

Markedsføringsstøtte innebærer støtte til eksportfremmende tiltak av norskprodusert materiell og tjenester med relevans for forsvarssektoren og som godkjennes av Forsvarsdepartementet.

I tråd med St.meld. nr. 38 (2006-2007) om Forsvaret og industrien – strategiske partnere er det også i 2014 innvilget markedsføringsstøtte til norske bedrifter med relevans for forsvarssektoren, jf Retningslinjer for markedsføringsstøtte datert 9. mars 2010 og Anskaffelsesregelverk for forsvarssektoren (ARF) av 25. okt 2014 ikrafts. 1. jan 2014.

Markedsføringsstøtte innebærer støtte til eksportfremmende tiltak av norskprodusert materiell og tjenester med relevans for forsvarssektoren og som godkjennes av Forsvarsdepartementet. I denne sammenheng bistår representanter fra Forsvarsdepartementet (FD) og forsvarssektoren norsk industri med brukerinnsikt og opptrer som referansekunder overfor potensielle kunder i utlandet. Referansevirksomhet skal være saklig og objektiv fra forsvarssektorens side, upåvirket av leverandørens oppfatninger av produktet.

I budsjettåret 2014 ble det avsatt inntil 2,9 mill kroner til markedsføringsstøtte over kapittel 1760, post 45, og det ble forbrukt totalt 2,43 mill kroner. Noe av midlene er gått til å dekke utestående reisekostnader fra 2013. Forbruket ble noe lavere enn forventet i hovedsak som følge av at enkelte innvilgede søknader om støtte, herunder flere reiser til land utenfor Europa, ikke ble benyttet av bedriftene som planlagt. Utgiftene som inngår i støtten dekker reise- og oppholdsutgifter for personellet som deltar. Lønnsutgifter dekkes av avdelingen som avgir støtte.

I 2014 mottok FD i alt ca 30 søknader fra norsk industri vedrørende markedsførings-støtte. Tre av søknadene ble trukket tilbake eller falt utenfor formålet. I tillegg har enkelte bedrifter ikke gjennomført reisen eller benyttet seg av innvilget støtte som planlagt. FD har i f m behandling av søknadene godkjent ca 30 enkeltreiser fra forsvarssektoren til ulike reiser og arrangement, der samme person kan delta på flere reiser og i enkelte tilfeller er det gitt støtte til flere bedrifter til samme arrangement.

I tillegg til søknader fra bedrifter har Forsvarsdepartementet sendt egne delegasjoner til 16 forsvarsmateriellutstillinger og messer mm i 2014 hvor reisekostnadene for enkelte av deltakerne dekkes over konto for markedsføring. Også reiser som inngår som del av en politisk delegasjon i forbindelse med statsbesøk dekkes i enkelte tilfeller over markedsføringskontoen der dette har vært naturlig. Åtte ansatte i FD har fått dekket en eller flere reiser som inngår i FDs ulike delegasjoner i 2014 over denne kontoen. Andre deltakere har primært belastet eget kontorbudsjett i Forsvarsdepartementet. I enkelte delegasjoner deltar personell fra sektoren for øvrig som også får dekket sin reiseregninger under angjeldende midler. Formålet med departementets deltakelse er i hovedsak å tilrettelegge for styrket forsvarsmateriell- og industrisamarbeid, og tilbakemeldingene fra Forsvars- og sikkerhetsindustriens forening (FSi) er svært gode. Forsvarsdepartementet har i forkant en dialog med FSi om hvilke utstillinger departementet skal delta på ut fra forsvarsindustriens interesser. Forsvarsmateriellutstillinger er en nyttig kilde til oppdatering om teknologisk og industriell utvikling innenfor forsvarsmateriellsektoren.

Størst deltakelse var på Eurosatory i Paris. Den største andelen av søknader har omfattet Kongsberggruppens markedsføring av JSM og NSM i bl a USA. Hovedaktørene under markedsføringsstøtte har vært Kongsberggruppen og Thales, men også Teleplan Globe, Nammo Raufoss og Umoe Mandal m fl har mottatt støtte.

Industriens fokus har i 2014 primært vært på markedsføring av missiler (JSM, NSM), våpensystemer, NORMANS soldatsystemer, NASAMS mm.

