge for å lære mer om produksjon av biovarme og besøk på World Sustainable Energy Days (Energisparmesse) i Wels i Østerrike. Deltakerne var i hovedsak varme- og brenselsprodusenter. Turen opplevdes som svært nyttig fra deltakerne. Foruten egen læring fikk flere av deltakerbedriftene gode kontakter i Østerrike som kan komme til nytte senere. I tillegg fikk deltakerne anledning til å diskutere bioenergispørsmål med hverandre, og etablerte kontakter som vil være verdifullt i deres eget nettverk.

Det er også etter initiativ fra IN og Nobio besluttet å danne Nærvarmeforum, som skal organisere varme- og brenselsprodusenter. Nærvarmeforum skal gjennom sin virksomhet bidra til informasjonsutveksling mellom medlemmene med den hensikt å bedre næringsgrunnlaget for disse.

Det er videre avholdt regionale kurs i flisproduksjon med Energigården og Skog og landskap som arrangør. Tilbakemeldingen på kursene er god. IN har deltatt med innlegg og med delfinansiering av kursene.

Møteserie med informasjon om bioenergi i landbruket. Norges Bondelag i samarbeid med NOBIO, Skogselskapet i Oslo og Akershus har besøkt Agder-fylkene, Hedmark, Trøndelagsfylkene og Troms. Norsk Landbruksrådgivings energirådgivere har også deltatt presentert på de samme møtene. Energirådgiverne skal bistå eiere av landbrukseiendom med å legge om til mer miljøvennlige energiformer. IN har bidratt med innlegg og delfinansiering av møtene.

Det er gjennomført effektundersøkelse av varmesalgсанlegg som har fått støtte av IN. Resultatene fra undersøkelsen vil foreligge medio februar 2013.

Det er også satt i gang ett prosjekt for å lage en kartdatabase over varmeanlegg og brenselsproduksjon i Norge. Prosjektet er et samarbeid mellom Nobio og IN.

Erfaringene fra studieturer, studiedager og ulike kurs viser at det et stort behov for å bygge kompetanse, arrangere møteplasser og gi informasjon om bioenergi.

Evalueringer og kundeeffektundersøkelser

Addisjonalitet og lønnsomhet er to viktige parametre i kundeeffektundersøkelsene

	2009	2010	2011
Addisjonalitet	82 %	88 %	95 %
Lønnsomhet	59 %	61 %	75 %

Kundeeffektundersøkelsen viser at støtten fra bioenergiprogrammet har utløsende effekt og at prosjektene har økende betydning for bedriftens lønnsomhet.

Risikofaktorer/utfordringer.

Søknadstilgang i 2012 er lavere enn tidligere år. Dette har sin årsak i at strømprisen i Norge har vært svært lav i 2012 og at vi har hatt en mild vinter. Selv med lav strøm-pris er rammen overskredet med 2,1 mill. kroner. Det er tydelig at bedriftene fatter sin beslutning ut fra dagens prisbilde på energi og ikke har et langsiktig perspektiv både historisk og prognosert framover.

For å møte denne utfordringen må informasjonsarbeidet og kompetansebygging om bruk av bioenergi fortsette. Spesielt vil erfaringene fra de som har tatt i bruk biovarme, være verdifulle for de som planlegger å investere. Informasjon overfor kjøpere av varme er også et område som vil være viktig å ta del i.

7.5 Kap 1151 Til gjennomføring av reindriftsavtalen

7.5.1 Kap 1151.51 Verdiskapingsprogrammet for reindrift

Formålet med verdiskapingsprogrammet for reindrift er å øke verdiskapingen i næringen, slik at det kommer reieneierne til gode. Verdiskapingsprogrammet for reindrift ble etablert i 2001, som en del av reindriftsavtalen mellom staten v/Landbruks- og matdepartementet og reindriften v/bransjeorganisasjonen Norske Reindriftssamers Landsforbund. Programmidlene avsettes årlig over reindriftsavtalen. Programmet er bedriftsrettet, med fokus på utviklingsprosjekter i eksisterende bedrifter og nyetableringer.

Ressursbruk

Ramme 2012	Innvilget tilsagn per 31.12.2012
7,7 mill. kroner	4,0 mill. kroner

Ved reindriftsavtaleforhandlingene 2012 ble det bestemt å avvikle Verdiskapingsprogrammet for reindrift og etablere et tilsvarende program for reindriften som Lokalmatprogrammet. Næringen har vært avventende til innholdet i nytt program, noe som forklarer den lave søknadsinngangen i år. Innvilgede tilsagn har i hovedsak vært utviklingsprosjekter i eksisterende bedrifter. Dette er i samsvar med de føringer oppdragsgiver presiserte i 2011, kun unntaksvis å prioritere nyetableringer.

Statistikk

11 av 12 tilsagn var kvinnerettede. Dette indikerer at kvinnene i reindriften i stor grad inngår i bedriftenes styre og ledelse. 4 av 12 tilsagn var rettet mot unge 16-35 år, dette er også akseptabelt.

Evalueringer og kundeeffektundersøkelser

Det har ikke vært gjennomført evalueringer av programmet.

Etterundersøkelsene viser høy addisjonalitet for programmet. Den høge tilskuddsandelen fram til 2010 vurderes å være hovedårsaken til den høge addisjonaliteten. Antallet respondenter er imidlertid for få til at resultatene er sikre.

Risikofaktorer/utfordringer.

Det nye Reinprogrammet, som overtar for Verdiskapingsprogrammet fra 2013, har fått utvidet formål og målgrupper, og vil i stor grad harmonere med innretningen i Lokalmatprogrammet. Avtalepartene ønsker at det nye programmet i større grad enn tidligere skal rettes inn mot de utfordringer reinbedriftene står overfor. Samtidig skal reiselivsbasert næringsutvikling i reindriften, samt

samarbeidstiltak mellom reindriften og foredlingsbedrifter, inngå i det nye programmet. De enkelte distriktskontor får ansvaret for behandling av søknader. Det er grunn til å anta at ny ramme for 2013 sammen med de rammer som overføres fra 2012, vil bli benyttet i sin helhet.

7.5.2 Kap. 1151.51 Konfliktforebyggende tiltak mellom reindrift og jordbruk

Ordningen med konfliktforebyggende tiltak er regulert gjennom Forskrift om tilskudd til konfliktforebyggende tiltak i forholdet mellom reindrift og annen berørt part. Formålet er å bidra til reduksjon av konfliktnivået mellom næringene gjennom å støtte tiltak partene – normalt grunneier(e) og reinbeitedistrikt – er enige om, og som kommune og reindriftskontor samtykker i.

Midlene kan brukes til gjerdebygging, men også til nødløsninger for ekstra gjeting, ekstra fôring og beiteundersøkelser. Midlene kan også benyttes til etablering av møteplasser/samtalefora mellom næringene, for å dempe eller avverge konflikter uten oppsett av fysiske anordninger. Dersom ikke annet blir bestemt i den enkelte sak, bevilges halvparten av tilskuddet fra Reindriftens utviklingsfond (RUF) og halvparten fra Landbrukets utviklingsfond (LUF).

Ressursbruk

Ramme 2012	Innvilget tilsagn per 31.12.2012
1,4 mill. kroner (RUF)	0,6 mill. kroner (RUF)
1,4 mill. kroner (LUF)	0,6 mill. kroner (LUF)

Tabellen som viser disponibel ramme krever en forklaring. LUF-ordningen var ny fra 2011. Tidligere ble andelen fra LUF dekket av sentrale BU-midler. RUF-ordningen har vært forvaltet av Innovasjon Norge/SND fra år 2000 og tidligere fra forgjengeren Statens landbruksbank. Disponibel ramme består av akkumulerte rest-rammer og annullerte midler det enkelte år i perioden 2000-2011. I hvor stor grad disse kan vurderes som disponible, er ikke tatt opp til drøfting med Reindriftsforvaltningen, som har ansvaret for RUF-midlene.

Statistikk

Det er innvilget støtte til sju prosjekter. Seks prosjekter – tre i Troms og tre i Finnmark – gjelder gjerdebygging, ett prosjekt i Finnmark gjelder ekstraordinær gjeting.

Evalueringer og kundeeffektundersøkelser

Det har ikke vært gjennomført evalueringer av ordningen, som er å betrakte som en forvaltningsordning, og inngår heller inngår i etterundersøkelsene.

Risikofaktorer/utfordringer.

De lave tildelingene skyldes at tre prioriteringsaktuelle søknader fra Sør-Trøndelag ikke ble besluttet som forutsatt i 2012. Med bakgrunn i tidligere inngåtte avtaler i meklingsråd, forutsatte søkerne 100 % tilskudd av samlet kostnadsoverslag på 3 mill. kroner samt 100 % tilskudd til dekking av framtidig vedlikehold. Søknadene ble satt på vent inntil avklaring fra Landbruks- og matdepartementet forelå

(29.10.2012). Svaret fra departementet gjør at IN må gå nye runder med søkerne, som trolig vil søke departementet om dispensasjon fra gjeldende forskrift. Dette er årsaken til at 0,8 millioner av rammen for 2012 fra hvert av fondene overføres til 2013.

Ordningen har høy prioritet hos avtalepartene, og har hvert år hatt stor etterspørsel. Det er all grunn til å tro at tilgjengelige rammer vil bli benyttet.

7.5.3 Fylkesvise BU midler

Fylkesvise BU midler rapporteres i et eget separat vedlegg til årsrapporten.

8 Fiskeri- og kystdepartementets budsjettposter

8.1 Overordnet bilde og vurdering

Kap/ Post	Virkemiddel	Bevilget ramme i mill. kroner		Tilsagn i mill. kroner		Innovasjons- høyde på nasjonalt/ internasjonalt nivå i % av tilsagn		Internasjonalt rettet i % av tilsagn		Andel i virkemiddel- sone III og IV i % av tilsagn	
		2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012
2415.75	Marint verdiskapingssprogram	40	40	117,2	64,1	81	86	87	79	20	31

Marint verdiskapingsprogram er øremerket mot å styrke markedsorienteringen i sjømatnæringen. Sektorområdet sjømat omfatter produksjon av alle typer sjømat basert på råstoff fra fiskeri eller havbruk. Utnyttelse av restråstoff og leverandørnæring for produkter og tjenester til sjømatsektoren inngår også i sektoren.

Alle virkemidler i IN står til rådighet for sjømatsektoren som i 2012 mottok tilsagn på ca. 1,8 milliarder kroner. Dette tilsvarer 30 % av INs samlede tilsagn. I 2012 var det fortsatt stor etterspørsel etter lån til fartøyfinansiering som i volum er klart størst. Innovasjon Norge har et godt samarbeid med bankene og de aller fleste prosjekter på fartøysiden er i samarbeid med bankforbindelse.

Generelt har IN fokus på styrking av den enkelte bedrift. I 2012 økte vi ytterligere oppmerksomheten mot forretningsmodellutvikling og markedsdrevne innovasjoner.

Viktige hendelser i 2012 for framtidig utvikling av sjømatnæringen

Finanskrisen rammer Europa hardt. Det er stagnasjon og tilbakegang i viktige markeder og en betydelig usikkerhet framover. Nye markeder som Amerika og Asia forventes å ville spille en større rolle i fremtiden for sjømat og leveranser av teknologi og tjenester. Norge er faktisk det største markedet for norsk sjømat med omsatt verdi i 2012 på 8 mrd. kr. Nest største marked er Russland med 6 mrd. kr. Norden som marked står for hele 14,5 mrd. kr mot EU 29,5 mrd. kr. Gjennomsnittsforbruket pr person i Norge har en synkende tendens fra 2003 og ligger på vel 20 kg sjømat. Det er langt under forbruket av kjøtt som ligger på ca. 50 kg pr person. Eksporten av norsk sjømat øker imidlertid i verdi fra 2011 til 2012 i Russland, Polen, Sverige, Ukraina, Hviterussland og Latvia.

Arbeidet med Sjømatmeldingen skjedde i 2012 (lagt fram i mars 2013). Meldinga støtter opp under Regjeringens visjon om Norge: "Verdens fremste sjømatnasjon" ved å fokusere på å styrke rammebetingelsene for næringsens konkurranseutsatte verdikjeder sett i forhold til målsetninga om økt bearbeiding av råstoff og restråstoff i Norge. Kunnskap og kompetanse er et gjennomgående

tema. Andre rapporter og dokumenter som styrker det samme er et kunnskapsbasert Norge (EKN) og HAV21.

Lønnsomheten innenfor produksjon av sjømat er marginal. Særlig er situasjonen kritisk for filetindustrien basert på torsk og hvitfisk. Bedriftenes evne og kapasitet til styrket markedsorientering og merkevarebygging er en utfordring som Innovasjon Norge setter fokus på. Men lønnsomheten i denne næringen forutsetter i tillegg en jevnere og mer forutsigbar tilførsel av råstoff over året. Dette er nødvendig for å oppnå en akseptabel kapasitetsutnyttelse og for å kunne tilby markedet det de trenger gjennom året. Da vil det være mulig å hente ut en høyere og mer stabil pris.

Marint verdiskapingsprogram (MVP) svarer på sjømatnæringens utfordringer og har god effekt på markedsorientering

MVP ble etter 7 års drift evaluert i 2012 av Pöyry. Evaluator bekrefter at markedssvikten i sjømatnæringa knyttet til markedsinformasjon og kompetanse, er reell. Men at næringen er sammensatt slik at de ulike delene av næringen kan ha ulike utfordringer sett i forhold til den overordnede markedssvikten. Styrking av markedsorientering på generelt grunnlag er relevant for alle bedrifter. Kompetansetilbudene i MVP får særlig godt skussmål. Og, over halvparten av nettverkene oppnår nye salg og økte inntekter. Deltakende bedrifter i MVP peker på verdien av samarbeid og innovasjon gjennom hele verdikjeden. Konklusjonen er at programmet bidrar til endring som kan underbygge økt markedsorientering, MVP har potensial til å utløse betydelig verdiskaping.

Gjennomgang av satsing på torskeoppdrett viser betydelig tap

Innovasjon Norge må slå fast at investeringene i torskeoppdrett fra 2009 gjennomgående ikke ble noen suksess. Dette har påført Innovasjon Norge betydelige tap. Viktige årsaker til dette er både at kostnadene ved produksjon av torsk i oppdrett ble høyere enn forventet, og samtidig opplevde vi et ganske sterkt prisfall i markedene for torsk.

Vi prioriterer markedsorienterte endringsprosesser i sjømatbedriftene

Bedriftsrettet arbeid med sjømatproduserende bedrifter er prioritert. I samarbeid med INS utekontor gjør vi analyser av kundene i utvalgte markeder, hvordan er deres situasjon og hva ønsker de av norske sjømatbedrifter. Dette arbeidet omfatter derfor flere faser fra kunnskapsinnhenting, til formidling til norske bedrifter og utvikling av forretningsmodeller i bedriftene.

I tillegg organiserer vi felles messestand på internasjonale messer der hvor sjømatbedriftene ønsker det. De viktigste i 2012 var European Seafood Exposition, Seoul Hotel & Seafood og Moscow World Food.

Restråstoff er en unik ressurs som må utnyttes bedre

Bærekraft er retningsgivende for all virksomhet innen sjømatnæringen og er et tema som blir mer og mer aktuelt i alle sammenhenger. God ivaretagelse av råstoffet som tas ut av havet er viktig for næringens omdømme og for lønnsomheten. Ikke minst er svinneproblematikk og 100 % utnyttelse av råstoffet viktig. Innovasjon Norge har økt innsatsen på utnyttelse av restråstoff i sektoren i 2012. Den økte satsingen på restråstoff inkluderer økt innsats gjennom andre tjenester som Miljøteknologiprogrammet, programmet Norsk næringsliv i bioøkonomien og prioritert samarbeid med FHF's faggruppe Restråstoff. Sjømatnæringen har generelt god utnyttelse og flere bedrifter er

på et meget høyt nivå. Samtidig er det utfordringer, for mye tas ikke vare på fra fiskeriene og verdiskapingen kan løftes.

