

# Styrets beretning 2005

## Situasjonen i næringslivet i 2005

2005 har vært et godt år både for Norge og norsk næringsliv. Vi er inne i en høykonjunktur med betydelig vekst, godt tilfang på nye ideer og god lønnsomhet i mesteparten av norsk næringsliv. Næringslivets prestasjoner er gode, likevel mener Innovasjon Norges styre at investeringene i innovasjon fortsatt kan økes betraktelig for å styrke næringslivets konkurransedyktighet.

Den økende globaliseringen er en sentral utfordring. Globaliseringen skaper nye muligheter i form av bedre tilgang på nye markeder og kunnskap. Samtidig gir den tøffere konkurranse. I et stadig mer internasjonalt marked, mener styret i den forbindelse at bedriftene må videreutvikle sine konkurransefortrinn og evnen til innovasjon og kommersialisering.

## Viktige saker i 2005

2005 er Innovasjon Norges andre driftsår. Styret ser på 2005 som et spennende år med mange utfordringer.

Innovasjon Norges formålsparagraf er:

*Innovasjon Norge skal fremme bedrifts- og samfunnsøkonomisk lønnsom næringsutvikling i hele landet, og utløse ulike distrikters og regioners næringsmessige muligheter gjennom å bidra til innovasjon, internasjonalisering og profilering.*

Med utgangspunkt i formålsparagrafen skal Innovasjon Norge være en pådriver og en utviklingsaktør overfor etablerere, nyetablerte, små og mellomstore bedrifter som ønsker å vokse, gjerne i et internasjonalt marked.

Organisasjonens rolle er å bidra med, koble og utløse finansiering, kompetanse og nettverk til innovasjonsprosjekter i bedriftene.

Innovasjon Norges gjennomgående prioriterte satsingsområder er:

- Entreprenørskap
- Små og mellomstore bedrifter med internasjonale vekstambisjoner
- Reiseliv
- Landbruk

Styret mener det er viktig å videreføre disse satsingene og vil framheve betydningen av å utvikle klynger og bedriftsnettverk som har markedsmessige og teknologiske muligheter for internasjonal vekst.

Her nevnes programmet Norwegian Centres of Expertise (NCE-programmet) spesielt. Dette er et samarbeid mellom Innovasjon Norge, Norges forskningsråd og SIVA (Selskapet for industrivekst) for å forsterke innovasjonsaktivitetene i de mest vekstkraftige og internasjonalt orienterte næringsklyngene i Norge.

## Kommersialisering

Etter styrets oppfatning er det fremdeles en betydelig utfordring å øke kommersialiseringen av investeringer innen FoU og innovasjon. Bedre markedsutnyttelse av innsatsen på forskning- og utvikling er viktig for å få til økt verdiskaping. For å lykkes her, må det legges større vekt på kommersialisering i markedet enn på teknologiutviklingen.

En stor del av utvikling og forskning foregår i dag i bedriftene og ikke i forskningsmiljøene. Utviklingsarbeidet er mer markedsdrevet og terskelen for kommersialisering er derfor lavere.

OFU-kontrakter (Offentlige forsknings- og utviklingskontrakter) og IFU-kontrakter (Industrielle forsknings- og utviklingskontrakter) er viktige virkemidler for å få til økt kommersialisering.

IFU-ordningen kan blant annet bidra til nye verdensledende forretningskonsepter gjennom samarbeid mellom norske leverandører og krevende internasjonale kundemiljøer.

Styret vil her trekke fram samarbeidet med Norges forskningsråd som har stor betydning for å øke forsknings- og utviklingsinnsatsen i Norge.

### **Reiseliv**

Profilering og markedsføring av Norge som reisemål er et prioritert arbeidsområde for Innovasjon Norge. Arbeidet gjennomføres i nært samarbeid med reiselivsnæringene og samordnes med Utenriksdepartementets plan for Norges omdømme.

