

Styrke profilen av Norge og norsk reiseliv internasjonalt

3. Norges omdømme

Mål for arbeidsområdet

Innovasjon Norges omdømmearbeid skal gi økt kjennskap, kunnskap og preferanse til Norge i utvalgte land og målgrupper.

Aktivitetsindikatorer

Det er ikke etablert aktivitetsindikatorer for arbeidsområdet.

Innovasjon Norge deltok i 2005, sammen med representanter fra UD, som sekretariat for det statlig oppnevnte Omdømmeutvalget. Utvalget, ledet av Jon Vea fra NHO, og med representanter fra kultur og næringsliv, overleverte 15. mars 2006 sin anbefaling for videre satsing på nasjonalt omdømme til utenriksminister Jonas Gahr Støre.

Det er tatt hensyn til omdømmeutvalgets arbeid i utformingen av Innovasjon Norges reiselivsstrategi som ble presentert i første kvartal.

I et pågående prosjekt for utvikling av en egen profileringsstrategi for Innovasjon Norge, vil man også ta med seg erfaringene fra arbeidet i utvalget. Prosjektet vil sette fokus på koordinering av Innovasjon Norges tilbud av profilerings tjenester mot næringslivet, og også sette omdømmearbeidet inn i et strategisk perspektiv.

Design og omdømme:

Et forprosjekt for bruken av design i omdømmebygging ble initiert høsten 2006, med deltagelse fra UD, NHD, ND, og Innovasjon Norge, og med observatører fra NHO og Norsk Form. Målet er å utvikle et konsept som kan brukes i prioriterte satsinger for å profilere Norge som en moderne industrinasjon.

Reiseliv og omdømme

Implementeringen av reiselivsstrategien inkluderer forbrukerkampanjer i utvalgte markeder, produksjon av norgesbrosjyrer, gjennomføring av messer og workshops rettet mot utenlandsk reiselivsbransje og diverse presseaktiviteter. Internettportalen visitnorway.com har hatt 4 mill besøkende.

Innotown

Deltagelse i arrangementet InnoTown i Ålesund tangerer også vårt omdømmearbeid.