Leverandørnæringen satser på Asia

Flere prosjekter/nettverk for leverandørnæringen er gjennomført av IN mot Asia i 2012. Det er gjort analyser i 10 land med tanke på oppbygging av næringer innenfor oppdrett eller fiskeri. Målet er å bygge brohoder for norske leverandører. Behovene i landene er svært forskjellig og et hovedpoeng blir å tilpasse seg det enkelte lands behov. Framvekst av nye internasjonale markeder for utstyr og tjenester gir muligheter for norsk leverandørnæring og for konkurrenter fra andre land.

8.2 Kap. 2415.75 Marint verdiskapingsprogram

- svarer sjømatnæringens utfordringer

Innovasjon Norge utarbeidet i 2005 et markedsorienteringsprogram for norsk sjømatnæring med midler fra Fiskeri- og kystdepartementet. Programmet har pågått med marginale endringer til 2012. Programmet hadde som sitt utgangspunkt tre grunnleggende faktorer:

- Næringens behov for markedstilpasning og økt lønnsomhet
- Politisk målsetting om økt verdiskaping i næringen
- Faglig begrunnelse for et offentlig inngrep for å korrigere markedssvikt mht. markedsinformasjon og kompetanse som gjør at næringen ikke evner å ta ut potensialet for verdiskaping

Gode skussmål i 2012

Marint verdiskapingsprogram ble evaluert av eksterne første halvår 2012. Evalueringen bekrefter at de grunnleggende faktorene for programmet fortsatt er gyldige. Langsiktige markedsrettede strategier styrker næringens konkurransekraft og bidrar til mer stabil lønnsomhet. Evalueringen viser at "Flere prosjekter har utløst viktige endringer i deltakende bedrifter, i form av justert adferd eller økte inntekter". Sjømatbedrifter som har deltatt i Marint verdiskapingsprogram og styrket markedsorientering, har lyktes og utløst økt verdiskaping og lønnsomhet.

Kompetanseheving i sjømatnæringen er viktig for næringens fremtid. Økt kompetanse om markeder og forretningsutvikling vil øke konkurranseevnen til sjømatnæringen og gjøre den mer attraktiv for nyutdannede mennesker, med en antatt høyere andel kvinner. I evalueringen fikk delprogrammer knyttet til kompetanseheving gode skussmål. "Kompetanseprogrammet scorer høyt på relevans og addisjonalitet og har sannsynlig effekt på markedsorientering i sjømatnæringen på sikt".

Marint verdiskapingsprogram videreføres

I tråd med evalueringens resultater og 7 års erfaring ble programmet revidert og en ny programbeskrivelse ble laget i annet halvår 2012. Som før er programmets viktigste målgruppe sjømatprodusenter som er villige til å ta langsiktige investeringer for å utvikle og implementere en robust, markedsrettet strategi. Det nye programmet spisses mot bedre definerte målgrupper som muliggjør en forenkling av tjenesten.

Helhetlige verdikjeder er en nøkkelfaktor og full utnyttelse av råvaren vil kunne bidra til økt lønnsomhet i sjømatnæringen. I programmet er lagt inn muligheter for tiltak rettet mot markedsrettet utvikling av produkter fra restråvare. Leverandørnæringen, som viktig driver for innovasjon i sjømatnæringen vil også få større oppmerksomhet i programmets videreføring.

Marint verdiskapingsprograms hovedmål er delt opp i 3 delmål:

- Flere markedsorienterte sjømatbedrifter
- Økt kompetanse i markedsrettet forretningsutvikling
- Flere integrerte verdikjeder

Hoved mål:
Marint verdiskapingsprogram
hjelper bedrifter å omsette
markedskunnskap til økt
lønnsomhet

Programmet har to hoved innsatsområder: Markedsrettet endringsprosess i bedrift og Kompetanseheving, som igjen er oppdelt i delprogrammer. I markedsrettet endringsprosess i bedrift eller bedriftsnettverk er fokus på vekst gjennom strategiutvikling og internasjonalisering. Her er samarbeid mellom Innovasjon Norges distrikts-, og utekontorer et viktig element.

Kompetanse er et nøkkelord for strategi og forretningsutvikling. Delprogrammene tilbyr kompetanseheving i form av faglig påfyll og mer praktisk kunnskap om marked gjennom trainee-ordningen.

Kommunikasjonsplan for programmet vil bidra til å synliggjøre programmet og dets tilbud ovenfor sjømatnæringen. Det nye programmet lanseres i første kvartal 2013.

8.2.1 Rapportering for 2012

Største andelen av tilsagn i 2012 gikk til markedsrettede endringsprosesser i enkeltbedrifter eller bedriftsnettverk. Prosjektforløpet er delt opp i to deler: Forprosjekt og hovedprosjekt. I forprosjektet gjennomføres bedriftsanalyse og kartlegging av mulighetsområder inkludert markeder. Bedriften(e) tester ut sine hypoteser og for bedriftsnettverk er forprosjektet en viktig del i etablering av strategisk samarbeid. Forprosjekt er forutsetning for hovedprosjekt hvor bedriften(e) har en mer målrettet strategi hvor det identifiseres nødvendige tiltak for å nå bedriftens(es) mål.

I 2012 ble det gitt tilsagn til 30 nye forprosjekt på rundt 10 mill. kroner som er i samsvar med årets målsetning. Største delen av forprosjektene dreier seg om etablering i nye markeder og/eller mot nye segment. Fire forprosjekter retter seg mot utvikling av ny teknologi hvor leverandørene er sterkt involvert. Tre av forprosjektene går på utnyttelse av restråvarer. Forprosjektene deles forholdsvis jevnt mellom laks og hvitfisk inkludert konvensjonell.



Foto: Tom Haga, Norges Sjømatråd

I samsvar med målsetning i 2012 ble 10 hovedprosjekt rettet mot merkevarebygging og nettverkssamarbeid bevilget. Generelt forventes at 1/3 del av forprosjektene søker seg videre til hovedprosjekt. Hovedprosjektene har en tilfredsstillende fordeling mellom laks og hvitfisk. Flest prosjekter retter seg mot det internasjonale marked, tre prosjekter går mot styrking av hjemmemarked. Det er et

hovedprosjekt innen utnyttelse av restråstoff der også flåteleddet er involvert.

Samarbeid og allianser skaper fortrinn og styrker konkurranseevnen for sjømatbedrifter. Marint verdiskapingsprogram legger til rette for strategisk bedriftssamarbeid som styrker sjømatnæringens verdikjeder mot marked.

Kystnæring mot marked

Kystnæring mot marked er et kompetanse- og rådgivningstilbud til sjømatbedrifter i kystkommuner i Finnmark, Troms og Nordland. Målet er å skape varig, lønnsom aktivitet i kystområdene i disse tre nordligste fylkene. Kystnæring mot marked ga gode resultater fra 2008 til 2010 og ble derfor videreført fram til 2014. Programmet gjennomføres i tett samarbeid mellom Innovasjon Norges distriktskontorer og eksterne operatører som bidrar med ekspertise i bedriftsanalyser. Bedriftene får prosessstøtte og bistand til å gjennomføre strategiske analyser som bakgrunn for veivalg med sikte på å utvikle lokale produktfortrinn og en mer langsiktig markedsstrategi. Årlig ramme for tilbudet er på 15 mill. kroner som inkluderer prosjekter innen markedsrettet endringsprosess i bedrift. I 2012 ble det gjennomført 17 bedriftsanalyser som resulterte i 9 forprosjekt og 5 hovedprosjekt.

Kompetanseheving

De viktigste elementene for markedsorientering er kompetanse og kunnskap om markeder og strategiutvikling. Marint verdiskapingsprogram har to tilbud rettet mot kompetanseheving i sjømatnæring. Det ene er "Markedskompetanse for norsk sjømatnæring" som blir levert av NHH med 5 intensive samlinger over et år, deriblant en utenlandssamling som er arrangert i samarbeid med Innovasjon Norges utekontor. I 2012 gikk turen til Spania og Portugal.

Programmet som gir faglig påfyll for ledere i sjømatbedrifter er lagt på bachelornivå, gir 30 studiepoeng. Hovedfokus er markedsorientering, inkludert strategiutvikling, organisering, merkevarebygging, markedsføring, kommunikasjon og alliansebygging. Siden 2007 har seks kull med til sammen 172 personer gjennomført programmet. I 2012 fullførte 28 personer programmet, derav 14 (50%) kvinner. Deltakerne representerer alle typer sjømatindustri og regioner i Norge. Programmet får meget gode tilbakemeldinger fra deltakere som mener at kompetansen de pådrar seg kan utnyttes og gir forventet utbytte ved økt lønnsomhet og konkurransekraft. I tillegg har deltakelsen gitt utbytte i form av nettverk og samarbeid i næringen.

Det andre tilbudet er "Sjømat Trainee" som er et tilbud til de unge i sjømatbedriftene. Tilbudet innebærer et opphold på 4-12 måneder i et internasjonalt marked som bedriften har definert. Traineeene er normalt i alder 23-30 år, og erfaring fra tidligere ordning viser at 2/3 er kvinner. I 2012 var det utplassert til sammen 4 traineer, 3 fra Nordland og 1 fra Troms. 2 var utplassert ved Innovasjon Norges kontor i Madrid og 2 i Milano. Dette er i samsvar med målsetting for 2012 og er en økning fra 2011 hvor det var 1 trainee utplassert i Rio. For å lykkes er det viktig med god forankring i bedrift og tett oppfølging. Tilbakemelding fra bedrifter og traineer er at ordningen gir viktig kunnskap om markedsforhold og hvordan bedriftene kan bedre sin kundetilpasning.

Markedstiltak

Målet med markedstiltak på internasjonale arenaer er å fremme norske sjømatbedrifter som foretrukne partnere for internasjonale markedsaktører. Stikkord for arbeidet er økt markedskompetanse, profilering og omdømmebygging. I 2012 organiserte Innovasjon Norge felles norsk stand på følgende internasjonale sjømatmesser: European Seafood Exposition i Brussel, Seoul Food and Hotel Exhibition, World Food Moscow, Seafood Barcelona og China Fisheries. Marint verdiskapingsprogram tilrettelegger aktiviteter for norske sjømatbedrifter på disse arenaene. Deriblant kan nevnes match making events og seminarer. De norske sjømatbedriftene har i tillegg hatt tilgang til Innovasjon Norges nasjonale og internasjonale nettverk og kompetanse. Det er årlig satt av 1 mill. kroner til Markedstiltak internasjonale områder.

På nasjonale arenaer var Matstreif, Det norske måltid og NorFishing hoved aktivitetene i 2012. Målet med de to første var å styrke omdømme til norsk sjømat som leverandør av høy kvalitetsprodukter. Dette er viktige tiltak for å øke konsum av sjømat og utvikle hjemmemarkedet.

Utviklingstiltak

Utviklingstiltak innebærer satsninger rettet mot definerte utfordringer i sjømatnæringen. I 2012 var det bl.a. aktiviteter knyttet til sporing og merking av fiskekasser, utvikling av produkter basert på restråvarer og automatisering innenfor hvitfiskforedling. I 2011 var det øremerket rundt 40 mill. kroner til brukerstyrte innovasjonsprosjekter, en felles utlysning med Forskningsrådet. Dette forklarer den økningen av tilsagn til dette området i 2012.

Marint verdiskapingsprogram har også bidratt til finansiering innenfor Nordisk marint innovasjonsprogram. I 5 av totalt 15 nordiske prosjekter som ble lansert i 2012, er Marint verdiskapingsprogram medfinansierer. 2 av disse prosjektene dreier seg om utdanning og rekruttering

av unge mennesker til sjømatnæringen, 2 om effektivisering i verdikjeden og et av prosjektene var Nordisk nettverk innenfor dyrking og utnyttelse av alger.

Evalueringer og kundeeffektundersøkelser

Spørsmål	Tjeneste	2006	2007	2008
Andel høy og middels addisjonalitet	Marint verdiskapningsprogram	80	89	100
	Gjennomsnitt alle tjenester	87	87	85
Betydning for lønnsomhetsutvikling	Marint verdiskapningsprogram		43	67
	Gjennomsnitt alle tjenester	51	70	73
Betydning for overlevelse	Marint verdiskapningsprogram	25	43	60
	Gjennomsnitt alle tjenester	50	64	68
Betydning for økt eksport	Marint verdiskapningsprogram	20	33	50
	Gjennomsnitt alle tjenester	19	42	43
Betydning for økt omsetning	Marint verdiskapningsprogram	40	50	67
	Gjennomsnitt alle tjenester	72	77	79
IN har i stor grad bidratt til økt innovasjon	Marint verdiskapningsprogram		46	75
	Gjennomsnitt alle tjenester	67	62	63
IN har i stor grad bidratt til økt kompetanse	Marint verdiskapningsprogram	60	70	77
	Gjennomsnitt alle tjenester	71	66	68

I kundeeffektundersøkelsene siste tre år scorer Marint verdiskapningsprogram over gjennomsnittet på addisjonalitet dvs. at programmet i stor grad er utløsende og bidrar til å realisere prosjekter som ellers ikke ville blitt realisert. Det bidrar også bedre enn gjennomsnittet av Innovasjon Norges øvrige tjenester til innovasjon og økt kompetanse. Programmet med sin nåværende innretting startet etter første halvår 2006. Derimot er det en lavere andel av prosjektene som har betydning for lønnsomhetsutvikling og som har gitt økt omsetning enn det som er gjennomsnitt for Innovasjon Norges tjenester. Dette er overraskende fordi tjenesten er spesifikt innrettet mot å bidra til økt stabil lønnsomhet i næringen. Det er likevel positivt at bidraget til lønnsomhet og omsetning viser en oppadgående trend. Programmet ble lagt om i 2006, dvs. at de etterundersøkelsene vi nå har tall for er fra bedrifter som fikk finansiering tidlig i programmets levetid, dette kan være en årsak til at betydning for omsetning har vært lav. Innovasjon Norge vil følge utviklingen tett framover.

Risikofaktorer/utfordringer

Det er definert 8 viktige suksessfaktorer for Marint verdiskapningsprogram. Disse faktorene representerer både eksterne og interne forhold. Overordnet risiko er: programmets relevans for sjømatnæringen, næringens kjennskap til programmets tilbud og bedriftenes muligheter for markedsorientering. I programmets beskrivelse fins det flere elementer som vil minske risikoen. Når det gjelder eksterne forhold som forretningsmiljø, markedsituasjon, råvaretilgang og rammevilkår er det vanskelig å redusere risiko. Disse faktorene er det i alle fall viktig å være bevisst.

9 Utenriksdepartementets budsjettposter

9.1 Kap. 117.74 EØS-finansieringsordningene

Program for Anstendig arbeid og trepartssamarbeid

Innovasjon Norge er ansvarlig for gjennomføring programmet "Anstendig arbeid og trepartssamarbeid". Samlet disponerer programmet ca. 60 mill. kroner, hvorav vel 50 mill. kroner er disponert i 2012. Programmet er en del av EØS-midlene som er Norges bidrag til å redusere sosiale og økonomiske forskjeller i Europa. Programmet gjennomføres i EUs 12 nyeste medlemsland, fra Estland i nord til Malta og Kypros i sør. Til sammen er det i 2012 godkjent 49 prosjekter i mottakerlandene. Prosjektene skal fremme nasjonale initiativ mellom arbeidslivets organisasjoner og myndigheter. Tilskudd blir gitt for å øke samarbeidet mellom de nevnte parter og fremme samarbeidet med arbeidstaker- og arbeidsgiverorganisasjoner i Norge. Den nordiske modell blir av mange sett på som et forbilde. Hele 30 av de godkjente prosjektene har samarbeidsavtale med norske organisasjoner. Alle søkere er fra mottakerlandene. På norsk side er LO, KS, NHO UNIO og Fagforbundet involvert som prosjektpartnere.

