

# Brand Norway

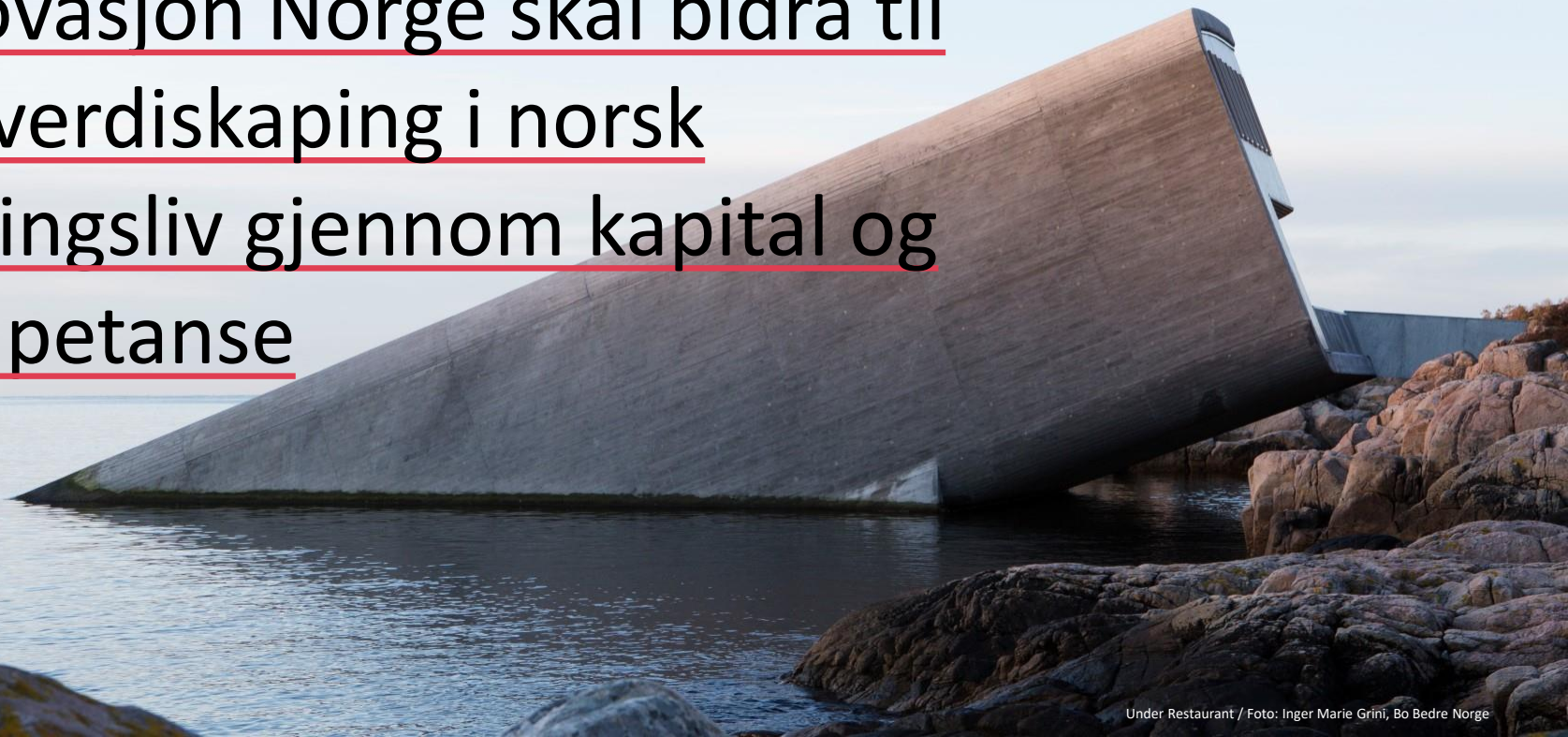
Ålesund, 15 okt.2019  
Oscar Kipperberg



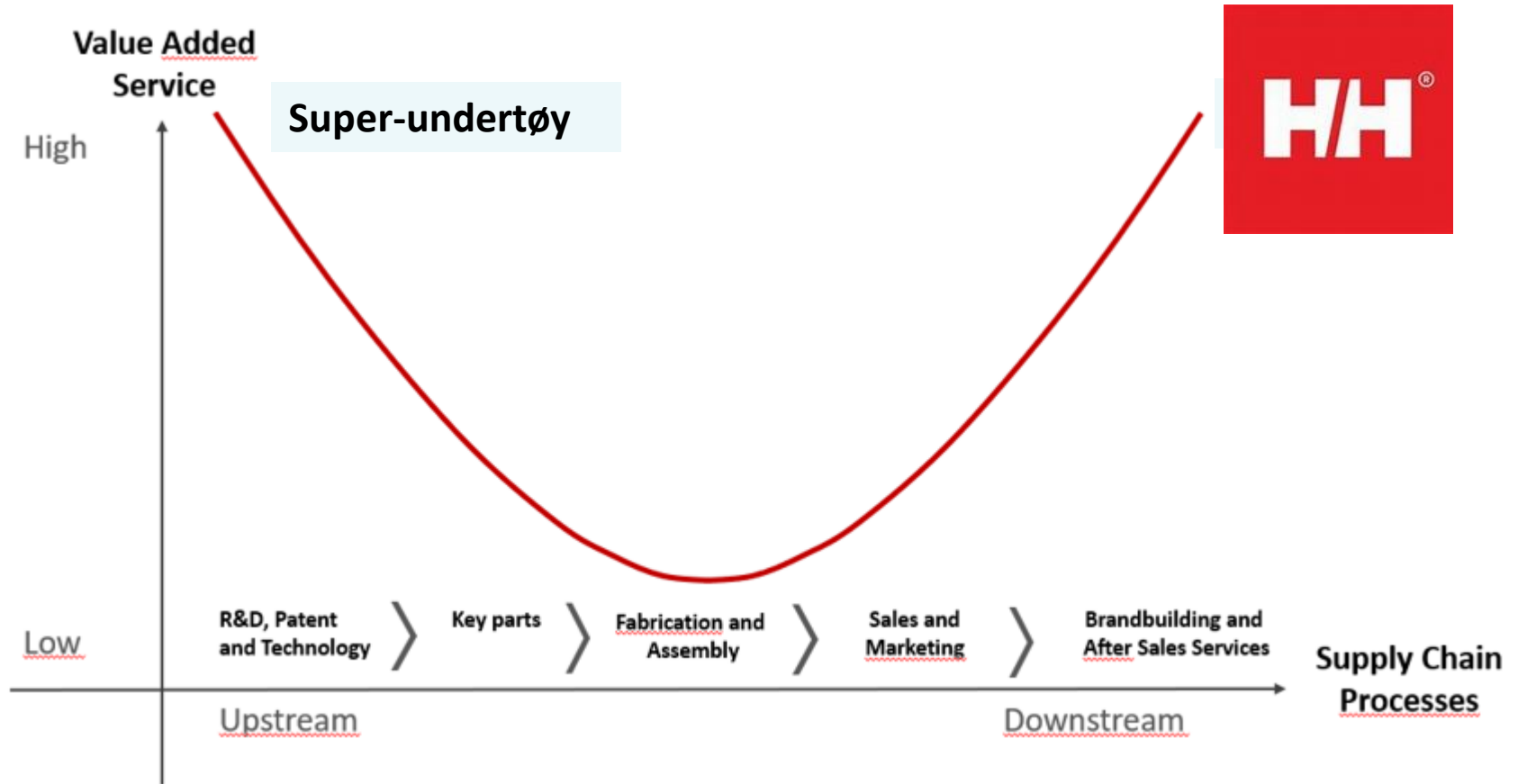
# Agenda

- 12.00 Merkevaren Norge og ny, nasjonal havposisjonering – og strategi – whats in it for you - Oscar Kipperberg / Spesialrådgiver IN
- 12.45 The Explorer – den digitale markedsplassen for grønn teknologi fra Norge – Helene Friis /Head of The Explorer / Linda Rostad / Ocean Performance Mngr, IN
- 13.15 Coldwater Prawns of Norway: Hvordan lykkes med strategisk posisjonering - CEO Knut Helge Vestre
- 13.45 Nytt kompetansetilbud om strategisk posisjonering og merkevarebygging - Bente Sofie Syversen / Innovasjonsrådgiver IN
- 14.20 Internasjonalisering og andre eksportrettede tilbud fra Innovasjon Norge - Sunniva Hellandsvik Ødegård / Internasjonaliseringsrådgiver IN
- 14.40 - 15.00 Innspill og oppsummering

Innovasjon Norge skal bidra til  
økt verdiskaping i norsk  
næringsliv gjennom kapital og  
kompetanse



