

1) original
2) avd
3) kopi
Per lida 3/2 mo/ka
elle 2/5



NORWEGIAN
MARITIME EXPORTERS

P.O.B 1927 Vik
Dronning Mauds gate 15
N-0125 Oslo, Norway

Tel: +47 2201 0660
Fax: +47 2201 2202

E-mail: postmaster@maritimenorway.no
www.maritimenorway.no
Org. nr. 980 376 818MVA

Statsråd Trond Giske
Postboks 8014 Dep
0030 Oslo

Deres ref.
201200268

Dato
27. april 2012

EVALUERING AV MARITIM STRATEGI "STØ KURS"

Vi takker for invitasjonen, datert 15. februar d.å., til å komme med innspill til evaluering av regjeringens maritime strategi "Stø Kurs". Norske Maritime Eksportører er positive til effekten av "Stø Kurs" og den tydelige satsingen på maritim industri i Norge.

I 2010 skapte nær 100.000 ansatte i den maritime næringen over hele landet verdier for 124 milliarder kroner, basert på en omsetning på 359 milliarder kroner.¹ Vårt fremste konkurransefortrinn i Norge er den kompetansen som forvaltes i en komplett nasjonal maritim klynge i et omfattende og fascinerende samspill mellom verdensledende rederi, produsenter av skipsutstyr, skipsdesignere, utstysprodusenter, verft og tjenesteleverandører.

Maritim næring er et av tre globale kunnskapsnav i Norge. Det kom fram i det store forskningsbaserte analyseprosjektet "Et kunnskapsbasert Norge"² (Reve, Sasson 2012) presentert tidligere i år. De to andre er; olje/gass og sjømat, som begge er næringer hvor det maritime har forsterkende synergier. Det er særlig i skjæringspunktet mellom det maritime og offshore olje/gass hvor Norge er kompetanse-, teknologi- og miljømessig ledende i verden i dag. Denne verdensledende posisjonen må vi ta vare på og utvikle videre.

Regjeringen fortjener skryt for å satse på de næringene vi allerede er gode på. Norsk maritim næring er verdensledende på en rekke områder og har potensiale i seg for videre vekst globalt. Regjeringen må fortsatt føre en aktiv næringspolitikk for å vinne frem i konkurransen med meget kompetente maritime konkurrentnasjoner.

I en omskiftelig verden er forutsigbarhet i strategi og rammebetingelser positivt og viktig. "Stø Kurs" har bidratt til dette.

Nasjonal strategi for markedsføring av den komplette maritime klyngen

¹Menon Business Economics; "Maritim verdiskaping i Norge 2000-2010
<http://www.maritimt-forum.no/?nid=14648&lcid=1044>

² Et kunnskapsbasert Norge - Torger Reve og Amir Sasson, Universitetsforlaget 2012

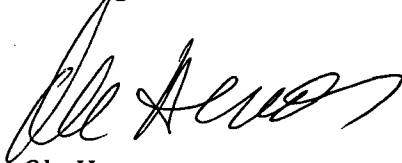
Maritim næring opplever stadig sterkere konkurranse fra etablerte aktører i Europa og Asia. Dette er aktører som aggressivt søker global vekst, blant annet ved å investere i et globalt markedsapparat. Et av våre tiltak for å møte denne konkurransen bør være en bred nasjonal satsing på markedsføring av vår komplette norske maritime klynge.

Intsok og Intpow er eksempler på vellykkede offentlige bidrag til kollektiv markedsføring av norsk teknologi og aktører i disse bransjene. Intsok mottar 40 % av sitt budsjett fra OED (16,5 MNOK i 2012). Intpow mottar 70 % av sitt budsjett fra OED (4 MNOK i 2012).

I maritime sektor har vi imidlertid ikke den samme nasjonale slagkraften. Offentlige midler spres regionalt. Dette fører til at strategi for internasjonal markedsføring og internasjonale aktiviteter legges regionalt. Vi mener at dette er sub-optimalt. For å få maks effekt ut av internasjonale aktiviteter må strategier for dette legges nasjonalt når det er naturlig.

Det bør derfor utarbeides en nasjonal strategi for markedsføring av den norske maritime klynge. Nasjonale aktører med internasjonale ambisjoner bør være sentrale i utarbeidelsen av denne. Denne bør følges opp med finansiering som Intsok og Intpow.

Vennlig hilsen



Ole Henæs
Adm dir

Norsk Maritime Eksportører