Ved utløp av søknadsfristen var det mottatt 119 søknader fra 11 av de 12 landene som inngår i ordningen, og ny utlysning i 3 land på slutten av 2012 resulterte i 4 nye søknader, som behandles i 2013. Tilsagnsbeløpene varierer i den enkelte sak mellom ca. 750 000 og 3 000 000 kroner i tilskudd. Egenfinansieringen er i hovedsak 10 % av godkjent budsjett. Alle prosjekter må være gjennomført innen utløpet av 2014.

9.2 Næringsutvikling og bistand

Innovasjon Norge tilbyr markedskompetanse og representerer en viktig møteplass for næringsliv og myndigheter i utviklings- og vekstmarkeder. Hovedoppgaven er å identifisere og følge opp prosjektmuligheter for norske bedrifter, både for leveranser av varer og tjenester, prosjektsamarbeid, handel og investeringer.

Fra og med 15. september 2012 ble Innovasjon Norges arbeid innen dette området organisert i en egen avdeling under Utviklingsdivisjonen TP (Tjenester og Programmer).

9.2.1 Partnersøksprogrammet – Business MatchMaking Program (BMMP)

Innovasjon Norge administrerer og leder Norads Business MatchMaking Program som bidrar til å skape lønnsomt samarbeid mellom norske bedrifter og bedrifter i partnerlandene India, Sør-Afrika, Vietnam og Bangladesh.

- Målgruppen er små- og mellomstore bedrifter med nødvendige forutsetninger for å operere i nye vekstmarkeder. Gjennom BMMP tilbyr Innovasjon Norge bedriftene et effektivt og rimelig partnersøk og markedsbesøk som kan etterfølges av bl.a. Norads søknadsbaserte næringslivsordninger.
- For hvert av programmene er det satt mål for antall norske bedrifter som skal kvalifiseres inn i programmet og avtaler som skal inngås.

2012 var avsluttende år for denne prosjektperioden som har omfattet årene 2010 – 2012.

Kort rapport om BMMP i 2012

BMMP India rekrutterte 16 nye bedrifter inn i programmet, mot 15 som var målet. 8 samarbeidsavtaler ble inngått. Hele 10 bedrifter etablerte forretninger med India i 2012.

16 nye norske bedrifter gikk inn i BMMP Sør-Afrika i 2012, mot 18 i 2011. Det ble inngått 11 samarbeidsavtaler.

Vietnam programmet rekrutterte 12 nye bedrifter i 2012, mens til sammen 14 gjennomførte besøk. Av disse har 14 inngått samarbeidsavtale og 8 igangsatt teknisk/økonomisk samarbeid.

BMMP Bangladesh har i løpet av 2012 rekruttert 6 nye bedrifter og gjennomført to reiser. Foreløpig er det signert 4 intensjonsavtaler mellom norske og bangladeshisk bedrift. Interessen for programmet er god.

Samarbeidet med Norad om BMMP har vært godt.

9.2.2 Eksportbistand til nødhjelpsmarkedet

Gjennom tjenesten eksportbistand til nødhjelpsmarkedet veileder Innovasjon Norge små og mellomstore bedrifter og fremmer norske leveranser til det internasjonale FN- og nødhjelpsmarkedet. En sentral del av arbeidet består i å markedsføre og videreutvikle NOREPS - det norske beredskapssystemet for nødhjelp og katastrofer. En viktig oppgave er å lede NOREPS-nettverket som består av bedrifter, myndigheter og frivillige organisasjoner.

Innovasjon Norge mottar årlig oppdragsbrev fra Utenriksdepartementet for drift av NOREPS og de tilhørende lageravtaler.

Kort rapport om NOREPS i 2012

I 2012 besto NOREPS nettverket av 22 bedrifter, seks frivillige organisasjoner, Direktoratet for samfunnssikkerhet og beredskap, Utenriksdepartementet som eier og Innovasjon Norge som administrator og leder av nettverket. Foruten bindeledd for NOREPS, som innebærer gjennomføring av en rekke nettverksaktiviteter og markedsføring overfor de internasjonale kundegruppene, ble følgende to områder prioritert:

- Styrke beredskap og responsevnen til NOREPS og de humanitære aktørene. Det ble i 2012 formidlet 25 mill.kroner til to FN organisasjoner, Kirkens Nødhjelp, Redd Barna og Care Norge for anskaffelse av nødhjelpsprodukter til forhåndslagring
- Utvikling og lansering av en vann- og sanitærpakke (WASH pakker) bestående av utstyr til 5.000 mennesker i ca. 3 måneder i samarbeid med Kirkens Nødhjelp og to norske bedrifter. Med finansiering fra Utenriksdepartementet har Innovasjon Norge bidratt til at Kirkens Nødhjelp anskaffet og lagret 10 WASH pakker i Norge, Dubai og Subang/malaysia.

9.2.3 Næringslivets Bistandskonferanse

I samarbeid med NHO arrangerer Innovasjon Norge hvert år Næringslivets Bistandskonferanse. I 2012 ble konferansen gjennomført for 20. gang og markerte overgangen fra bistand til business. Med deltagelse av både utviklings- og næringsministeren samlet konferansen også denne gangen nærmere 300 deltagere. Konferansen regnes som den viktigste årlige nasjonale arena for næringsliv og utviklingssamarbeid.

9.2.4 Ressursbruk

Arbeidet med BMMP og NOREPS er i hovedsak finansiert med midler fra Norad, Utenriksdepartementet og deltagende bedrifter. Ordningene administreres ved INs hovedkontor med ca. 6 årsverk. BMMP er dessuten et vesentlig innsatsområde for Innovasjon Norges virksomhet i Sør-Afrika, India og Vietnam.

9.2.5 Risikofaktorer/utfordringer

Både BMMP og Eksportbistand til nødhjelpsmarkedet åpner nye markedsmuligheter og legger forholdene til rette for langsiktige lønnsomme partnerskap i fremvoksende markeder for norske bedrifter. Rekruttering av kvalifiserte bedrifter med nødvendige ressurser er hovedutfordringen for suksess.

Utviklingsaktiviteter

BMMP ble lansert som et helhetlig og harmonisert program med felles retningslinjer og verktøy for alle de fire landene som programmet omfatter. I prosjektperioden 2010-2012 har det nyutviklede programmet blitt operasjonalisert og kun vært gjenstand for justeringer og tilpasninger i forhold til markedsbetrev.

Norad vurderer å etablere nye BMMP program i både det sørlige – og østlige Afrika. Innovasjon Norge har fulgt med i denne prosessen og ser muligheter for synergier med en eventuell etablering av Innovasjon Norge i Øst-Afrika. Videre har vi bidratt til at det er inngått nye avtaler for BMMP for perioden 2012-2014 for de eksisterende landene.

NOREPS

I 2012 har innsatsen for å øke antall bedrifter i NOREPS nettverket vært prioritert, samt å gi hver enkelt bedrift et helhetlig tilbud som kombinerer rådgivning om det humanitære markedet med Innovasjon Norges totale tjenestetilbud.

I 2013 vil dette arbeidet fortsette samt at vi vil videreutvikle samarbeidet med FN og andre humanitære organisasjoner innen beredskap og forhåndslagring. Et annet viktig område er å øke innovasjonsgraden hos NOREPS bedriftene for å styrke deres posisjon i markedet og imøtekomme markedets behov.

10 Administrasjons- og gjennomføringskostnader

Sortert etter virkemiddel						Finansiert av:									
Program/aktivitet/prosjekt	Bidrag til overhead	DPK	Gjennomføring	Lvert kunde	Sum	NHD 70	NHD 71	NHD50	NHD øvrig	Renteinnt	KRD	LMD	FKD	UD	Øvrig
Sum basiskostnader	71	27	162	118	189										
CIP	0	0	2	2	2										
Enterprise Europe Network	1	1	9	9	10				924-70						
Samarbeidsprosjekter med utenriktjenesten	0	3	4	7	7										
Næringslivsdelegasjoner	0	8	4	11	11										
Forsvarsanskaffelser	0	1	3	3	3										
Rådgivningstjenester om immaterielle rettigheter	0	0	4	4	5										
Handelsteknisk rådgivning og kursvirksomhet	0	1	2	2	2										
Hjemhenting av kunnskap	0	1	4	4	5										
Nettverksbygging	1	6	25	29	31										
Rådgivning og formidling ved utekontorene	3	4	49	50	53										
Administrasjon av såkornfondordningen	0	1	2	6	3				78						
Administrasjon Skattefunnordningen	0	0	4	4	4										
Reiseliv:	0														
- Norgeskampanjen	1	119	18	136	137										
- Vinterkampanjer	0	42	5	46	47										
- Norgeskatalog	0	4	1	5	5										
- Presse	1	8	11	18	19										
- Brosjyredistribusjon	0	2	2	4	4										
- Workshops og NTW	0	7	5	12	12										
- Bransjebearbeidelse	0	4	7	11	11										
- Visit.Norway.com	0	26	3	29	29										
- Sosiale media	0	0	0	0	0										
- Temaprojekter	0	13	6	19	19										
- Meetings (MICEE)	0	8	2	11	11										
- Reiselivsmesser	0	3	2	4	5										
- Nord-Norge	0	3	0	3	3										
- Reiseliv Norge	1	52	10	62	63										
- Reiseliv Utland	0	13	3	16	16										
- Reiseliv utvikling	0	5	6	11	11										
- Øvrig	0	1	4	5	5										
Messer, fellesstands i utlandet	0	28	5	33	33										
Internasjonal vekst	1	7	21	27	28										
Invest in Norway	0	0	0	0	0										
Omdømmeprogrammet	0	1	1	2	2										
Kompetanseprogrammet	0	26	4	30	30										
Kvinner og unge	0	7	4	11	11										
Designprogrammet	1	1	11	11	12										
NCE - Norwegian centres of expertise	0	4	5	9	9										
Arena	0	3	7	10	10										

Sortert etter virkemiddel						Finansiert av:										
Innovasjonslån mv	12	3	37	532	40											
Laviskolåne	56	7	91	2532	98											
Risikolån distriktstrettede	7	2	27	303	30											
Nordvest-Russland/Øst-Europa, investeringsfond	0	1	5	6	6											
Sektorprogrammer	0	3	7	10	11											
Evaluerende og analyser	0	3	0	3	3											
Nettverk, profilering og reiseliv, tilskudd	2	0	4	101	4											
Nasjonale tiltak for regional utvikling	2	0	2	118	2											
Bedriftsnettverk	0	0	1	1	1											
Landsdekkende etablerertilskudd	2	0	5	75	5											
Forvaltning av tilskudd NHD post 50	2	1	9	79	10											
Maritim Utvikling	0	1	1	2	1											
Etablererveiledning i Akershus	0	4	0	4	4											
Miljøteknologiprogrammet	6	5	17	260	22			76								
OFU/IFU	7	2	18	309	20			72								
Tilskudd til kraftintensiv industri	0	0	0	2	0			73								
Expo 2010, 2012 og 2015	0	16	3	18	18											
Forvaltning av tilskudd KRD post 60	15	11	56	622	67											
Regional omstilling	0	2	6	8	9											
Mentortjenesten til gründere	0	5	2	6	6											
Ledermentor	0	1	0	1	1											
1. linjetilbud til næringslivet	0	1	3	4	4											
Innvandrere i næringslivet	0	0	1	1	1											
FUNK	0	1	1	1	1											
Prosjekter/oppgaver fylkeskommunale midler	2	2	7	86	9											
Forvaltning av tilskudd LMD post 50	14	1	35	592	36											
BU-ordningen	0	1	0	1	1											
Verdiskapingsprogram for reindrift	0	0	1	5	1											
Lokalmatprogrammet og utviklingsprogram for grønt	0	7	7	13	14											
Trebasert innovasjonsprogram	1	4	4	36	7											
Bioenergiprogrammet	0	1	4	5	5											
IGW	0	6	1	6	6											
Marint verdiskapningsprogram	1	8	6	59	14											
Romania/Bulgaria fond	0	0	1	1	1											
EØS-programmene	1	3	10	12	13											
Reiseliv i Nord	0	0	1	1	1											
Norad	1	7	10	16	16											
Intsok	0	1	2	3	3											
Brukerbetalte oppdrag	1	14	20	33	34											
NOREPS	0	0	2	2	2											
Diverse	0	0	2	1	2											
Sum	221	567	834	6 660	1 401											

11 Utvikling av tjenesteporteføljen

Innovasjon Norge har satt seg som mål at vi til enhver tid skal ha tjenester som er nødvendig for å utløse bærekraftig innovasjon i norsk næringsliv. Tjenesteporteføljen skal oppleves av våre kunder, oppdragsgivere og ansatte som velbegrunnet, tydelig og brukervennlig.

De overordnede strategier og planer vil hvert år være med å legge rammene for å vurdere endringer og prioriteringer i oppgaver og tjenesteporteføljen.

11.1 Utvikling og styring av tjenesteporteføljen

I 2012 arbeidet vi videre med våre systemer og arbeidsprosesser knyttet til utvikling og forvaltning av Innovasjon Norges tjenesteportefølje, med et mål om å forenkle kundenes tilgang til vår tjenesteportefølje.

Innovasjon Norge har en systematisk og løpende vurdering av tjenesteporteføljen. Til grunn for dette arbeidet ligger følgende "10 grunnsteiner":

11.1.1 Én tjenesteportefølje – én felles struktur

Tjenesteporteføljen består av en "basis tjenesteportefølje" med inntil 25 *tjenester* som dekker de viktigste behov hos målgruppene norske gründere, vekstbedrifter og næringsmiljøer.

Tjenesteporteføljen er fordelt på fem tjenestetypene; rådgivingstjenester, kompetansetjenester, profileringstjenester, finansieringstjenester og nettverkstjenester. Tjenestetypene representerer fem ulike begrunnelser for hvorfor IN skal gripe inn i markedene og bistå norsk næringsliv. Tjenestetypene representerer også fem ulike måter å levere tjenester på. I tillegg omfatter tjenesteporteføljen en rekke spesialtjenester som i hovedsak er innrettet mot en spesiell sektor eller et avgrenset geografisk marked.

Tjenesteporteføljen er beskrevet og kvalitetssikret etter felles mal. Åtte kriterier for god virkemiddelbruk skal sikre addisjonalitet og målrettethet.

Klarlagte roller og ansvar; tjeneste-, og sektoransvarlig

Én person er dedikert rollen som hhv. tjeneste- og sektoransvarlig. Ansvar og oppgaver knyttet til rollene er beskrevet. Våre ansatte kan enkelt ta kontakt med den enkelte tjenesteansvarlige eller sektoransvarlige dersom noe skulle være uklart.

Overordnet helhetsansvar er dedikert en person som tjenesteporteføljeansvarlig

Én person er dedikert rollen som tjenesteporteføljeansvarlig og har det overordnede ansvaret for hele tjenesteporteføljen. Ansvar og oppgaver knyttet til rollen er beskrevet.

Enkel formidling til alle Innovasjon Norges ansatte gjennom "InBusiness"

I Innovasjon Norges tjenesteporteføljesystem, InBusiness, presenteres vår samlede portefølje på en enkel og oversiktlig måte basert på fastsatt struktur. Gjennom InBusiness er tjenesteporteføljen tilgjengelig for alle ansatte over hele verden (norsk og engelsk versjon).

InBusiness støtter hele vår forretningsprosess. Den er et daglig verktøy som støtter våre medarbeidere i deres arbeid med å identifisere muligheter og levere tjenester basert på vår samlede tjenesteportefølje. Gjennom InBusiness har vi et godt utgangspunkt for å vurdere behov for utvikling og avvikling av tjenester og for å foreta evalueringer.

Enhetlig ekstern kunde kommunikasjon

InBusiness gir et felles referansegrunnlag og terminologi, og gir økt konsistens utad for kommunikasjon av våre tjenester. InBusiness er i dag utgangspunktet for formidling av informasjon om tjenester på www.innovasjon norge.no.

Kunde- og markedsdrevet tjenesteutvikling gjennom samhandling - Team tjenesteutvikling

Det er etablert et strategisk tverrgående team for tjenesteutvikling og porteføljestyring (team tjenesteutvikling) med representanter fra divisjon Norge og divisjon utland, samt medarbeidere som arbeider med strategi og evalueringer.