# Hvor i verdikjeden skjer verdiskapingen ?

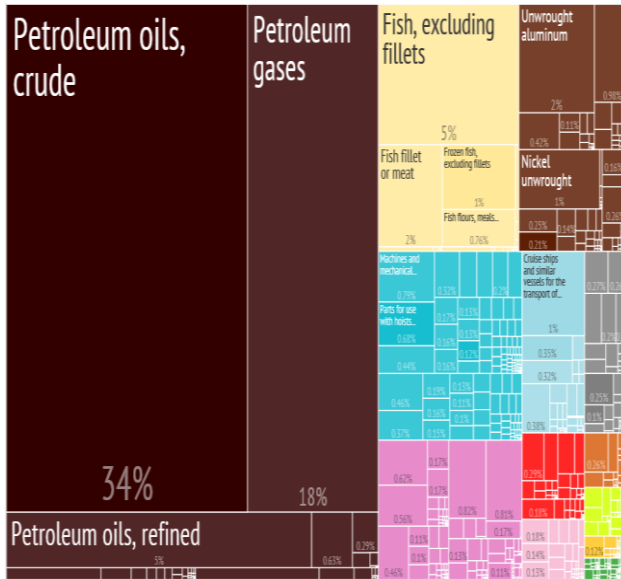


# Sterke på produkt-svake på marked

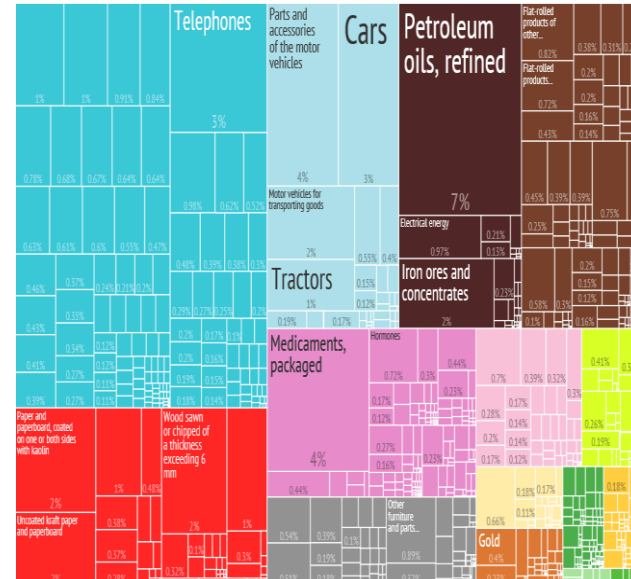
Positivt	Negativt
<ul style="list-style-type: none"><li>• Global nisje leder i olje, maritim og sjømat.</li><li>• High-tech produkt av høy kvalitet</li><li>• «State of the art» prototyper</li><li>• Til å stole på</li><li>• Flate strukturer i arbridslivet</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Dyrt</li><li>• Ingen volum produkter</li><li>• Liten fleksibilitet</li><li>• Ingen kundeorientering</li><li>• Dårlige på marketing og posisjonering</li><li>• Arrogant</li></ul>

# Bakgrunn

# Vi må øke eksporten på nye områder:



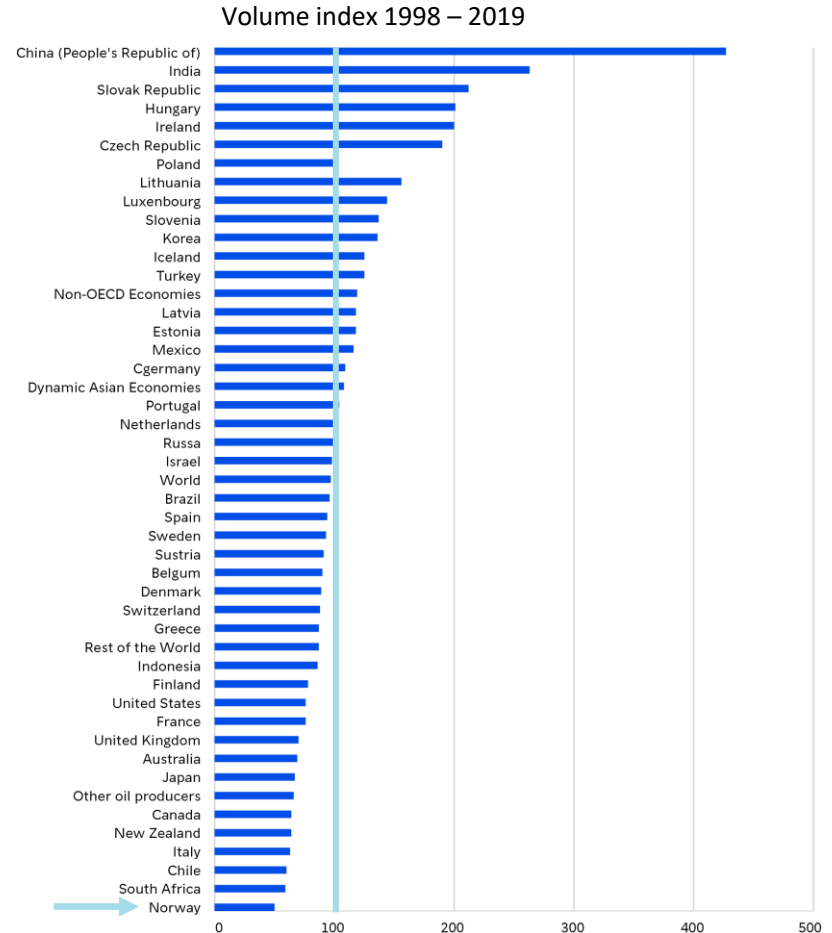
Norge



Sverige

Norge har tapt 50 % av sin markedsandel på 20 år.

Vi må bedre vår internasjonale konkurransekraft !!!





# Du blir ikke valgt uten å være kjent og likt !

- BI Rapport om hva som skal til for å lykkes ute :
  - Markedsinnsikt
  - Nettverksrelasjoner
  - Posisjonering/varemerkebygging
  - Kostnadseffektivitet.

# Brand Norway







## Et langt forankringsarbeide:

- “Drømmeløftet”
- De 30 største bedriftene
- Klyngesamtaler
- Best practice
- OECD konferanse
- Nullpunktsundersøkelse



