

Kriterier for valg av satsinger

5-10 nye nasjonale eksportsatsinger

Næringsminister Jan Christian Vestre har bestemt at det skal etableres 5-10 nye eksportsatsinger. Nasjonalt eksportråd skal gi råd om hvilke satsinger det skal være og satsingenes innhold. I den forbindelse er det etablert noen kriterier for valg av satsinger. Dette notatet redegjør for kriterier og vurderinger som er viktige i Rådets arbeid med å velge områder for nye satsinger.

De nye eksportsatsingene skal være rettet mot internasjonale markeder i sterk vekst, og være innenfor områder hvor norske bedrifter og industrimiljøer har særskilte gode forutsetninger for å lykkes. Hver satsing bør ha konkrete mål for verdiskaping, bygge på koordinert innsats fra næringslivet og virkemiddelaktørene, og ha medfinansiering fra næringslivet.

En satsing skal ha nasjonal effekt på verdiskaping og sysselsetting. I tillegg til sektorer og industrier/næringer, kan en satsing også knyttes til potensialet i et overordnet europeisk eller globalt grønt skifte, el.lign.

Kriterier

Eksportpotensialet utgjøres av markedenes størrelse og vekst, og norsk næringslivs evne til å konkurrere og levere i disse markedene. En eksportsatsing må utgjøre en forskjell, og ha utløsende effekt på realiseringen av dette potensialet.

Eksportpotensial som funksjon av markedspotensial og norske næringers konkurranseforutsetninger. Kilde: Menon



I tillegg til **markedspotensial** og **konkurranseevne**, vil det derfor også være hensiktsmessig å vurdere om en satsing vil ha **utløsende effekt**. Dette handler blant annet om:

- Hvor koordinert næringen samarbeider og mobiliserer
- Investeringsvilje og egenbidrag fra næringen
- Politiske rammevilkår
- Eksportrettede tiltak som kan korrigere markedssvikt, skape merverdi og realisere eksportpotensialet, ofte knyttet til virkemiddelapparatet.

Følgende elementer er viktige i vurderingen av nye satsinger

- Vekstpotensial
- Åpne for noen spissede satsinger på områder som er i tidlig fase

- Addisjonalitet – hvor gjør en satsing mest ekstra nytte (korrigere markedssvikt, utløser mest, mm.)
- Verdikjede/konsortium/klynge med track-record for å levere gode resultater/evne til utvikling
- "Bredde" i form av antall bedrifter, sammensetning av bedrifter (store/små og verdikjede/økosystem)

Eksportpotensial

- Er markedspotensialet i internasjonale markeder kartlagt?
- Er norske fortrinn kartlagt?
- Er eksportpotensial kartlagt og er det realisme i anslagene?
- Vil en satsing gi ringvirkninger i Norge?

Hva er det konkrete caset?

- Er konsortiet sterkt nok til å skape resultater?
- Er de sentrale aktørene mobilisert og engasjert?
- Er medfinansiering fra næringslivet ivarett (egeninnsats og/eller tilskudd)?
- Er tidsplan og målsetninger realistiske?

Hvilke vektorer kan en strategisk satsing bidra med?

- Hvilke barrierer hindrer økt verdiskapende eksport?
- Hva er mulige tiltak fra virkemiddelapparatet og myndighetene for å realisere eksportpotensialet?
- Er tiltakene realistiske å gjennomføre?

Noen viktige avveininger ved valg av satsinger er om satsingsområdet skal være bredt eller smalt. Man kunne for eksempel tenke seg en bred satsing på alle fornybare energinæringer, inkludert havvind, batteri, hydrogen, sol, energisystemer, etc på den ene side, eller kun havvind på den andre side. En enda smalere havvind-satsing ville kunne være å kun se på flytende havvind. Brede satsinger vil ha større potensial, mens smale satsinger vil være lettere å spisse og der satsingen vil kunne ha mer konkret merverdi.

En annen avveining er om innholdet i en satsing favner bredt eller smalt. En bred satsing vil kunne omfatte alle rammevilkår og virkemidler, noe som gir større endringspotensial. En smal satsing vil kun omfatte direkte eksportvirkemidler som eventuelt kommer i tillegg til eksisterende virkemidler, f.eks tildeling av midler eller oppdrag til Innovasjon Norge eller andre eksporthjelpere.

En satsing kan inneholde tre elementer:

- Direkte virkemidler (eksportrettede tiltak, f.eks styrking av virkemiddelapparatet)
- Indirekte virkemidler (f.eks forskning, utvikling og innovasjon, pilotering, testing, etc.)
- Rammevilkår (skatt, finansieringsordninger, samferdselspolitikk, offentlige anskaffelser, hjemmemarked, etc.)

Definisjon av en strategisk eksportsatsing



Nasjonalt Eksportråd (NE) skal utvikle felles strategiske eksportsatsinger innenfor noen utvalgte områder **der Norge kan ha særskilte fortrinn for å lykkes i internasjonale markeder med sterk vekst.**



En større strategisk eksportsatsing er **et stort flerårig prosjekt** som også kan bestå av noen delprosjekter.



Særskilte norske fortrinn kan ha sin bakgrunn i naturgitte forhold, sterke kompetansemiljøer, avansert produksjonsteknologi, tette relasjoner mellom bedrifter i industrielle klynger eller særskilt markedskunnskap bygget opp over tid.



Den **koordinerte felles innsatsen** i satsingene skal gjøre det mulig for norsk næringsliv og virkemiddelaktørene* å gjennomføre større prosjekter enn de har ressurser til på egen hånd.



Satsingene vurderes på grunnlag av **strategiske analyser av eksportpotensialet** i norsk næringsliv og identifisert markedspotensial for norske løsninger i internasjonale markeder.



Hver satsing skal ha **konkrete mål** for økt verdiskaping fra eksport, og forutsetter koordinert innsats fra flere aktører.

*Virkemiddelaktørene (VMA) inkluderer Innovasjon Norge, EksFin, NORWEP, Sjømatrådet og utenriksstasjonene ¹⁶

«Ønsket» strategisk satsingsportefølje

Porteføljen bør ha ulike typer satsinger:

Verdikjeder

Klynger

Næringer

Landinnretting

Store prosjekter (Green Deal, Fit for 55)

Satsinger hvor vi kan bruke flere vektorer har større sjans for å lykkes

Den «store vektarmen»:

«Norsk «kraftsamling» i seg selv rundt definerte eksportsatsinger kan utløse eksportvekst

Effekten av statsbesøk, statsrådsbesøk mm kan med dette bli større

Et uteapparatet med større mulighet for målrettet døråpning/speiding

Ulike andre «vektarmer»:

Fjerne handelshindringer/ sikre markedsadgang

Finansiell støtte til satsinger (innenfor statsstøtterammer)

Tidsaspekt:

Mange satsinger vil ta lang tid før de viser resultater. ESR bør operere med en mix som har både kort og lang horisont

Kort: 2 - 4 år

Langt: 7 - 10 år

Oppsummert er følgende tre hovedkriteriene de viktigste ved valg av nye satsinger

- Markedspotensial
 - o Markedets størrelse og vekstpotensial på kort og lengre sikt
- Konkurransesevne (norske fortrinn)
 - o Næringssegenskaper
- Utløsende effekt
 - o Realistiske samarbeidstiltak som kan korrigerer markedssvikt, gi merverdi og realisere eksportpotensialet
 - o Næringsens styrke og vilje til å gjennomføre satsingen