Teamet sikrer en effektiv forvaltning av Innovasjon Norges samlede tjenesteportefølje, en involverende kunde- og markedsdrevet prosess for utvikling og avvikling, og bidrar til en effektiv implementering av nye tjenester i kundeporten.

Team tjenesteutvikling arbeider for en helhetlig, strategisk og involverende porteføljeforvaltning i tråd med forretningsprosessen.

En enkel kanal for innspill og tilbakemeldinger fra ansatte på tjenesteporteføljen

Løpende tilbakemeldinger fra våre ansatte i kundeport og fagavdelinger om behov for endringer i tjenesteporteføljen (nye behov, forbedringer, avvikling) er en viktig ressurs. Innovasjon Norges blogg (InDiscussion) med egne diskusjonsgrupper for forskjellige tema er verktøyet som ivaretok dette i 2012. Det gjennomføres "mobiliserings- og tilbakemeldingskampanjer" to ganger årlig for å sikre engasjement og innspill.

Kundens stemme – Evalueringer, kundeeffektundersøkelser og kundeserviceundersøkelser

Kundeeffektundersøkelser, kundeserviceundersøkelser og evalueringer av enkelttjenester er viktige kilder for å vurdere status og forbedringstiltak ift. målet om en tydelig, velbegrunnet og brukervennlig tjenesteportefølje. Vurderinger og konklusjoner fra disse inngår i vårt løpende utviklingsarbeid. Det er fortsatt et potensial for en sterkere bruk av disse undersøkelsene i vår utvikling og forvaltning av tjenesteporteføljen.

En felles utviklingsprosess: Utvikle tjenester

Delprosessen Utvikle tjenesteporteføljen beskriver hvorledes vi skal analysere endringsbehov, hvorledes vi skal utvikle, videreutvikle, videreføre og avvikle tjenester, samt hvorledes vi skal prioritere, dimensjonere og beslutte tjenesteporteføljen.

Vår utviklingsprosess er beskrevet gjennom følgende faser:



Proessen beskriver hvordan vi beveger oss gjennom de ulike fasene, hvem som er ansvarlig, hva som er de mest kritiske spørsmålene (stop/go-kriterier) og hva som skal være output. Idégenerering skal være en gjennomgående aktivitet i alle fasene.

Utvikling av ny tjeneste kan starte på ulike måter:

- Ny kunnskap som følge av bl.a. evalueringer, analyser og utredninger (egne, nasjonale, internasjonale (EU))
- Nye ideer oppstår som følge av et identifisert kundebehov
- Strategiske føringer satt av styret eller ledergruppen
- Oppdrag kommer fra våre eiere og oppdragsgivere

Samhandling vurderes som den viktigste kilden for bedrifters innovasjonsaktivitet og for våre egne utviklingsaktiviteter. De ulike divisjoners roller i utviklingsprosessen er derfor beskrevet med vekt på rollene til kunde-, leveranse- og tjenesteansvarlig og rollen til tjenesteporteføljeansvarlig.

For at tjenesteporteføljen skal oppleves som tydelig, velbegrunnet og brukervennlig er det viktig at vi også evner å *avvikle tjenester*. Videre bør ikke nødvendigvis en god utviklingsidé eller et nytt oppdrag føre til etablering av en ny tjeneste. Ofte kan nye formål og kundebehov bygges inn i eksisterende tjenester.

Alle tjenester gjennomgås årlig mht. om begrunnelsen for tjenesten fortsatt er til stede, f.eks. knyttet til kundebehov, markeds- og systemsvikt.

Innovasjon Norges ledelse fastsetter tjenesteporteføljen en gang pr. år.

Sterkt lederfokus - "Vi er det vi leverer"

Utvikling og forvaltning av den samlede tjenesteporteføljen er tydelig forankret i Innovasjon Norges ledergruppe. Team tjenesteutvikling ledes av divisjonsdirektør for utviklingsdivisjonen TP, som igangsetter/stopper utviklingsprosjekter og godkjenner nye tjenester. Samlet portefølje besluttet én gang i året av toppledergruppen. Samtidig diskuteres vår samlede forvaltning og styring av tjenesteporteføljen.

Ovennevnte ti grunnsteiner inngår også som områder i den balanserte målstyring.

11.1.2 På vei mot en enklere tjenesteportefølje i 2013

Evaluering av Innovasjon Norge (Econ Pöry 2010) pekte på at tjenestetilbudet kunne oppleves som uoversiktlig av bedriftene, til tross for at tjenesteporteføljen stort sett var tilpasset bedriftenes behov. Som en oppfølging av evalueringen og som en del av den nødvendig effektivisering i etterkant av budsjettkuttet for 2011, startet Innovasjon Norge et arbeid i 2012 med å forenkle og tydeliggjøre tjenestetilbudet.

I Meld. St 22 (2011-2012) Verktøy for vekst - om Innovasjon Norge og SIVA SF viste regjeringen til at Innovasjon Norge skal forenkle virkemiddelporteføljen. I oppdragsbrevet om oppfølging av stortingsmeldingen, datert 12. oktober 2012, fikk Innovasjon Norge i oppdrag å lage en skisse for arbeidet med forenkling av virkemiddelporteføljen med klare og tydelige anbefalinger jnne 15. april 2013.

Innovasjon Norge er opptatt av kundens opplevelse i møte med oss.

For Innovasjon Norge er en best mulig kundeopplevelse et sentralt kriterie i forenklingsarbeidet. Et enklere Innovasjon Norge handler derfor om å se på alle leddene i selskapets leveransekjede. Den strekker seg fra oppdragsbrev via vår utforming av tjenester, til kundedialogen, leveranse av tjeneste og tilbake til rapportering og dialog med oppdragsgivere.

En vellykket forenkling av virkemiddelporteføljen/tjenestetilbudet vil understøtte en bedre oppfyllelse av målsettingene om flere gode gründere, mer vekstkraftige bedrifter og flere innovative næringsmiljøer.

- *Målet er en enklere og mer brukervennlig virkemiddelportefølje, slik at oppmerksomheten i større grad, både hos kunden og hos Innovasjon Norge, kan rettes mot kundens utfordringer og konkrete prosjekt.*

Forenklingene igangsettes på grunnlag av kundenes uttalte behov for forenkling i evalueringen av Innovasjon Norge. Hvorvidt vi lykkes med å nå overnevnte mål besvares gjennom å spørre Innovasjon Norges kunde grupper gjennom egnede kundeundersøkelser.

Vi erfarer at kundenes opplevelse av INs tjenesteportefølje er avhengig av (minst) tre faktorer:

1. HVA vi tilbyr
2. HVORDAN vi LEVERER tjenestene til kunden
3. HVORDAN tjenesteporteføljen KOMMUNISERES

Utviklingstiltak identifiseres og implementeres innen alle tre områdene for at kundene skal oppleve Innovasjon Norges tjenesteportefølje som enklere, relevant og mer tilgjengelig.

HVA vi tilbyr

Etter at evalueringen av Innovasjon Norge forelå har Innovasjon Norge intensivert arbeidet med å forenkle. Reduksjonen er en opprydding i det som var en krevende tilbudsstruktur sett fra kundenes perspektiv.

	2012	2011	2010	2009	2008
Prioriterte sektorer	7	7	9	9	14
Tjenester og programmer	-	60	64	70	72
Basistjenester	24				
Spesial tjenester	17				
Tjenester	41	60	64	70	72

Færre tjenester er ikke et selvstendig mål på om vi lykkes med å bli en mer kundeorientert organisasjon. Selv om et meget stort antall tjenester i seg selv kan være uoversiktlig for kundene, kan et fåtall tjenester innebære samme kundeopplevelse.

Vi har i løpet av 2012 testet ut konseptet med inntil 25 *basistjenester* som dekker de viktigste behov hos målgruppene norske gründere, vekstbedrifter og næringsmiljøer.

Tjenestetype	Basistjenester	Andre tjenester
Konsulent	Internasjonal vekst	Swearing-programmet
Konsulent	Strategisk prosjektering	Business Matchmaking Programme (BMP)
Konsulent	Designrådgivning	Egyptutdanningene
Konsulent	Internasjonale handelsveier	Exportfondet til nettoppstartskvot - NOROPS
Konsulent	PR-rådgivning	EU-finansieringsordninger
Konsulent	PR-rådgivning	Grundgrupper
Konsulent	Historietjeneste for godere	Innovasjon i helsekjenneren
Nettverk	BlackFlintmark	Investeringfondet for Nordvest-Russland
Nettverk	ANITA-programmet	Investeringfondet for Øst-Europa
Nettverk	Norwegian Centres of Expertise	Lokalestøtteprogrammet
Prosjektansvar	Global Entrepreneurship Training (GET)	Manns verdslingsprogram
Prosjektansvar	IT&H	Miljø utvikling
Prosjektansvar	Ledelsement	Sagene utstilling
Prosjektansvar	Norske Reiserende i utlandet	Silikonkapitalandring
Prosjektansvar	Profilering av Norge som reiseland	Tidløst innovasjonsprogram
Prosjektansvar	Næringsutviklingsprogram	Utdanningsprogram for Grant ready
Prosjektansvar	Statistikk	Utdanningsprogram for nettsider (VSP-kam)
Prosjektansvar	Forsknings- og utviklingskontrakter (R&D)	
Prosjektansvar	Garanter	
Prosjektansvar	Læringsplan	
Prosjektansvar	Regnskapsprogrammer	
Prosjektansvar	Reklame - Innovasjonsplan	
Prosjektansvar	Skatteplan	
Prosjektansvar	Tidsskifte	

Tjenesteporteføljen er fordelt på fem tjenestetyper; rådgivningstjenester, kompetansetjenester, profileringstjenester, finansieringstjenester og nettverkstjenester. Etter vår vurdering er dette et konsept som kombinerer våre kunders behov for et enklere tjenestetilbud med behovet for en tydelig faglig begrunnelse.

I tillegg har Innovasjon Norge “17 spesialtjenester” som i hovedsak er innrettet mot en spesiell sektor eller et avgrenset geografisk marked. Disse har alle sitt utgangspunkt i departementale programbevilgninger/ordninger/føringer. Tjenestene har ofte målsettinger som går utover målet om økt verdiskaping for norske bedrifter.

Vi har i løpet av 2012 testet ut en tydeligere segmentering av kundene, noe som gir mulighet til å sette sammen tjenester i forhold til kunders behov. Dette skal gjøre at bedriftene vil oppleve Innovasjon Norge og det vi tilbyr som mer relevant og tydelig.

Vi erkjenner at våre kunder har ulike behov avhengig om de er gründere eller etablerte bedrifter, om de har internasjonale ambisjoner eller ikke, hvilken sektor de er innenfor, hvor nyskapende og risikotagende de er, etc.

Vi grupperer våre tjenester ("titteskap") slik at kundegrupper lettere finner de tjenester som er særskilt relevante i forhold til deres behov. Kundene får lettere forståelse for hvilke tjenester Innovasjon Norge kan tilby og våre medarbeidere har bedret mulighet til å sette sammen tjenester i forhold til kunders behov. Dette skal gjøre at bedriftene opplever Innovasjon Norge og det vi tilbyr som mer relevant og tydelig. Disse grupperinger/"titteskapene" legges som inngang i vår interne tjenestedatabase (InBusiness) og på www.innovasjonnorge.no.

- Våre prioriterte sektorer
- Energi og Miljø
- Helse
- Landbruk
- Mann
- Maritim
- Olje og Gass
- Reiseliv

- Tjenester for kunder som skal
- Bygge en bedre bedrift
- Ut i verden
- Inn i krevende markeder

HVORDAN vi leverer tjenestene til kunden

Vi styrker våre medarbeideres kompetanse

Vi har i 2012 startet arbeidet med å styrke våre medarbeideres kompetanse og bli enda bedre til å identifisere kundens behov og tilby relevante tjenester.

Vår evne til å gjennomføre en *strategisk kundedialog (forretningsmodell)* basert på en god kompetanse i prosjektvurdering og forretningsutvikling, samt evnen til å tilpasse dialogen til den enkelte kundes ståsted og forutsetninger, vil være avgjørende for kundens opplevelse. Dette vil bidra til å øke vår evne til å gi våre kunder tjenesteleveranser som er tilpasset kundens og deres prosjekters



behov.

Gjennom våre fagnettverk innen hver av de sju prioriterte sektorene utvikler og tilgjengeliggjør vi vår sektorkompetanse for våre kunder og alle våre medarbeidere. På den måten skal vi styrke kundeopplevelsen ytterligere.

Vi skal forenkle våre prosesser og vår kundedialog

Vi har startet et forprosjekt med sikte på å *strømlinjeforme* våre prosesser og vår kundedialog – digitale såvel som manuelle - fra den første kundekontakten til ferdig leveranse.

Vi ser på behovet for å *tilpasse* våre prosesser og kundedialog til de ulike kundegrupper. Gjennom prosjektet "kundereisen" samles innsikt i hvordan ulike kundegrupper møter Innovasjon Norge og deres opplevde kundereise gjennom vår organisasjon.



I løpet av 2013 skal denne innsikten legges til grunn for eventuelle endringer i våre prosesser og vår kundebehandling.

HVORDAN tjenesteporteføljen KOMMUNISERES

Vi videreutvikler våre nettsider løpende

Vi videreutvikler "24/7" kommunikasjonen med kundene gjennom våre nettsider. Vi har bygget opp den nye nettsiden vår www.innovasjonnorge.no fra bunnen av, med utgangspunkt i de spørsmålene en bedrift vanligvis stiller, og de behovene ulike kundegrupper har.

Målrettet kommunikasjon basert på kundesegmentering

Kundesegmentering gir en mulighet til å ha et "utenifra-og-inn"-perspektiv i forhold til hvordan vi kommuniserer og leverer våre tjenester. Å gruppere bedrifter etter karakteristika og behov gir en bedre mulighet til å gjøre vår kommunikasjon relevant, og levere ett sett av tjenester som dekker nettopp dette kundesegmentets behov.

Erfaringen fra første året (2012) med en *gruppering av våre tjenester* ("titteskap") er positive. Vi tror at våre kundegrupper lettere finner de tjenester som er særskilt relevante i forhold til deres behov. Dette skal gjøre at bedriftene opplever Innovasjon Norge og det vi tilbyr som mer relevant og tydelig. Disse grupperinger/"titteskapene" legges som inngang i vår interne tjenestedatabase (InBusiness) og på www.innovasjonnorge.no.

12 Samfunnsansvar i næringslivet (CSR)

Innovasjon Norge skal være pådriver for at norske små og mellomstore bedrifter gjør samfunnsansvar til en integrert del av sin virksomhet. Gjennom sitt samfunnsansvar bidrar næringslivet til en positiv samfunnsutvikling og styrker egen konkurransekraft. Å ta samfunnsansvar er å ta ansvar for påvirkning på mennesker, samfunn og miljø og å bidra til løse miljø- og samfunnsutfordringer gjennom innovasjon og ansvarlig drift

Våre eiere og oppdragsgivere har forventninger til at vi øker samfunnsansvaret blant små og mellomstore bedrifter i Norge ved å koble vår kompetanse og å utnytte vårt nettverk ute og hjemme. Vi bidrar til bærekraftig verdiskaping i næringslivet ved å utfordre våre kunder på samfunnsansvar og ved selv å etterleve våre verdier: *koblende, ansvarlig og nytenkende*.

Innovasjon Norges arbeid med samfunnsansvar tar utgangspunkt i en global plattform, særlig FN Global Compacts prinsipper for samfunnsansvar.

Denne delen av årsrapporten er avgrenset til Innovasjon Norges oppfølging av samfunnsansvar som definert i Stortingsmelding nr. 10 om næringslivet samfunnsansvar i en global økonomi. Andre områder som er tett knyttet til samfunnsansvar, for eksempel miljøteknologiordningen, grønt reiseliv og arbeidet for likestilling, blir dekket andre steder i rapporten.