**OECD:  
Sterke nasjonale  
merkevarer øker  
konkurransen for  
nasjonale aktører!**

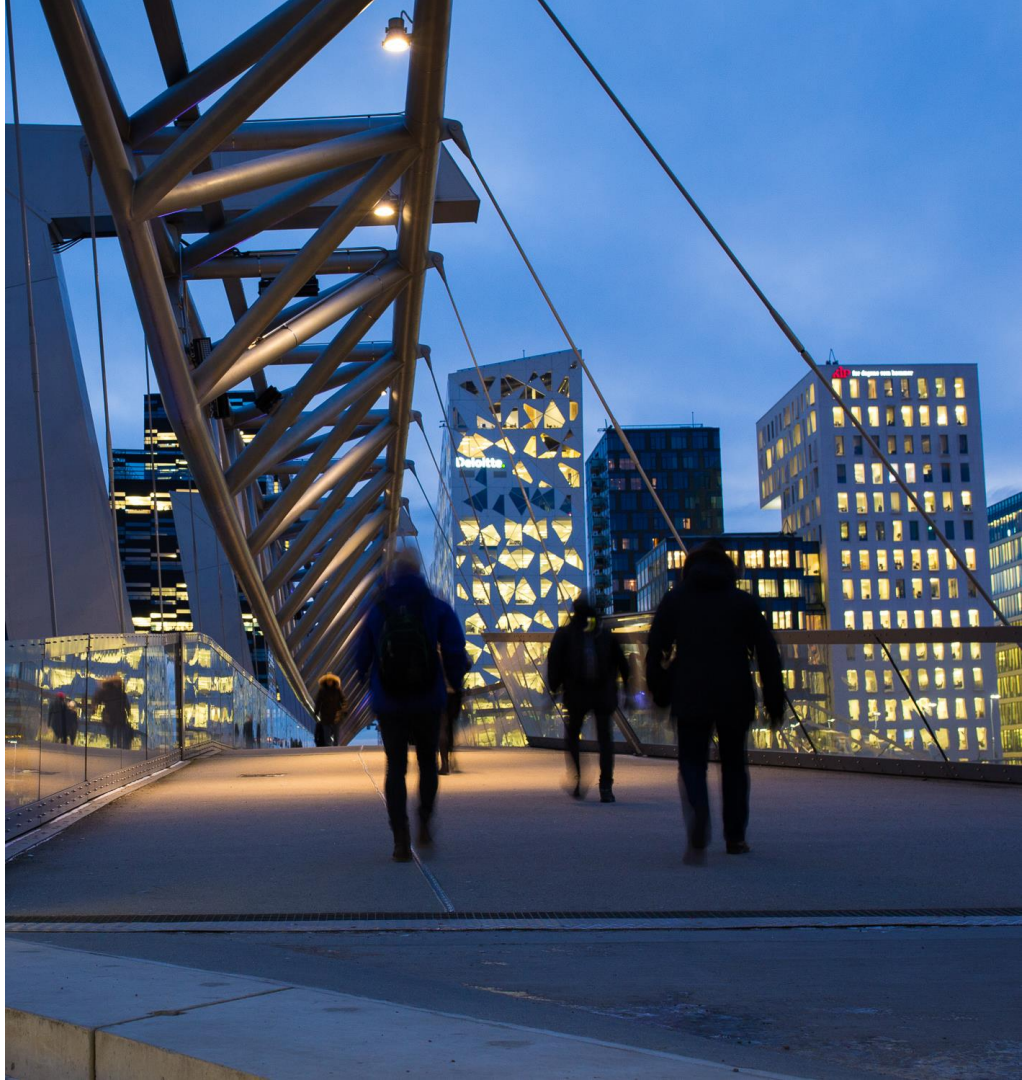


Ranking		Country	World Bank Ranking	Region
2019	Point Change from 2014		2019	
1	=	 Japan	3	Asia Pacific
2	+4	 Norway	28	Europe
3	-1	 Switzerland	20	Europe
4	=	 Sweden	22	Europe
5	+8	 Finland	42	Europe
6	-3	 Germany	4	Europe



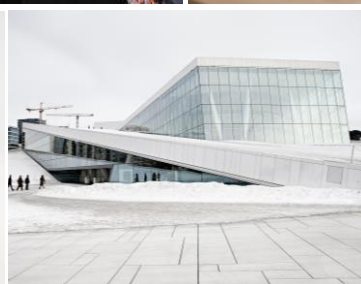
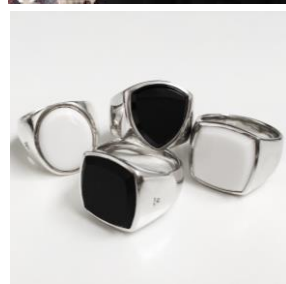
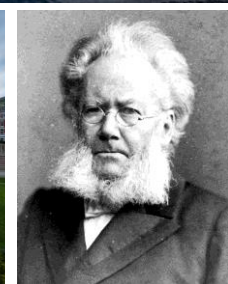
# Brand Norway : et program for økt konkurranseskraft og verdiskaping:

- Økt eksport
- Økt “tilgang” på internasjonal kapital og kompetanse
- Økt “tilgang” på talenter





# En nasjonal posisjonering må bygge på positive stereotyper, men også være aktuell :





...relevant og attraktiv:

# 2015 – SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



Our heritage :

# Powered by nature



Our products :

# North of the ordinary



Credit: Inger Marie Grim / Bo Bedre Norge

Our identity:

# Built on equal opportunities







# Pioneering sustainable solutions



# Vi har definert 7 områder der vi tror Norge kan ta ledende posisjoner:



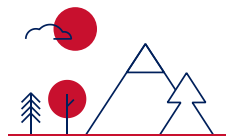
Clean Energy



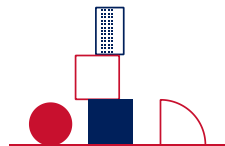
Ocean Industries



Smart cities



Bio economy



Creative industries



Health



Culture and travel

# Havromsprofileringen:

## Oppdrag til Innovasjon Norge fra Regjeringen:

Prosjektet skal bidra til å bygge en helhetlig profil for havnæringene (petroleum, maritim, marin og nye fremvoksende næringer). **Norge: Silicon Valley for havet**

Relevante private og offentlige aktører skal involveres for å sikre bred forankring av budskapet i profileringen. IN skal sette andre aktører i stand til å profilere havnæringene internasjonalt, tilpasse materialet også til enkeltbedrifter. NFD skal ha tett dialog med prosjektet.