Det skal i henhold til gjeldende retningslinjer for markedsføringsstøtte utarbeides en rapport etter gjennomført tiltak fra industrien og personell som har bistått bedriften. Tilbakemeldingene viser at industrien anser støtten fra Forsvaret som svært verdifull, fordi personellet bidrar med fagkunnskaper og erfaringer omkring den operative bruken av materiellet som promoterer. Hovedinntrykket av gjennomførte tiltak knyttet til markedsføringsstøtte i 2014 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.

FD og Forsvaret deltok i 2014 på følgende forsvarsmateriellutstillinger eller -seminar enten som direkte støtte til industrien eller gjennom FDs egen delegasjon:

Industriseminar med Japan, Tokyo, 20.-21. januar 2014. Industriseminar og møte med fokus på F-35.

Industribesøk og møter i USA 20.-23. januar 2014, Arizona, California og Washington, D.C., med fokus på Nato-investeringer.

Materiellutstilling DEFEXPO, New Delhi, India, 6.-9. februar 2014. Dette var utstilling og forsvarsindustriseminar. Viktig messe med tanke på økt samarbeid med India.

Industridelegasjon til Tyrkia, 24.-27. februar 2014. Fokus på maritime kapasiteter.

Konferanse Integrated Air and Missile Defence (IAMD) i Sverige 3-5 mars 2014.

Industribesøk Spania ifm NAMMOs industriovertakelse, 17.-19. mars 2014. I tillegg til å være NAMMOs arrangement var det industribesøk hos Navantia, Hisdesat og Indra.

Materiellutstilling FIDAE, Santiago, Chile, 25.-28. mars 2014. Dette er for oss den viktigste messen for luftforsvarsindustrien i Latin-Amerika.

Materiellutstilling DSA, Kuala Lumpur, Malaysia, 14.-17. april 2014. Dette er både en utstilling og konferanse og er den største forsvarsmateriell-utstillingen i Asia.

Konferanse Middle East Missile & Air Defence Symposium (MEMAD) i Abu Dhabi 27-28 april 2014.

Industrikonferanse i London 6-8.mai 2014.

NADIC-konferanse, Washington, D.C, USA, 12.-14. mai 2014. Bilateral industrikonferanse på høyt politisk nivå fra amerikansk side.

Materiellutstilling ITEC Tyskland, Köln, 20.-22. mai 2014. Dette er en Europas største messer for simulatorer og trenere.

Materiellutstilling Eurosatory, Paris, Frankrike, 16.-18. juni 2014. En av verdens største messer for internasjonal forsvarsindustri.

Materiellutstilling Farnborough, London, 14.-17. juli 2014. Dette er en den viktigste messen i Europa for luftforsvarsindustrien i Storbritannia.

Materiellutstilling MSPO, Kielce, Polen 1.-4. september 2014. Dette er den største forsvarsmateriellutstillingen i Sentral-Europa.

Industrikonferanse FNAN til Baltimore, USA, 9.-16. september 2014. Knyttet til Fridthof Nasens besøk til Baltimore.

Brukerkonferanse, PROTECTOR Users Workinn Group (PUWG) i Bournemouth. England 10.-12. september 2014. Et av KDAs store arrangementer/brukergruppemøte.

Industridelegasjon til Land Forces 2014 i Brisbane, Australia, 22.-25. september 2014. Dette er den største utstillingen for landkapasitet i Australia.

Materiellutstilling AUSA, Annual Meeting & Exposition, Washington D.C., USA 13.-15. oktober 2014. Dette er den største og viktigste messen for landkapasitet i Nord-Amerika.

Materiellutstilling Future Forces, NATO i Praha, 15.—17. oktober 2014. Dette er en messe som omhandler samfunnssikkerhet og er hovedsakelig representert med utstyr innen militæret.

Materiellutstilling IndoDefence Expo&Forum, Jakarta, Indonesia, 5.-8. November 2014. Landets største og en av regionens viktigste forsvarsmateriellutstillinger.

I tillegg er det gitt støtte til enkeltbedrifters møter med industri eller myndigheter i Serbia, USA, Brasil, New Zealand, Tyskland og Irland.