2012 er andre år i tre-års planen for utvikling og implementering av arbeidet med samfunnsansvar i Innovasjon Norge. Planen bygger på forventninger i stortingsmelding om samfunnsansvar og oppdragsbrev fra NHD. Den er delt inn i tre arbeidsområder: (1) Orden i eget hus, (2) Pådriver blant kundene, og (3) Informasjon og Samarbeid. Arbeidet er integrert i de mest relevante tjenesteleveransene og skjer i alle divisjonene. Temaene i handlingsplanen utgjør også strukturen for årsrapporten.

12.1.1 Orden i eget hus

Innovasjon Norge skal ivareta samfunnsansvar i egen virksomhet i tråd med internasjonale normer og krav. Dette gir kunnskap og erfaringer som vi deler med samarbeidspartnere og kunder.

Viktigste resultater 2012

Miljø

Kontorene i Norge er fortsatt miljøfyrtårnsertifisert. Innovasjon Norge har inngått et samarbeid med Miljøfyrtårnstiftelsen om utvikling av en sertifiseringsløsning for virksomheter med kontorer i utlandet. For fullstendig rapport på arbeidet med miljøfyrtårnsertifisering i Norge se www.miljofyrtarn.no

Virksomhetsstyring

Ny stortingsmelding om Innovasjon Norge fra NHD bekrefter mandatet for arbeidet med samfunnsansvar i norsk næringsliv.

Spørsmål om samfunnsansvar er innarbeidet i kundeeffektundersøkelsen og serviceundersøkelsen. Det er god dialog med både UD og NHD, og

Etikk og samfunnsansvar ble i 2012 tatt ut av medarbeiderundersøkelsen.

Global Compact

Globalt nettverk for bedrifter og organisasjoner som ønsker å arbeide med samfunnsansvar og forsvarlig og bærekraftig bedriftspraksis. Medlemmene forplikter seg til å gjøre sitt beste for å drive virksomhetene i tråd med Global Compacts 10 prinsipper innenfor områdene:

- Menneskerettigheter
- Arbeidstakerrettighet
- Miljø
- Anti-korrupsjoner

www.globalcompact.org

Nytt strategisk team med representanter for alle divisjoner ble konstituert høsten 2012. Teamet skal følge opp handlingsplanen for samfunnsansvar og er ansvarlig for utvikling av ny strategisk retning for arbeidet med samfunnsansvar fra 2014.

Innkjøp og avtaler

Det er etablert en dialog med DIFI om Innovasjon Norge sine krav om samfunnsansvar i egne innkjøp. Vi stiller miljøkrav der dette er relevant. Dette kan være krav til strømforbruk, returordninger for rekvisita til kopimaskiner, leverandørens miljøstrategi og medlemskap i miljøsertifiseringsordninger.

Samfunnsansvar blir ivare tatt ved at alle anskaffelser over NOK 100.000 blir konkurranseutsatt. Vi krever blant annet HMS-egenerklæring, egenerklæring for etiske retningslinjer, egenerklæring for lønns- og arbeidsforhold, egenerklæring mot barnearbeid og skatt- og mva-attest. Videre forbedringsarbeid vil skje i tråd med anbefalinger fra DIFI. I alle avtaler Innovasjon Norge inngår har vi en formulering om etikk og samfunnsansvar. Dette gjelder både i kontrakter med leverandører og med kunder.

Intern kompetanse

Modul om samfunnsansvar er tatt ut av internt lederkurs, men er gjennomført i noen avdelinger og for nyansatte – til sammen ca. 150 kolleger.

Prioriterte tiltak for 2013:

- Gjennomføre pilot for miljøsertifisering av våre utekontorer
- Anbefale revisjon av etiske retningslinjer og opplæring for ansatte.
- Revidere prinsippnotat for samfunnsansvar på bakgrunn av ny strategi for Innovasjon Norge
- Utvikle strategisk team for samfunnsansvar og utforme ny strategisk retning for arbeidet med samfunnsansvar i Innovasjon Norge fra 2014.

12.1.2 Pådrivere for samfunnsansvar blant kundene

Innovasjon Norge skal bidra til at kunder bygger konkurransekraft gjennom sitt samfunnsansvar.

Viktigste resultater 2012

I den nye serviceundersøkelsen får kundene spørsmål om Innovasjon Norge får dem til å reflektere over sitt samfunnsansvar. 34% sier seg helt eller delvis enig. Måltallet er 30%. Divisjon Norge har høyere score enn divisjon Utland. Dette skyldes sannsynligvis at samfunnsansvar blir vurdert i samtlige finansieringssaker. En innsats i 2013 for å integrere samfunnsansvar i flere rådgivningstjenester vil trolig gi bedre resultater for divisjon Utland.

Kompetansetjenestene

Deltagere i FRAM, Navigator og Ledermentor får en innføring i samfunnsansvar. Tidligere var ambisjonen kun å gi informasjon og motivasjon. Nå gjennomfører deltagerne i tillegg egne analyser og finner prioriterte innsatsområder. Dette er i tråd med tilbakemeldinger fra deltagerne. Det er også gjennomført en opplæring av prosjektledere for FRAM og Navigator.

Innovasjon Norge har bidratt med finansiering og kompetanse i NIMAs grunnkurs i samfunnsansvar ved innkjøp. Kurset er nå en del av NIMAs kursportefølje (NIMA tilbyr utdanning innen innkjøp og logistikk).

Finansieringstjenestene

Vurdering av samfunnsansvar i finansieringssakene avdekker at de fleste kundene våre har det meste på stell og at mange bidrar positivt til samfunn og miljø. De største utfordringene kommer til syne i miljøproblemer i oppdrettsnæringa, aktiviteter i høy-risikoland, ny overvåkingsteknologi og i underregulerte bransjer. Ved nyttår kom nye standardvilkår for lån og tilskudd med strengere krav til samfunnsansvar. Vår vurdering av samfunnsansvar i finansieringssaker kan være med på å påvirke utfallet i sakene.

Rådgivningstjenester

Det er behov for å forsterke innsatsen på samfunnsansvar i rådgivningstjenestene i høy-risikoland. Prosjektet Samfunnsansvar i Globale Verdikjeder, som ble gjennomført høsten 2012, anbefaler følgende tiltak: økt kompetanse blant ansatte, integrere samfunnsansvar i maler for tjenesteleveranser og gjøre relevant informasjon tilgjengelig.

Prioriterte tiltak for 2013:

- Følge opp anbefalingene i prosjektet Samfunnsansvar i Globale Verdikjeder.
- Revidere og presisere styringsdokumenter innen finansiering.

12.1.3 Informasjon og samarbeid

Innovasjon Norge er med og setter dagsorden for samfunnsansvar i norsk næringsliv. Budskapet er i tråd med FNs Global Compact og tilpasset norske små og mellomstore bedrifter.

Viktigste resultater 2012

Samarbeid

Innovasjon Norge er medlem i Transparency International Norge og FNs Global Compact. I tillegg er det god kontakt med sentrale aktører innenfor samfunnsansvar i Norge som Initiativ for etisk handel, OECDs kontaktpunkt, KLP, DnV, NHO og forskere på BI og NTNU. Innovasjon Norge deltar i regjeringens konsultasjonsorgan Kompakt og Standard Norge sin speilkomité for ISO26000.

Regionale, bedriftsrettede initiativ i samarbeid med lokale kompetansemiljø er godt i gang både i Sogn og Fjordane, Agder, Nord- og Sør-Trøndelag.

Informasjon

I tillegg til egne nettsider skjer informasjonsaktivitetene hovedsakelig gjennom foredrag og i sosiale medier. Det ble i 2012 holdt rundt 20 foredrag. Informasjonsarbeidet er trappet ned i 2012 for å kunne legge mer ressurser i blant annet forstudiet om Globale Verdikjeder.

Prioriterte tiltak for 2013:

- I januar 2013 ble vi medlem av Global Compact Nordic Network. Her skal vi ta en aktiv rolle i å utvikle den norske delen.
- Oppdatere nettsidene

13 Investinor

Innovasjon Norges vurdering av Investinor AS sin utvikling er knyttet direkte til oppdraget. Investinor AS var i 2012 et datterselskap av Innovasjon Norge, men ble i desember 2012 overført til Nærings- og Handelsdepartementet. Overføringen ble varslet i forbindelse med «Stortingsmelding 22 (2011–2012): Verktøy for vekst – om Innovasjon Norge og SIVA SF». Innovasjon Norges kommentarer er på grunn av endrede eierforhold gjort med bakgrunn i Investinor AS sin egen årsrapport, da selskapet ikke hadde særskilt rapportering til Innovasjon Norge per 31.12.12.

Investinor AS sitt oppdrag er å bidra til økt verdiskapning ved å investere risikokapital og utøve aktivt, kompetent eierskap i internasjonalt orienterte og konkurransedyktige norske bedrifter i tidlig vekst- og ekspansjonsfase. Investinor skal investere på et kommersielt grunnlag og gi langsiktig god avkastning med god risikospredning.

Investinor AS fikk med Stortingsmelding 22 Verktøy for Vekst, endret sitt investeringsmandat, som ble gjort mer fleksibelt ved at de fem definerte satsingsområdene ble erstattet av følgende formulering: "Investinor skal prioritere lønnsomme investeringer: i sektorer med næringsmiljøer med internasjonale komparative fortrinn, som ivaretar utnyttelse av viktige naturressurser, som ivaretar utnyttelse av ny teknologi og kompetanse eller som bidrar til mindre miljøbelastning og menneskeskapte klimaendringer. Dette kan dreie seg om investeringer innen blant annet miljøteknologi, energi, marint næringsliv, maritim sektor, reiseliv, IKT og bio- og helseteknologi." Innovasjon Norge ser positivt på endringen som gir signal om mindre detaljstyring og økt målstyring. Gjennom å erstatte presiseringen av tidligere satsingsområder med en mer fleksibel og dynamisk formulering kan opprinnelig mandat videreføres, samtidig som det gir Investinor AS rom for å prioritere nye fremvoksende sektorer og segmenter av sektorer på en måte som er forenlig med et markedsmessig avkastningskrav og at innovasjon gjerne skjer i krysningspunktet mellom sektorer.

Investinor kompletterer det norske markedet for aktiv eierkapital ved å tilføre det mer stabilitet, bredde og volum og skal med sin investeringsvirksomhet bidra til å utvikle dette markedet. Investinor AS er nå Norges største ventureinvestor. Selskapet har stabilisert venturemarkedet, men en tilsvarende utvikling med ytterligere andel bygget på Investinor AS sin ekspansjon videre er ikke hverken bærekraftig eller ønskelig.

Det er Innovasjon Norges vurdering at Investinor AS sin utvikling og resultater så langt støtter opp om oppdraget.

Likviditetsreserven vurderes som hensiktsmessig sett opp mot investeringsporteføljen så langt, videre mandat, Investinors posisjon og de utfordringer vi ser i næringslivet.

Per 31.3.2012 er Investinor AS medeier i 29 selskaper, og investerte i 2012 *353,3 millioner kroner i nye og eksisterende porteføljebedrifter. Fem nye selskap kom inn i porteføljen i løpet av året.*

Investinor AS har et negativt årsresultat på kroner -118 629. Bakgrunnen for det negative resultatet er realisering av tap ved salg av porteføljeselskaper.

Fase

Investinor AS har som mandat å gå inn i tidlig vekst- og ekspansjonsfase. Porteføljen så langt viser at Investinor ved avslutning av 2012 var aktiv primært i tidlig vekstfase. Dette mener Innovasjon Norge er

fornuftig sett opp mot registrert behov for kapital i de første fasene, men den lave spredningen av porteføljen mellom faser vil påvirke avkastningsmuligheten på kort sikt.

Portefølje fordelt på fase (TNOK)	Antall selskap	Kostpris	Virkelig verdi	Andel portefølje
Venture	27	856 566	681 178	85,8 %
Ekspansjon	2	142 000	145 150	14,2 %
SUM	29	998 566	826 328	100,0 %

Sektor

Fordelingen mellom sektorene som har fokus i Investinors mandat vurderes som relevant. Det er naturlig at det store antallet investeringer gjøres i de sektorene som går best, samt i IKT-sektoren som er muliggjørere på tvers av de andre sektorene. Med Investinors mandat som stabilisator i markedet og de utfordringer norsk økonomi står overfor hva gjelder todeling vil det være relevant å diskutere hvilken risikoprofil Investinor kunne tillate seg for å utfordre posisjonen sin som noe annet enn private venturetilbydere.

Portefølje fordelt på bransje (TNOK)	Antall selskap	Kostpris	Virkelig verdi	Andel portefølje
Miljø	5	265 102	119 209	26,5 %
Energi	8	211 325	235 454	21,2 %
Reiseliv	3	128 270	123 835	12,8 %
Marin	4	136 965	90 935	13,7 %
Maritim	1	15 441	18 180	1,5 %
IKT	6	175 911	216 715	17,6 %
Andre	2	65 551	22 000	6,6 %
SUM	29	998 566	826 328	100,0 %

Hele landet

Investinor AS sine porteføljebedrifter har hovedkontor over store deler av landet. Det tydelige tyngdepunktet er likevel Oslo og Trondheimsregionene. Videre er investeringene i stor overvekt gjort i kystområder. Den operative virksomheten foregår over hele verden da porteføljebedriftene opererer med et internasjonalt marked.

Oppfylld av mandatet i forhold til lokalisering og lokal verdiskapning sett opp mot krav om avkastning underbygger problemstillingene relatert til todeling av næringslivet; regionene rundt de store byene versus virkemiddelområder, og kyst versus innland.

Engasjementstid og aktivt eierskap

Investinor AS har et langsiktig perspektiv på investeringene, med dette menes minimum ett til tre år. Denne vurderingen er basert på avhending og oppfølgingsinvesteringer i eksisterende portefølje.

Ved oppgjør av fjerde driftsår er fire porteføljeselskap avhendet, ett med positiv avkastning.

Langsiktigheten er videre fulgt opp gjennom at betydelige andeler av de investerte midlene i 2012 var oppfølgingsinvesteringer i eksisterende portefølje.

Investinor utarbeider for hver investering klare strategier for avhending.

Likviditetsreserven og størrelse på denne

Det ble i statsbudsjettet for 2012 vedtatt å tilføre Investinor AS ytterligere 1,5 mrd i egenkapital til totalt tildelt forvaltningskapital på 3,7 mrd kroner.

Innovasjon Norge oppfatter likviditetsreserven etter ny tilførsel som dekkende knyttet til Investinor ASs mandat.

Avkastningskrav

Investinor AS sine investeringer skal gi en markedsmessig avkastning basert på den risiko det kan ta. Det er Innovasjon Norges vurdering av det ikke kan forventes betydelig avkastning på kort sikt av Investinor AS sine investeringer.

Investinor AS knyttet til seg ekstern ekspertise for å vurdere og anbefale et hensiktsmessig nivå på avkastningskravet til deres virksomhet. Innovasjon Norge ser på den gjennomførte prosess som ryddig og fester tillit til de vurderinger og gjennomganger som er gjort.

Avkastningskrav som mål bør suppleres med ytterligere mål som støtter opp under oppdraget på sikt, for eksempel effektmål i de selskaper som Investinor AS investerer. Dette må underbygge den differensierte rollen Investinor AS ønskes å ha versus andre tilbud i markedet.

Belønning

Investinor AS har lagt opp til en belønningsstruktur hvor prestasjonsbasert bonus og resultatbasert bonus kan oppnås i tillegg til fastlønnen. Kriterier sikrer at total utbetaling er i samsvar med Regjeringens "Retningslinjer for statlig eierskap: Holdning til lederlønn" og følger retningslinjene i "Forskrift om godtgjørelsesordninger i finansinstitusjoner, verdipapirforetak og forvaltningsselskap for verdipapirfond.

Formålet med dette bonussystemet skal være å premiere resultater som gir meravkastning til Investinors eier.

Innovasjon Norge vurderer belønningsordningen med fastlønn og mulighet for strengt regulerte bonuser som hensiktsmessig ut fra at bonusordningen gjør Investinor konkurransedyktig i kampen om flinke forvaltere, men ikke lønnsledende. Det er viktig for selskap som Investinor AS at de ansatte motiveres av det de opplever som interessante faglige utfordringer og personlige utviklingsmuligheter knyttet til et mandat for å bidra i samfunnsutvikling.