Pressemeld Regjeringen 21.02.17: **Havnæringenes internasjonale konkurransekraft styrkes gjennom å bygge Norge som merkevare.**



# Pioneering sustainable ocean solutions



**Posisjoneringen skal reflekteres i alt vi gjør:**

«We give local ideas global opportunities!»



# A new national strategy for export and internationalisation



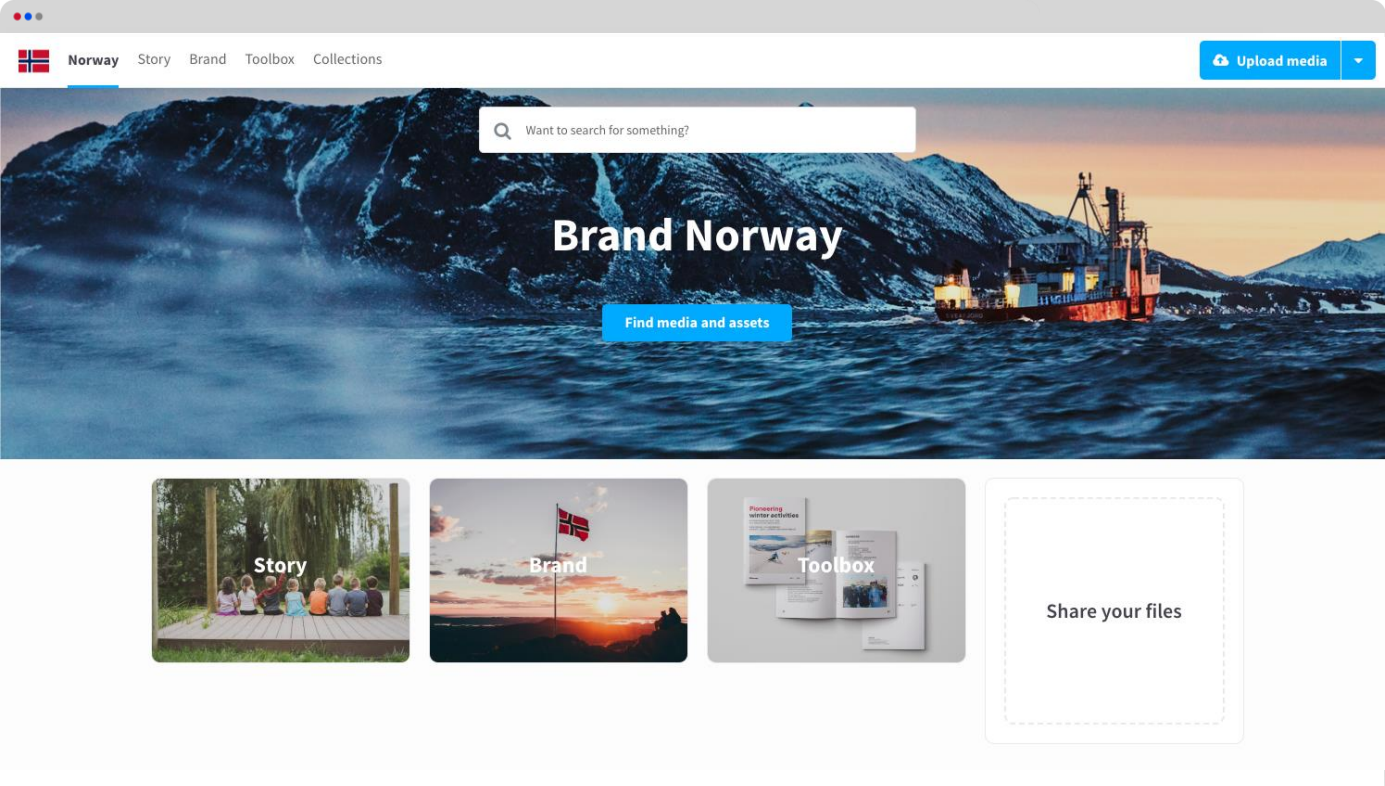
The Government's ambition:

- Securing market access to new and existing export markets
- Attracting foreign investments to Norway
- Positioning Norway as a leading research and innovation hub in fields where we have specialist expertise, in order to further develop our academic communities and attract competence to Norway
- Increasing export from existing export industries as well as facilitating new export industries
- Streamlining and targeting the established policy instruments
- **Team Norway to coordinate and prioritize foreign communication activities**

