

Årsrapport for markedsstøtte fra Forsvarsdepartementet i 2010

Det vises til retningslinjer for markedsføringsstøtte av 9. mars 2010, hvor markedsføringsstøtte defineres som støtte til eksportfremmende tiltak av norskprodusert materiell og tjenester med relevans for forsvarssektoren.

I forbindelse med markedsføringsstøtte bistår representanter fra Forsvarsdepartementet (FD) og Forsvaret norsk industri med brukerinnsikt og opptrer som referansekunder overfor potensielle kunder i utlandet. Dette er i tråd med St.meld. nr. 38 (2006-2007) om Forsvaret og industrien – strategiske partnere.

I Prop. 1 S (2009-2010) er det avsatt inntil 2 mill. kr. til markedsføringsstøtte på kapittel 1760, post 45 og i 2010 ble det forbrukt totalt 1 575 864,21 kr. Disse kostnadene innebærer primært reise- og oppholdsutgifter. Totalt deltok 21 personer fra FD, 40 personer fra Forsvaret og en person fra Forsvarets Forskningsinstitutt (FFI). Deltakelsen på forsvarsutstillingen DSA i Malaysia ble kansellert grunnet askeskyen over Island og 293 215,- kr ble tilbakeført FD.

I 2010 mottok FD i alt 23 søknader fra norsk industri vedrørende markedsføringsstøtte. Hovedaktørene omfatter Kongsberg Defence & Aerospace, Thales, Teleplan Globe, Vinghøg og Nammo Raufoss. Industriens fokus har i 2010 primært vært på markedsføring av missiler (NSM, JSM og NASAMS), våpensystemet Protector, AUV kapasitet, ammunisjon, kryptoutstyr, programvare og soldatsystemer.

Størst deltakelse var på Eurosatory i Paris, hvor fire bedrifter var representert og seks personer fra Hæren deltok. I tillegg stilte Sjøforsvaret med fire høyere offiserer i Baltimore i forbindelse med KNM Fridtjof Nansens seilingstokt til USA, hvor de bidro til å promotere NSM og Sea Protector.

Det skal i henhold til gjeldende retningslinjer for markedsføringsstøtte utarbeides en rapport etter gjennomført tiltak både av industrien og Forsvaret. Tilbakemeldingene viser at industrien anser støtten fra FD og Forsvaret som svært verdifull, fordi personellet bidrar med fagkunnskaper og erfaringer omkring den operative bruken av materiellet som promoterer. Utbyttet for Forsvaret er noe varierende i forhold til nivået på personellet som deltar, men i hovedsak positivt.

I tillegg til fortløpende søknader fra industrien dekkes reise- og oppholdsutgifter for personell fra FD og Forsvaret som deltar på forhåndsgodkjente forsvarsmateriellutstillinger, eller inngår som del av en politisk delegasjon i forbindelse med statsbesøk. Formålet med slik deltakelse er i hovedsak å legge til rette for styrket forsvarsmateriell- og industrisamarbeid og tilbakemeldingene fra Forsvars- og sikkerhetsindustriens forening (FSi) er svært gode.

Totalt for 2010 deltok FD og Forsvaret på følgende fem forsvarsmateriellutstillinger: Pacific, FIDAE, Eurosatory, MSPO og AUSA Annual Meeting. I tillegg ble det gjennomført statsbesøk til Malaysia og Slovakia. Med hensyn til forsvarsmateriellutstillinger var det størst deltakelse på AUSA Annual Meeting i Washington, D.C., som også prioriteres høyt av FSi i 2011. Forsvarsmateriellutstillinger er en nyttig kilde til oppdatering om teknologisk og industriell utvikling innen forsvarsmateriellsektoren.

Hovedinntrykket av gjennomførte tiltak knyttet til markedsføringsstøtte i 2010 er at Forsvaret med sine operative erfaringer og brukerinnsikt bidrar til å gi budskapet større tyngde overfor

utenlandske kunder. Deltakelse på markedsføringsstøtte er således positivt for norsk industri og gagnar Forsvaret gjennom økt utbredelse av norskprodusert materiell.