Dette er i tråd med Innovasjon Norges prinsipielle holdning til betingelser. Utover prinsippene kan betingelsene i mor- og tidligere datterselskap ikke sammenlignes.

Forvaltning av likviditet

Forvaltningen av selskapets likviditet er plassert for å sikre meget lav kredittrisiko og en forsvarlig renterisiko.

Samfunnsansvar

Investinor AS har i 2012, i tett samarbeid med Innovasjon Norge, styrket sitt samfunnsansvarsarbeid både i vurderinger og interne utvikling, og har i løpet av perioden sluttet seg til FNs Global Compact.

14 Definisjoner av sentrale begrep

14.1 Prosjekt/Tilsagn

Kunder kommer til Innovasjon Norge med en ide til et prosjekt. Under vurderingen av prosjektet tar vi stilling til om kunden er berettiget til lån eller tilskudd fra noen av våre virkemidler. I mange tilfeller er det naturlig at prosjektet finansieres fra flere ulike virkemidler. Vi definerer da tilskuddet fra det enkelte virkemiddelet som et tilsagn. Et prosjekt kan på den måten få tilsagn fra flere ulike virkemidler.

I presentasjon av statistikken som ligger til grunn for denne årsrapporten så rapporterer vi på antall tilsagn, ikke på antall prosjekter.

14.2 Bruttobeløp/Nettobeløp

Bruttobeløp inkluderer hele lånebeløpet for lånetilsagn, i motsetning til nettobeløp hvor kun tapsfond inkluderes. Nettobeløp er med andre ord et uttrykk for tilskuddselementet i de midlene som Innovasjon Norge tildeler.

14.3 Innovasjonsnivå

Innovasjon Norge har siden 1.1.2009 brukt følgende innovasjonsnivå i klassifisering av prosjekter.

Innovasjon på bedriftsnivå

Omfatter prosjekter i nye eller eksisterende bedrifter som ikke representerer noe nytt enten i form av nye produkter, tjenester, produksjonsprosesser eller organisasjonsformer annet enn for den aktuelle bedrift.

Innovasjon på regionalt nivå

Omfatter prosjekter i nye eller eksisterende bedrifter som tar sikte på produksjon av produkter og tjenester eller bruk av produksjonsprosesser og organisasjonsformer som tidligere ikke er produsert eller benyttet i andre bedrifter i regionen. Formålet skal primært benyttes første gang slike introduseres i regionen, men kan også omfatte prosjekter som styrker regionalt prioriterte innovasjonsmiljø.

Innovasjon på nasjonalt nivå

Omfatter prosjekter i nye eller eksisterende bedrifter som tar sikte på å utvikle og introdusere produkter og tjenester som er nye på det nasjonale marked og prosjekter som omfatter utvikling og bruk av nye produksjonsprosesser eller organisasjonsformer som ikke er introdusert på nasjonalt nivå. Det omfatter også introduksjon av tidligere eksporterte produkter og tjenester på nye markeder utenlands.

Innovasjon på internasjonalt nivå

Omfatter prosjekt i nye eller eksisterende bedrifter som tar sikte på å utvikle og introdusere produkter og tjenester som er nye på et internasjonalt marked. Videre omfatter formålet prosjekter som fører til nye produksjonsprosesser og organisasjonsformer som ikke er kjent internasjonalt.

Ikke relevant

Omfatter prosjekter som ikke er innovasjonsprosjekter.

14.4 Innovasjonstype

Innovasjon Norge har siden 1.1.2009 brukt følgende innovasjonstyper i klassifisering av prosjekter.

Produkt-/tjenesteinnovasjon

Produkt-/tjenesteinnovasjon er en vare eller tjeneste som enten er ny eller vesentlig forbedret med hensyn til dens egenskaper, tekniske spesifikasjoner, innebygd software eller andre immaterielle komponenter eller brukervennlighet. Innovasjonen skal være ny for foretaket; den må ikke nødvendigvis være ny for markedet.

Prosessinnovasjon

Prosessinnovasjon omfatter nye eller vesentlig forbedrede produksjonsteknologi/- metoder og nye eller vesentlige forbedrede metoder for levering av varer og tjenester. Innovasjonen skal være ny for foretaket; foretaket må ikke nødvendigvis være den første til å introdusere denne prosessen.

Organisatorisk innovasjon (som oftest innovasjon på bedriftsnivå)

Organisatorisk innovasjon er gjennomføring av ny eller vesentlig endret struktur i foretaket eller nye eller vesentlig endrede ledelsesmetoder for å øke foretakets bruk av kunnskap, kvaliteten i varer og tjenester eller effektiviteten i arbeidsprosesser.

Markedsmessig innovasjon (som oftest innovasjon på bedriftsnivå)

Markedsmessig innovasjon er introduksjon av ny eller vesentlig endret design, samt introduksjon av nye eller vesentlig endrede salgsmetoder for å gjøre foretakets produkter mer attraktive eller for å åpne for nye markeder.

Ikke relevant

Denne koden skal benyttes for prosjekter som ikke er innovasjonsprosjekter. Dersom kode "5. Ikke relevant" for Innovasjonsnivå benyttes, skal også denne koden benyttes for Type innovasjon og vice versa.

14.5 Kjennetegn

Kjennetegn er karakteristika ved det enkelte prosjekt som ofte er uavhengig og går på tvers av opplysninger om prosjektene forøvrig. Et prosjekt kan ha flere kjennetegn. Definisjonene av de viktigste kjennetegnene som brukes i analyser i årsrapporten er gjengitt nedenfor. Se statistikkvedlegget for fullstendig oversikt over alle tilgjengelige kjennetegn

A) Kvinnerettet

Kjennetegnet kvinnerettet skal benyttes dersom prosjektet oppfyller minst ett av følgende kriterier:

- Kvinner som er med på å starte eller er medeier i egen virksomhet eller eiendom hvor prosjektet gjennomføres.
- Er spesielt rettet mot å øke kompetansen til kvinner ansatt i foretaket.
- Kvinner utgjør mer enn 30 % av styremedlemmene eller ledelsen i en bedrift.
- Bidrar til å øke antall kvinnelige eiere, styremedlemmer, ledere eller er spesielt rettet mot å øke antall sysselsatte kvinner.
- For flerbedrifts-, nettverks- og klyngeprosjekter skal kjennetegnet benyttes dersom prosjektet bidrar til å fremme kvinners deltakelse i næringslivet.

B) Internasjonalt rettet

Dette kjennetegnet skal benyttes for prosjekter som:

- bidrar til økt eksport
- omfatter internasjonalt markedsarbeid for produkter/tjenester
- bidrar til innovasjon, produkt- og markedsutvikling i et internasjonalt miljø fører til teknologiutveksling, eksport og import og bruk av internasjonal FoU-kompetanse
- fører til investeringer over landegrensene
- mobiliserer internasjonal kompetent kapital og kunnskap inn i norske innovasjonsmiljø og næringsliv
- bidrar til økt internasjonal markedsføringskompetanse

Med internasjonalisering menes dermed den totale eksponering næringslivet har mot omverdenen og som inkluderer forskning, utvikling, utdanning, markedsføring, salg, oppkjøp, etablering og hjemhenting av innsatsfaktorer og teknologi.

D) Miljørettet

Dette kjennetegnet skal velges når prosjektet i mer eller mindre grad er miljøbegrunnet der for eksempel ett av formålene med prosjektet er:

- Utvikling/kommersialisering av miljøteknologiske forretningsideer.
- Forbedring av miljøkvaliteten på foretakets produkter, produksjonsprosesser eller på andre områder
- Prosjektet fører til at foretaket blir miljøsertifisert eller at bedriften innfører miljøledelse.
- Miljøeffektiv energiomlegging (dvs. mindre behov for energi, effektiv energibruk, økt varmeproduksjon basert på avfallshåndtering og spillvarme, økt produksjon av fornybar energi eller miljøvennlig bruk av naturgass)
- Miljøvennlig bruk av kulturminner eller kulturmiljøet
- Utvikling av ulike kompetansebaserte tjenester innen miljøområdet.

15 Vedlegg

15.1 Vedlegg 1 – Analyse av førundersøkelsen 2012

15.1.1 Hovedresultater fra førundersøkelsen 2012

KEU består av to undersøkelser, en førundersøkelse som gjøres året etter kunden fikk støtte og en etterundersøkelse fire år etter. Denne gangen handler det om førundersøkelsen av 2011-årgangen og etterundersøkelsen av 2008-årgangen. Førundersøkelsene kartlegger hvilke resultater og effekter kundene forventer, mens etterundersøkelsene fokuserer på hvilke resultater og effekter kundene mener å se. Vel 25 tjenester er med. Hovedvekten ligger på de finansielle tjenestene, men også andre tjenester som de internasjonale rådgivingstjenestene er med. Oppdragene fra samtlige departementer er dekket, også oppdraget fra Landbruks- og matdepartementet. Undersøkelsene baserer seg på svar fra nesten 2500 kunder. Svarprosenten er god og ligger på omtrent 65 prosent.

Innovasjon Norge gjør en forskjell – kort innblikk i viktige resultater

KEU bygger på en analysemodell som ser på hvorvidt prosjektstøtte fra Innovasjon Norge bidrar til økt kompetanse hos kundene eller økt aktivitet på områder som innovasjon og samarbeid. Dette er områder som igjen gir positive økonomiske effekter og verdiskaping på sikt.

Innovasjon Norge skal være utløsende og bidra til å realisere prosjekter som ellers ikke ville blitt realisert (addisjonalitet).

Resultater fra begge undersøkelsene viser at Innovasjon Norge gjør en forskjell. 85 prosent av prosjektene ville ikke blitt igangsatt eller blitt utsatt i tid eller begrenset i omfang uten Innovasjon Norges støtte. Dette nivået har vært relativt konstant de siste par-tre årene.

Finansiering

To av tre mener Innovasjon Norge har hatt stor betydning for at prosjektet fikk banklån.

Dette er på nivå med tidligere år. Eksterne investorer er inne i 13 prosent av prosjektene, en økning fra 6 prosent forrige gang.

Samarbeid

Bedriftene som får støtte fra Innovasjon Norge, etablerer nye samarbeidsrelasjoner.

I gjennomsnitt etablerer bedriftene samarbeid med 3 nye aktører. Dette er på samme nivå som årgangen før. Om lag en tredjedel sier at de nye samarbeidsrelasjonene vil være nyttige også ut over selve prosjektperioden.

Kompetanse

Markedsutvikling er det kompetanseområdet bedriftene rapporterer den største økningen på. 46 prosent av kundene mener støtten i stor eller svært stor grad har økt markedskompetansen. Dette er et skifte fra forrige årgang, da produktutvikling var det dominerende kompetanseområdet. Om denne utviklingen fortsetter, kan det tyde på at Innovasjon Norge begynner å se effekt av sitt økte fokus på markedsorientering og forretningsmodellering i kundedialogen. I hvilken grad dette igjen vil gi seg uttrykk i flere markedsinnovasjoner (se nedenfor), gjenstår å se.

Internasjonale rådgivingstjenester – ekstrarfokus i 2012

Det er som nevnt økt fokus på at KEU også skal kunne si noe om de internasjonale rådgivingstjenestene. Kundene kan ha vært i kontakt med fra ett, to og opp til ti utekontorer. 94 prosent av bedriftene er stort sett fornøyde med den hjelpen de fikk. 68 prosent av de som har vært i kontakt med Innovasjon Norge ute, mener prosjektet har fått et betydelig "løft" og økt sin optimisme for fremtidig vekst som følge av kontakten med Innovasjon Norge. Dette er et godt resultat.

Innovasjon

I halvparten av prosjektene utvikles det noe helt nytt, dette betyr at det er relativt god innovasjonshøyde i prosjektene tatt i betraktning at landbruksoppdraget også er med og påvirker gjennomsnittet i negativ retning. Med hensyn til våre innovasjonstyper som vare-, tjeneste-, prosess-, markeds- eller organisasjonsinnovasjon, så er vareinnovasjon den dominerende innovasjonstypen. Tjenesteinnovasjon og prosessinnovasjon er de to neste innovasjonstypene deretter kommer markedsinnovasjoner og til slutt organisatoriske innovasjoner. Det er viktig å fremheve at en innovasjon ofte består av flere innovasjonstyper. For eksempel kan en vareinnovasjon også medføre at bedriften må innovere i prosessen. I gjennomsnitt innoverer bedriftene på 2,5 områder pr. prosjekt som følge av vår leveranse.

Forventninger til effekter – forholdet til risiko

I den siste førundersøkelsen er det gjort analyser mht. hva som kjennetegner prosjekter som gir størst økonomisk effekt. Undersøkelsene viser at det er en positiv sammenheng mellom bedriftenes forventede økonomiske resultater og addisjonalitet, samarbeid, antall innovasjonsområder og innovasjonshøyde. Dette gir viktig innsikt i hvilke typer prosjekter som vil gi størst effekt på verdiskaping.

Når det gjelder bedriftenes vurdering av risikoen i prosjektet, er det hverken de med svært høy eller svært lav risiko som skaper størst verdi, men de med middels risiko.

Økonomiske effekter

Innovasjon Norge har økende betydning for bedriftenes økonomiske bærekraft. Både for konkurranseevnen, lønnsomheten og overlevelsen har prosjektstøtten fått økt betydning de siste par årene. 74 prosent av bedriftene sier at prosjektstøtten har hatt stor betydning for konkurranseevnen og for lønnsomheten, 68 prosent for overlevelsen. 38 prosent av prosjektene fører til økt eksport (ny registreringsmåte her, så sammenlignbare tall finnes ikke).

De økonomiske effektene er store både i og utenfor det distriktpolitiske virkeområdet.

I siste etterundersøkelse (2008-årgangen) har vi sammenlignet overlevelse generelt hos bedrifter i Norge (SSB data) med bedrifter som er Innovasjon Norges kunder og som alle er etablert i 2004. Dette viser at mens overlevelseshraten var 31 prosent i den generelle foretakspopulasjonen, så er den nærmere 100 prosent for Innovasjon Norges bedrifter.

Sysselsetting og kostnader pr arbeidsplass

Innovasjon Norges 2008-årgang med kunder har skapt og sikret et sted mellom 7500-9500 arbeidsplasser i fireårs-perioden 2008-2012. Kostnadene pr. arbeidsplass er anslått til et sted mellom 190 000-250 000 kroner.

15.2 Vedlegg 2 – Årsrapport for Norsk reiseliv 2012

Basert på informasjon fra overnattingsstatistikken til SSB og UNWTO World Tourism Organization

Ansvarlig for rapporten: Innovasjon Norge/reiseliv

15.2.1 Oppsummering

Reiselivsåret 2012 kan i korte trekk oppsummeres ganske likt som 2011. Vinteren var snøfattig, sommersesongen solfattig og den norske kronekursen var fortsatt høy mot mange av våre viktigste handelspartnere. Med en nullvekst fra utlandet i 2011 er det likevel hyggelig at antall utenlandske gjestedøgn økte med 1 prosent i 2012. Norske gjestedøgn økte med 3 prosent.

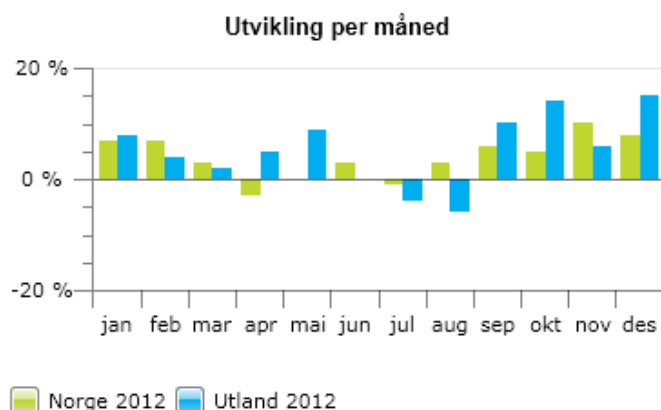
At antall utenlandske gjestedøgn kom ut i pluss er takket være økningen på 4 prosent i vintersesongen. Tall fra sommersesongen viser en nullvekst fra utlandet. Gjennom 2012 var det en nedgang fra mange av de markedene Innovasjon Norge markedsfører Norge som ferieland i, men et lyspunkt er at veksten fra Asia fortsatte. Ellers var det en økning i overnattinger fra Sverige, Danmark, Russland, Polen og Storbritannia. Norske gjestedøgn økte gjennom hele året.