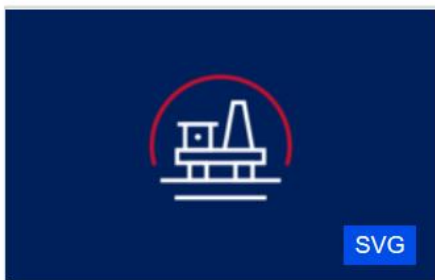
# Business Events Abroad



# Brand Center

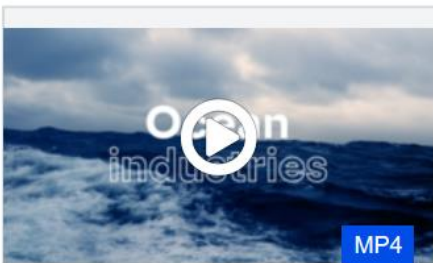






SVG

Icon Oil and gas blue



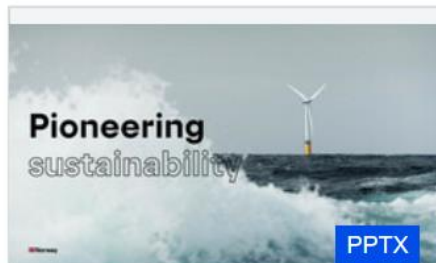
MP4

Ocean Industries film, I...



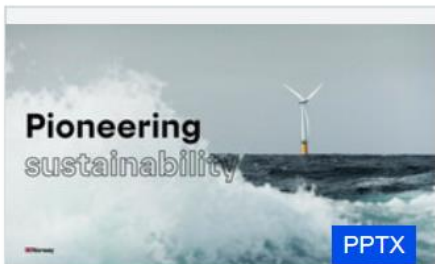
MP4

Ocean Industry film. So...



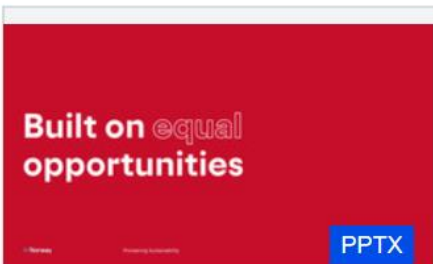
PPTX

Team Norway Presentat...



PPTX

Team Norway Presentat...



PPTX

Team Norway Presentat...



MP4

SUBTITLES The Explor...



PPTX

Team Norway Presentat...



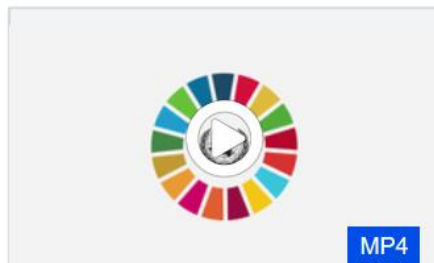
PPTX

Facts about Norway



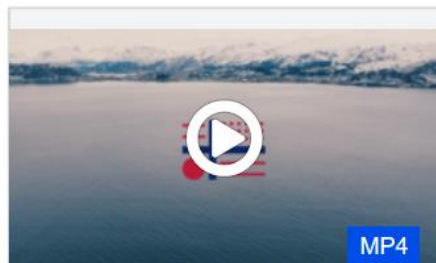
PPTX

Entrepreneurial spirit



MP4

SUBTITLES The Explor...



MP4

SUBTITLES The Explor...

# The Explorer

The Explorer

Search for sustainable solutions and stories from Norway

Messages (2)

**Karla Navro**

Profile  
Company  
Messages  
Matches  
Saved searches  
Favourites

Log out  
Invite a colleague

See your top matches →  
The solutions that match your needs best are ready to be implemented

Effective use the treatment Using thermal technology


70% interested in finding out more about the amount of hotting fresh loam at plants

The Thermoclean is an environment-friendly and drug-free treatment system for sea lice

The Explorer

Search for sustainable solutions and stories from Norway

## How Oslo became the European Green Capital 2019



SUCCESS STORY  
PUBLISHED 27.03.19  
3 MINUTE READ  
BY THE EXPLORER

Under the banner "City for everyone, putting people first", Oslo was awarded the prestigious title of European Green Capital for 2019. Here is what to expect in the coming year.

Each year the European Commission selects a European Green Capital: a European city

The Explorer

Search for sustainable solutions and stories from Norway

## Tenders

Add a tender

Calls	Deadline	Status	Document	Full tender
Maecenas pharetra convallis posuere	16th May 2019	Closed	Download	→
laculis at erat pellentesque adipiscing	29th May 2019	Open	Download	→
Consectetur libero id faucibus	2nd June 2019	Open	Download	→
Sed id semper risus	14th June 2019	Cancelled	Download	→
Varius quam quisque id diam	26th June 2019	Open	Download	→
Ornare arcu odio ut sem nulla pharetra	18th July 2019	Open	Download	→
Vitae sapien pellentesque habitant	27th July 2019	Open	Download	→
Hac habitasse platea dictumst	1st August 2019	Open	Download	→

The Explorer

Search for sustainable solutions and stories from Norway

## Sectors

**Ocean Industries**  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod →

**Health**  
Mauris vitae ultricies leo integer malesuada nunc vel risus commodo →

**Bioeconomy**  
Euismod nisi porta lorem mollis aliquam ut porttitor lorem →

**Smart Cities**  
Dillo facilisis mauris sit amet massa vitae tincidunt condimentum lacina →

**Creative Industries**  
Diam ut amet nisl suscipit leo nisl adipiscing interdum eros ultrices →

**Clean Energy**  
Ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing orci sagittis eu volutpat →

Innovasjon Norge

The Explorer

Search for sustainable solutions and stories from Norway

## Ocean Industries

At a glance

- Quick fact about Norway and Ocean Industries
- Impressive percentage here that shows our ambition and achievements
- Last quick fact that is easy to read and understand at a glance

Norway's coastline is one of the longest in the world, bringing both challenges and opportunities. And it is how, as a nation, we have overcome these challenges by inventing, creating and engineering sustainable solutions to solve new ways to pioneer and harness the power of our oceans.

And for our ocean economy to continue growing, we strive to harvest ocean resources sustainably, exploring the sea from a long-term perspective. By investing in ocean industries, where Norway already has a strong footing, we encourage research, innovation and technological development in exciting new fields.

The Explorer

Search for sustainable solutions and stories from Norway

Back to needs

**12 solutions matching your need for:**  
Green, sustainable energy sources in the scale-up phase

90% match

87% match

76% match

80% match

88% match

89% match

**Heimdal Power AS**  
Digitising and upgrading the power grid

**Ornare AS**  
Pioneering platform for residential solar energy

**Coach Solar AS**  
Harvesting the suns energy





**Hva kan dette bety for den enkelte bedrift?**

# Fremtidens eksportmarkeder vil være annerledes

Tjenesteøkonomien vil vokse på bekostning av varehandel

Kunden kjøper ikke produkter, men identitet og følelser

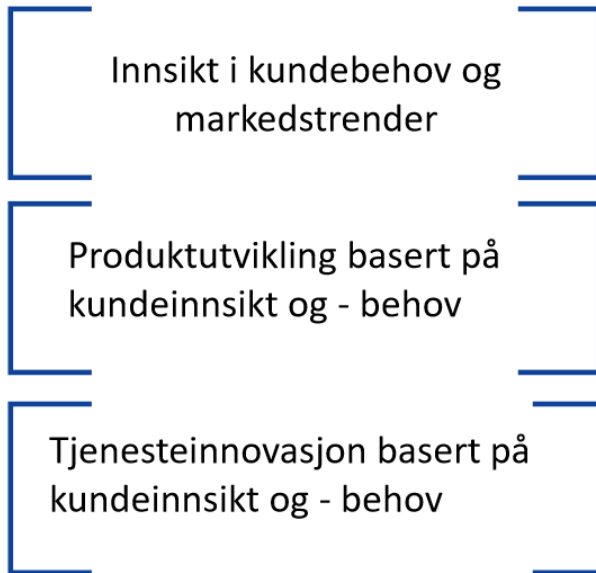
Nettet vil styrkes betydelig som salgskanal

Bærekraft og sirkulærøkonomi blir en forutsetning

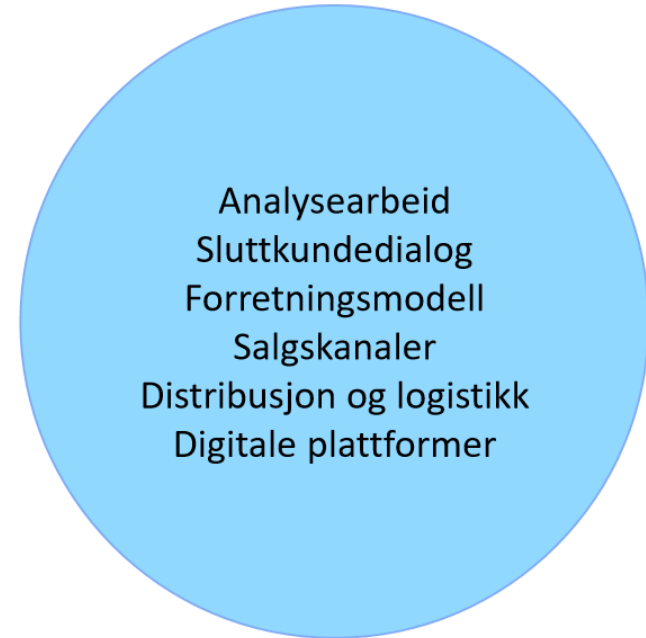
Vekst vil i hovedsak komme i nye markeder

Konkurrentene kommer fra «overalt» (nye land, andre bransjer mv)