Tall fra World Tourism Organization viser at verdens befolkning reiser som aldri før. Dette viser at etterspørselen etter turisme er robust til tross for en usikker økonomisk situasjon i mange land. Reiser er noe av det siste forbrukerne er villig til å kutte ned på. Prognoser fra UNWTO viser at en ny rekord ble satt den 13. desember 2012. Da reiste turist nummer 1. milliard et sted i verden.

15.2.2 Det norske reiselivsåret

Det var 29,9 millioner gjestedøgn ved kommersielle overnattingssteder i 2012. Dette er en økning på 3 prosent fra 2011. Det var 21,8 millioner norske overnattinger som er en økning på 3 prosent. Antall utenlandske økte med 1 prosent og endte på 7,9 million. 73 prosent av alle overnattinger var norske. Denne andelen er uendret fra 2011. Etter en jevn stagnasjon fra utlandet gjennom hele 2011, er det hyggelig at denne trenden stoppet i 2012, men dessverre sviktet trafikken i de viktigste sommermånedene juni, juli og august som er volumdrivere.

Grafen viser prosentvis endring i antall gjestedøgn fra 2011-2012. De månedene hvor det ikke kommer frem en synlig strek er var det en nullvekst.



Kilde: SSB

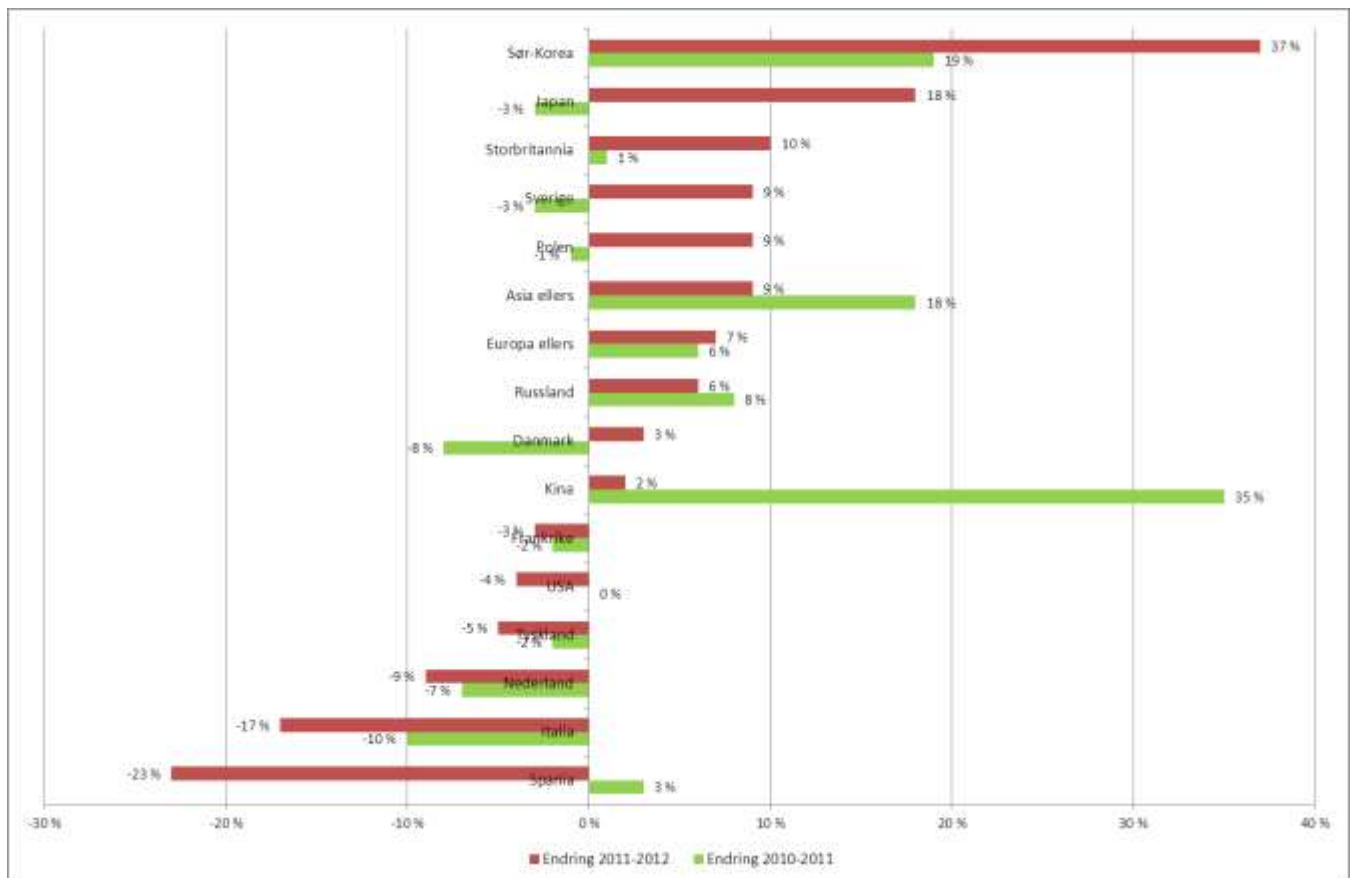
Statistisk sentralbyrå (SSB) baserer sin overnattingsstatistikk på månedlig innsendt materiale fra kommersielle overnattingsbedrifter som hotell, camping, hyttegrend og vandrerhjem. SSB utgir

overnattingsstatistikk fordelt på nasjonalitet og på formål. Per i dag er det ikke mulig å skille mellom de ulike formålene fordelt på nasjonalitet.

UTENLANDSMARKEDER

Selv om en samlet økning fra utlandet på 1 prosent ikke utgjør mer enn 73 000 flere overnattinger, var det i 2012 ganske store prosentvise endringer i antall overnattinger fra mange av de markedene. Innovasjon Norge markedsfører Norge som et ferieland i. Det var en god økning fra mindre volummarkeder slik som Asia, og etter år med en nedgang fra Storbritannia, er det verdt å merke seg økningen på 10 prosent. Ellers fortsatte nedgangen fra Sør-Europa og store volummarkeder som Tyskland og Nederland. Økningen fra Danmark på 3 prosent kom godt med, men veier ikke opp for nedgangen som var i 2011.

Tabellen viser prosentvis endring per utenlandsmarked i perioden 2010-2011 og 2011-2012.



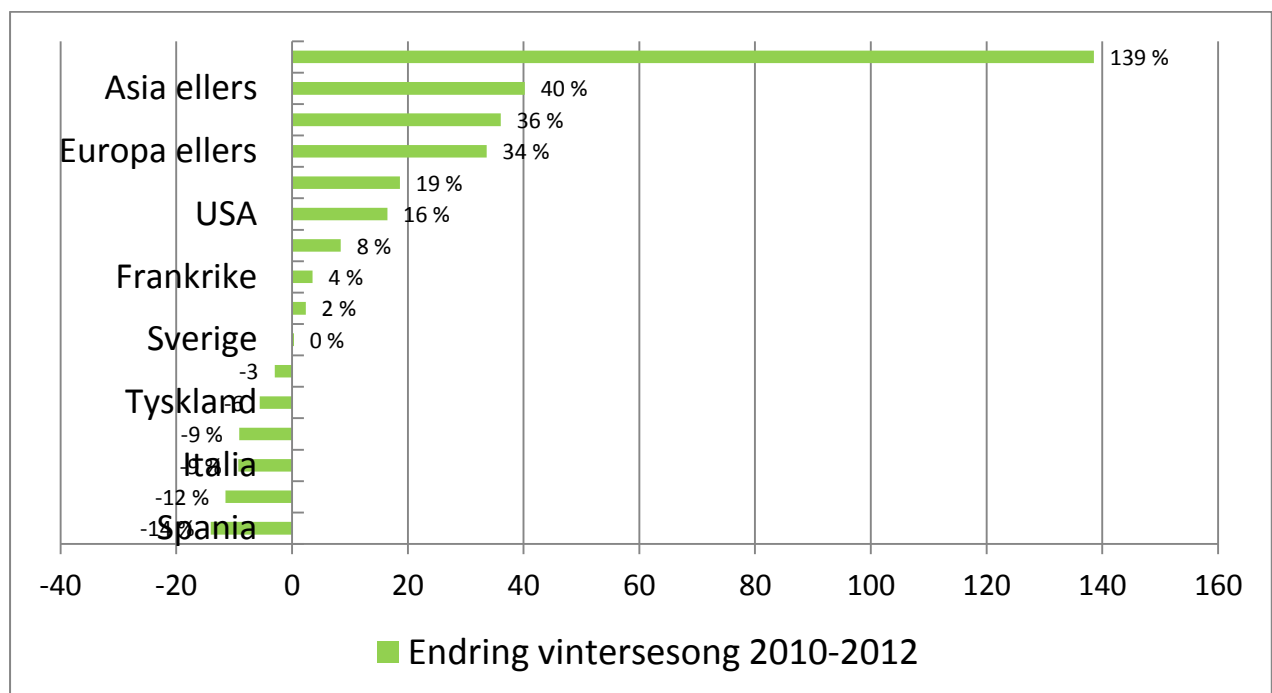
Kilde: SSB

VINTERSESONGEN

Årets vintersesong tok igjen det tapte etter vintersesongen 2011

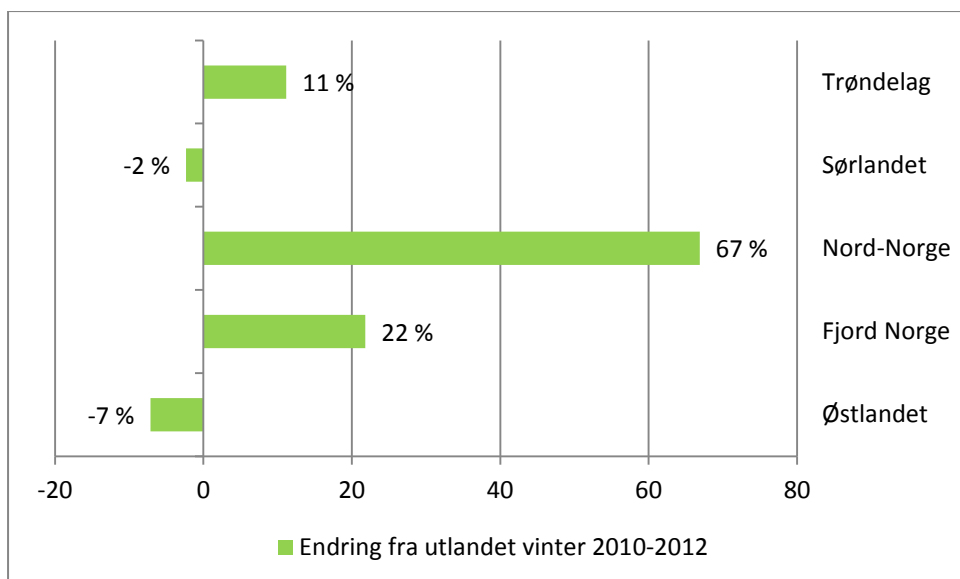
Antall kommersielle gjestedøgn økte med 4 prosent vintersesongen (januar-april) 2012. Norske økte med 3 prosent, mens utenlandske økte med 4 prosent. Veksten fra utlandet må ses i sammenheng med den jevne nedgangen fra utlandet gjennom hele 2011. Sesongen hadde i likhet med foregående vinter få fridager i julen og en sen påske som førte til begrensede skimuligheter mange steder i landet.

Ser vi to år tilbake, ligger antall utenlandske gjestedøgn 2 prosent høyere enn i vintersesongen 2010. Norske gjestedøgn 6 prosent høyere. Antall gjestedøgn fra Danmark, som er det største og viktigste utenlandsmarkedet har gått tilbake med 12 prosent fra 2010. Tyske gjestedøgn har gått tilbake med 9 prosent. Økningen vintersesongen har vært fra mindre markeder som ikke er særlig skiinteressert. Nord-Norge er den landsdelen med størst prosentvis endring fra utlandet og det er mye som tyder på at det er Nordlys-turismen og "vinter uten ski" som har bidratt til veksten.



Kilde: SSB

Nord-Norge har hatt den sterkeste veksten i utenlandske gjestedøgn fra vintersesongen 2010-2012

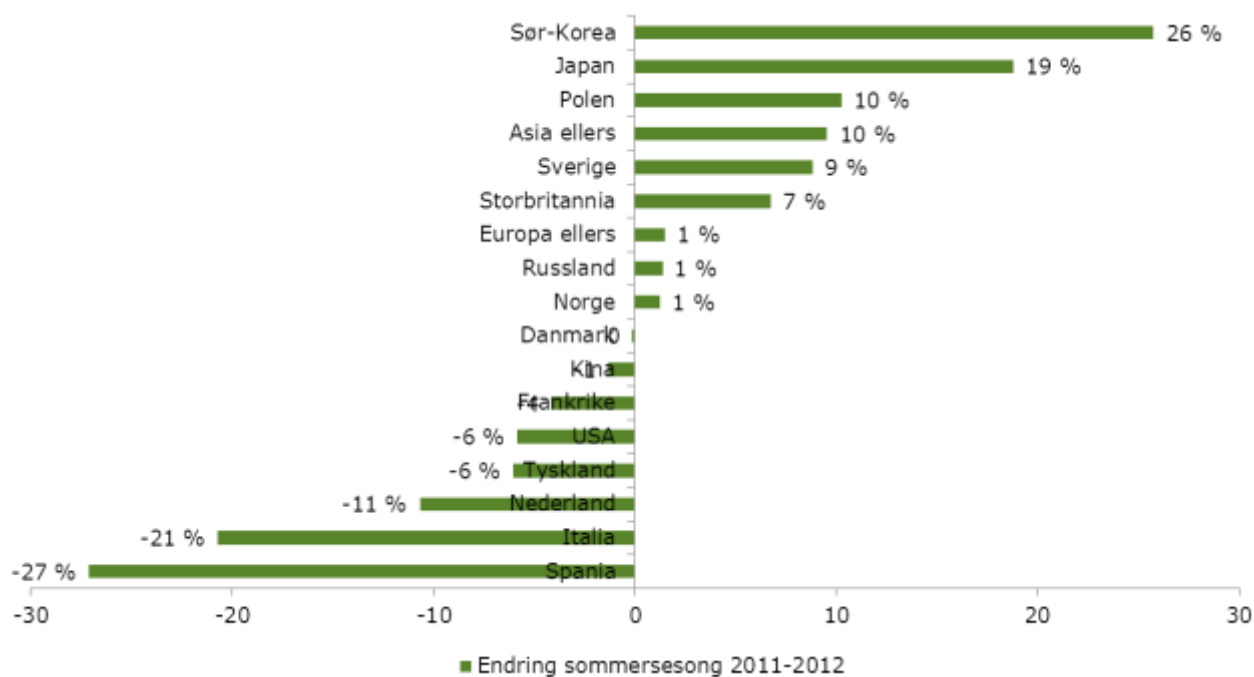


Kilde: SSB

SOMMERSESONGEN

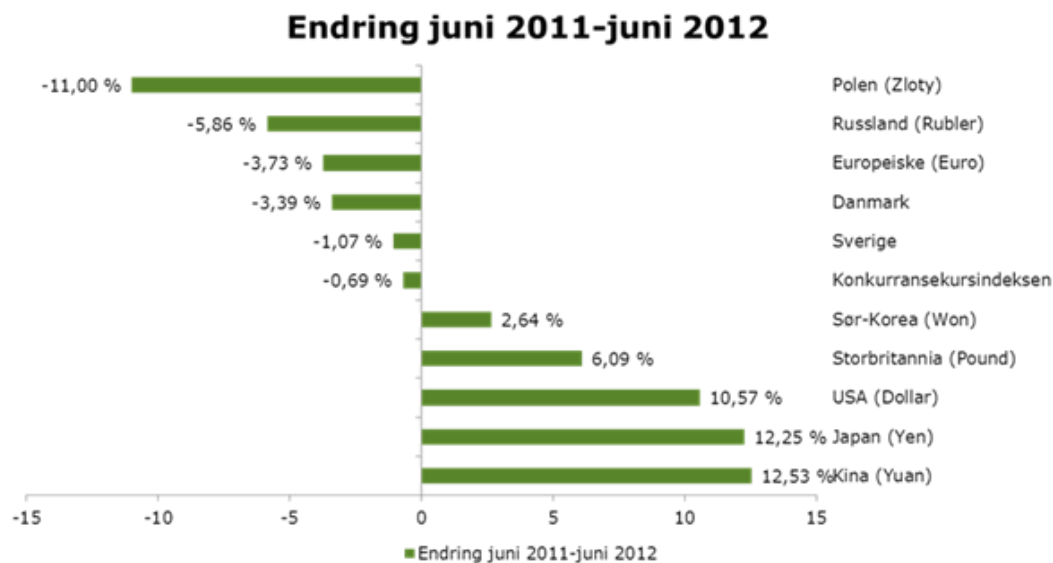
Nord-Europa var preget av svært mye regn, noe som kan forklare nullveksten fra utlandet. Sommersesongen (mai-august) startet godt i mai med en økning i utenlandske gjestedøgn på 9 prosent. Juni var uendret fra i fjor, så kom juli og august med en nedgang på hhv 4 og 6 prosent. Totalt var antall kommersielle gjestedøgn i sommer uendret fra sommersesongen 2011. Dette takket være 1 prosent flere gjestedøgn fra Norge. Utenlandske gikk tilbake med 3 prosent.