# Den som forstår kundebehovene vinner



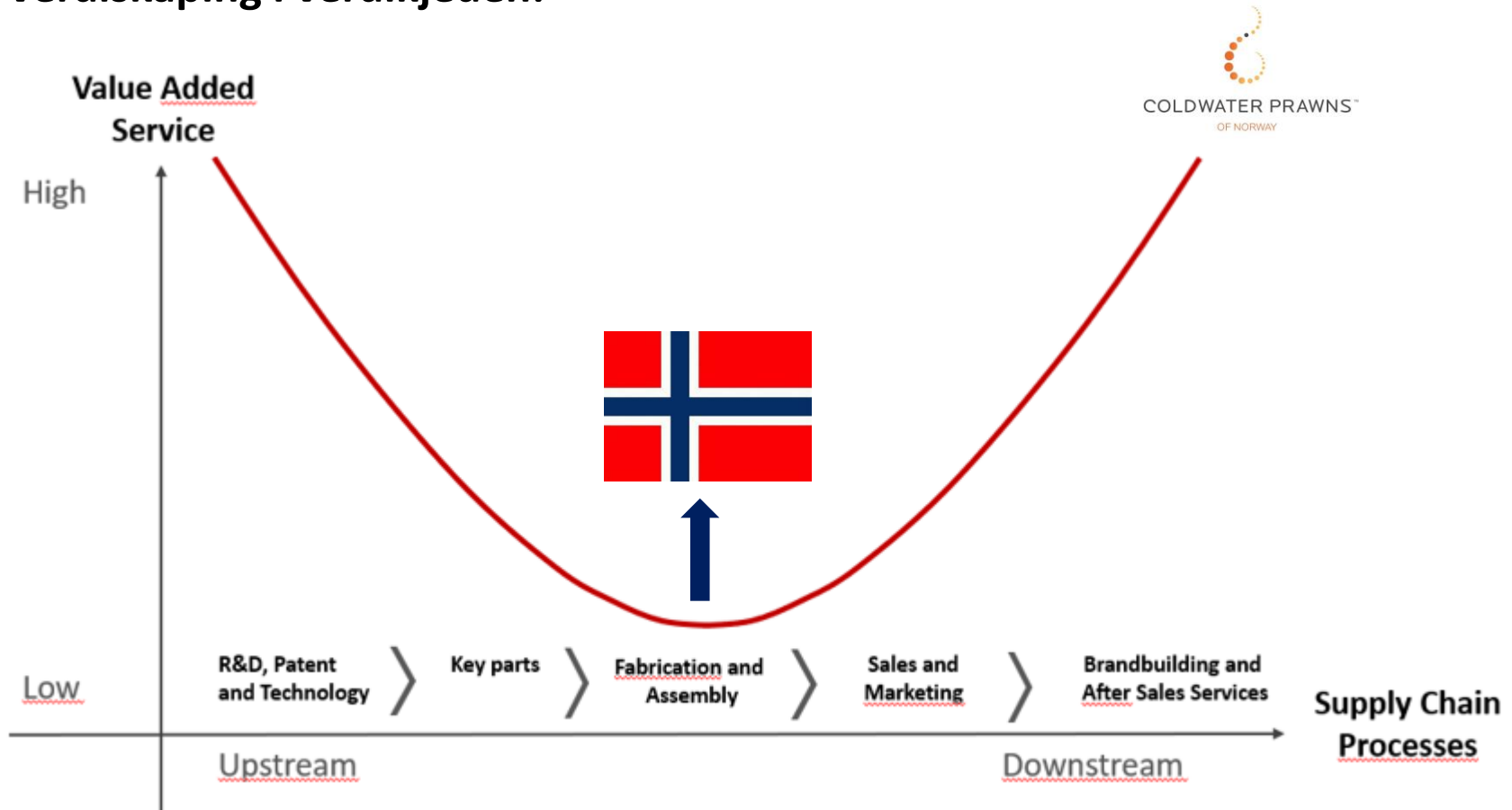
Fordrer tilpassinger i:



## BI : Lønnsomt å skille seg ut :

- Våre analyser viser at nisjestrategier *ikke* er signifikant korrelert med bedriftens resultater i sentrale markeder. Det gjør derimot det vi kan kalle for en posisjoneringsstrategi, altså evnen til å posisjonere seg i kundenes preferansebilde. Litt populær kan vi si at **det handler om å utvikle et image og et varemerke som har internasjonal appell.**
- Det interessante her er at differensieringsstrategier – men ikke nisjestrategier - bidrar sterkt til utviklingen av bedriftens evne til å posisjonere seg i utlandet. Satsing på smale nisjer ser ikke ut til å gi resultater, hverken direkte eller indirekte. **Differensiering** derimot påvirker bedriftens resultatutvikling positivt – om enn indirekte gjennom posisjonering.

# Verdiskaping i verdikjeden:



# Markeds orientering:

- Kunnskap
- Merkevere
- Innovation

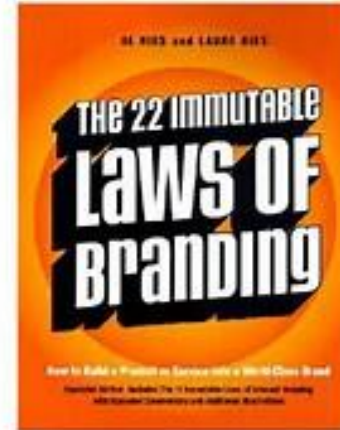


Bare 1 av 7 i Norge .

UiL : 80 høyere ROS for Brands

## Al Ries : How to succeed with exports

- 1 : Develop a unique product or service , add customer value !
- 2: Use your country's attractive associations in your positioning !



## Norges posisjon og din egen merkevare :



### Powered by Nature

Ditt firmas historie og hvordan knytte denne til bærekraft



### North of the ordinary

Unike produkter og tjenester som styrker ditt verdiløfte.



### Built on equal opportunities

Din bedrifts verdigrunnlag og kultur



# Ocean Tech Pioneers

---



# Overskrift

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla

facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue dui dolore te feugait nulla facilisi.

# Overskrift

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla

facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue dui dolore te feugait nulla facilisi.

**Are we ready?**

**Takk for oppmerksomheten!!**