Sommersesongen var preget av en nedgang fra mange store markeder. Hyggelig med en økning fra Sverige og Asia.



Kilde: SSB

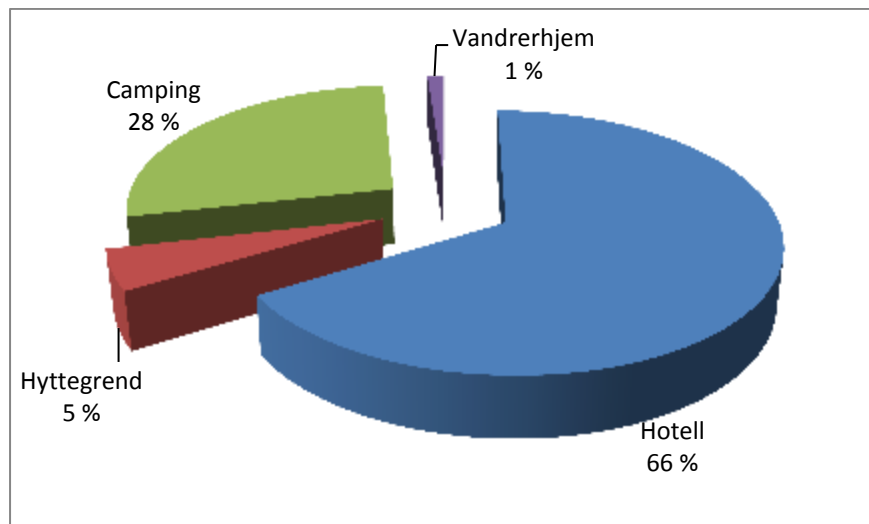
Med en sterk norsk kronekurs og dårlig situasjon i mange europeiske land ble resultatet dessverre en nedgang fra utlandet i sommer. For sommersesongen ser vi en direkte sammenheng mellom nedgang i kommersielle overnattinger og en svekket euro valuta mot den norske krone.



Kilde: Den norske bank

OVERNATTINGSFORM, OMSETNING OG FORMÅL

Majoriteten av overnattingene på kommersielle overnattingssteder foregikk på hotell. I 2012 sviktet utlendingene både camping, hyttegrend og vandrerhjemmene. Mens det var 3 prosent flere utenlandske overnattinger på hotellene, hadde både camping, hyttegrend og vandrerhjem en nedgang fra utlandet.



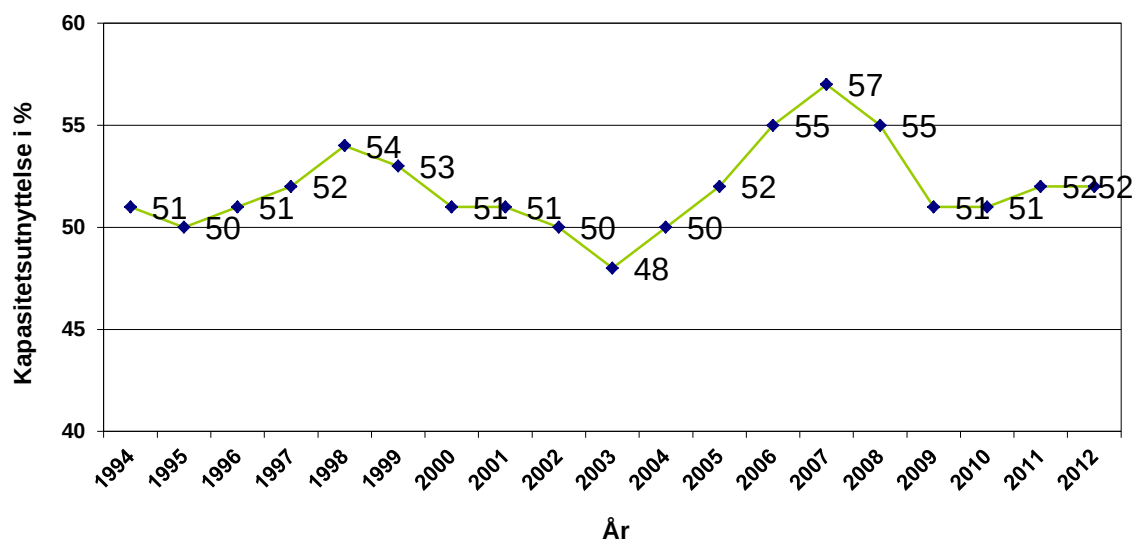
Kilde: SSB

Hotell

Med 3 prosent flere overnattinger, var 2012 nok et godt år for hotellene. I 2011 lå den gjennomsnittlige veksten på 5 prosent. Totalt var det 19,8 millioner overnattinger ved norske hotell i 2012. Økningen tilsvarer i underkant av 600 000 flere overnattinger. Både norske og utenlandske økte med 3 prosent. 74 prosent av alle overnattinger var norske i 2012.

68 prosent av alle norsk kommersielle gjestedøgn var et hotellgjestedøgn, og det tilsvarende tallet for utenlandske var 64 prosent i 2012.

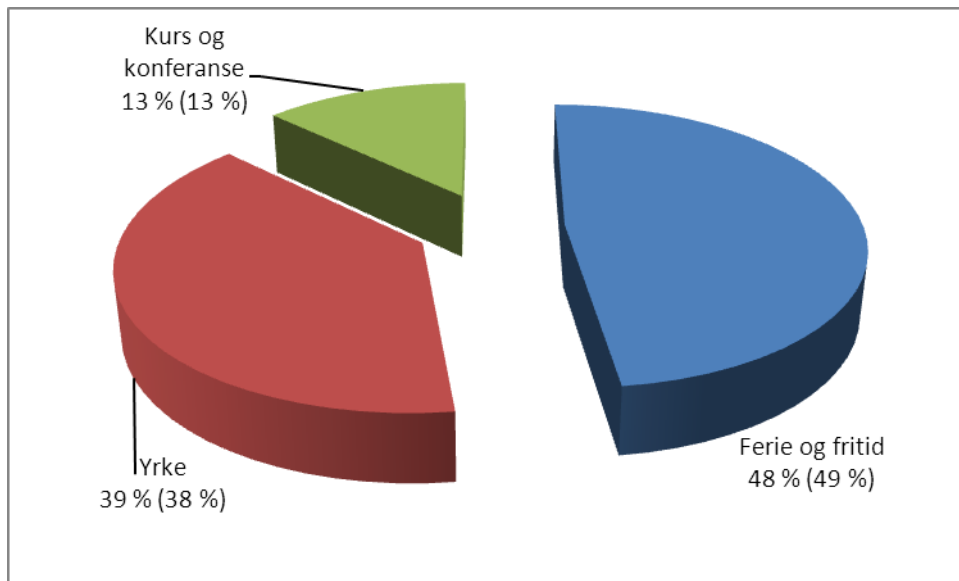
Ikke bare økte antall overnattinger ved hotellene, men omsetningen økte med 5 prosent fra 11,4 til 11,9 milliarder i 2012. Den gjennomsnittlige romprisen forble uendret på 874 kr. Det samme gjorde kapasitetsutnyttelsen målt i rom. Den var på 52 prosent som er uendret fra 2011.



Kilde: SSB

Ser vi på formålet med overnattingen på hotellet var 48 prosent av overnattingene ferie- og fritidsrelaterte. Dette er ett prosent poeng lavere enn i 2011.

Paien under viser fordelingen mellom overnattinger på hotell som var ferie- og fritids-, kurs og konferanse- eller yrkesrelatert i 2012. I parentes vises andelen i 2011



Kilde: SSB

Camping

Det var 8,2 millioner overnattinger ved campingplassene i 2012. Øningen på 2 prosent er takket være en økning fra hjemmemarkedet på 3 prosent. Det var en nedgang fra utlandet på 3 prosent. Det var særlig i sommermånedene som naturlig nok er høyvolummåneder hvor campingplassene mistet flest overnattinger.

Hyttegrennd

Det var 1,5 millioner overnattinger på hyttegrennd i 2012. Den totale økningen på 6 prosent er takket være 11 prosent flere norske overnattinger. Utenlandske gikk tilbake med 2 prosent.

LANDSDELER

Landsdelene er listet opp etter størst vekst målt i kommersielle gjestedøgn i 2012

Fjord Norge

Fjord Norge hadde 4 prosent (= 277 000) flere gjestedøgn i 2012. Økningen skyldes 6 prosent flere norske overnattinger. Utenlandske gikk ned med 1 prosent. Av fjordfylkene var det kun Hordaland (+4 %) som hadde en økning fra utlandet i 2012.

Østlandet

Østlandsfylkene hadde 2 prosent (= 249 650) flere gjestedøgn i 2012. Norske økte med 2 prosent, mens antall utenlandske gjestedøgn er uendret fra 2011. Etter nedgangen fra utlandet på 5 prosent i 2011 er ikke dette så gode tall for Østlandsfylkene. Av Østlandet fylkene var det kun Akershus (+14 %), Buskerud (+4 %) og Østfold (+3 %) som hadde en økning fra utlandet i 2012.

Trøndelag

Trøndelag er den landsdelen med færrest kommersielle gjestedøgn i 2012. Derfor er det hyggelig med en økning på 7 prosent sammenlignet med 2011. Dette tilsvarer 152 400 flere gjestedøgn og fordelte seg på 8 prosent flere utenlandske og 7 prosent flere norske. Veksten fra utlandet fordelte seg på hele fylket. Sør-Trøndelag hadde en økning på 7 prosent, mens Nord-Trøndelag hadde 9 prosent flere utenlandske gjestedøgn.

Sørlandet

De sørligste fylkene hadde en økning på 2 prosent i 2012. Økningen som tilsvarer 62 700 flere overnattinger fordelte seg på 1 prosent flere norske og 7 prosent flere utenlandske. Telemark hadde

en nedgang fra utlandet, men både Vest-Agder og Aust-Agder hadde en økning fra utlandet på hhv 14 og 10 prosent.

Nord-Norge

Nord-Norge hadde en mye lavere vekst i 2012 enn i 2011. I motsetning til en 12 prosents vekst i 2011 hadde de nordligste fylkene en økning på 3 prosent i 2012. Dette tilsvarer 30 400 flere gjestedøgn. Mens det var en nullvekst fra hjemmemarkedet, økte utenlandske overnattinger med 3 prosent. Det var Troms fylke som hadde en økning fra utlandet, og da var det særlig en økning fra Storbritannia (+50 %), Russland (+29 %), Kina (+60 %) og Japan og Sør-Korea med begge +56 % flere overnattinger i 2012.

15.2.3 Internasjonal turisme

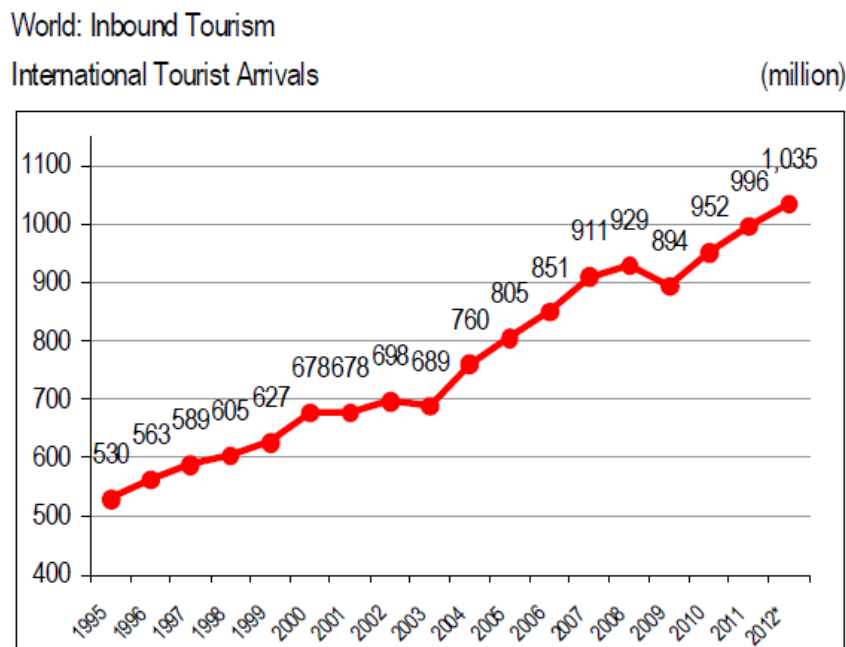
2012 ble året da antall turistankomster i verden overskred 1 milliard.

Etterspørselen etter turisme har vist seg å være robust til tross for en usikker økonomisk situasjon i mange land. UNWTOs prognoser viser at turist nummer 1. milliard reiste et sted i verden den 13. desember. Foreløpige tall viser en økning på 4 prosent i 2012, eller 39 millioner flere reiser på tvers av landegrenser enn i 2011.

Det har vært en jevn økning i internasjonale turistankomster de siste årene, med unntak av 2009. Da det var en nedgang på 4 prosent som et resultat av finanskrisen og uvissheten som da rådet.

Det er forventet at veksten i internasjonale ankomster kommer til å fortsette i 2013, men i et lavere tempo. UNWTO spår at den gjennomsnittlige veksten i verden vil ligge mellom 3 og 4 prosent. Dette er lavere enn UNWTO har spådd tidligere. Likevel er det en optimistisk prognose til tross for usikkerheten som igjen råder.

Utvikling i antall turistankomster fra 1995-2012



Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©



INNOVASJON
NORGE

innovasjonnorge.no

Innovasjon Norge tilbyr produkter og tjenester som skal bidra til å øke innovasjonen i næringslivet over hele landet, utvikle distriktene, og profilere norsk næringsliv og Norge som reisemål. Med kontorer i alle fylker og i mer enn 30 land over hele verden er det lett å komme i kontakt med oss.

Våre medarbeidere har kunnskap om lokale og internasjonale forhold som skal bidra til at kundenes ideer blir forretnings-suksesser.

Innovasjon Norge
Postboks 448 Sentrum,
0104 Oslo

Telefon: 22 00 25 00,
Faks: 22 00 25 01
post@innovasjonnorge.no