Nærings- og handelsdepartementet la 12. juli 2005 fram sin Handlingsplan for reiselivsnæringene. Denne planen og føringene som ligger i den nye regjeringserklæringen fra Soria Moria, bygger opp under Innovasjon Norges satsing på reiseliv og arbeidet med ny reiselivsstrategi.

Styret vil framheve Innovasjon Norges unike posisjon med et stort utvalg av virkemidler. Virkemidlene gjør det mulig å skape et sterkere samspill mellom alle tiltakene som er med på å stimulere og utløse verdiskaping i reiselivsnæringene. Dette kan være alt fra produktutvikling, kompetanseutvikling, nettverksbygging, markedsføring og merkevarebygging.

Reiselivsstrategien er et svar på hvordan Norge som reisemål skal lykkes og baserer seg på en mer helhetlig tilnærming til reiselivssatsingen.

### **Lokale ideer - globale muligheter**

Innovasjon Norges visjon er:

*Vi gir lokale ideer globale muligheter.*

Visjonen symboliserer hvordan Innovasjon Norges kobler kunnskap om lokale forhold og bedriftenes muligheter til internasjonal verdiskaping. Innovasjon Norge skal også være et vindu mot verden og formidle kunnskap og teknologi tilbake til Norge.

Globalisering gjør verden mindre. Landegrensene blir stadig mindre viktige som rammer for menneskelig samhandel og for næringslivet. Globaliseringen gir økt tilgang til markeder og kunnskap, men gir også tøffere konkurranse med flere konkurrenter. Norske bedrifter må svare på dette ved å bygge sine konkurransefortrinn på økt innovasjon og kompetanse for å kunne utvikle arbeidsplasser for fremtiden.

Styret har nylig vedtatt Innovasjon Norges strategi for internasjonalisering. Den er et sentralt utgangspunkt for arbeidet videre. Strategien bygger på en forståelse av at globalisering angår alle bedrifter i Norge, og på betydningen av å se innovasjon og internasjonalisering i sammenheng.

Utfordringene som globaliseringen innebærer er særlig krevende for næringslivet i distrikts-Norge. Styret legger stor vekt på at dette arbeidet må utvikles videre og at strategien iverksettes i hele organisasjonen. Strategien skal brukes aktivt både i kontorene i Norge og i utlandet. Bare slik kan Innovasjon Norge nå målene om å tilby tjenester som integrerer internasjonalisering og innovasjon. Slik er Innovasjon Norge med på å gjøre lokale ideer til globale muligheter.

### **Kontorer over hele verden**

Innovasjon Norges har i dag kontorer i 32 land. Med bakgrunn i en egen samarbeidsavtale med Utenriksdepartementet (UD) fra 2004, er Innovasjon Norge i tillegg representert via UD's utenriksstasjoner i mer enn 100 land. Et samarbeid som gjør at Innovasjon Norge i dag er representert i alle de viktigste utenlandske markeder for norsk næringsliv.

Samarbeidet med UD, innbefatter også at Innovasjon Norge i løpet av 2005 har overført 28 ansatte ved kontorene i utlandet til UD. Et arbeid som vil bli videreført med overførsel av de fleste lokalt ansatte ved kontorene i utlandet til UD i 2006.

Styret er opptatt av at organisasjonen skal være tilstede i framtidige vekstmarkeder og Innovasjon Norge har derfor utviklet en systematisk vurdering av tilstedeværelsen i utlandet. Vurderingen er basert på mest mulige objektive kriterier knyttet til Innovasjon Norges mål og strategi. Modellen, som ble utviklet i 2005 skal også være et verktøy for valg av kontorenes størrelse, bemanning, organisering og kompetanseprofil.

### **Samarbeidsavtaler**

Styret er opptatt av å forenkle kundenes tilgang til og nytten av det offentlige tilbudet for næringsutvikling. I den forbindelse er styret godt fornøyd med det arbeidet som er gjort i forhold til samarbeidsavtaler med aktuelle partnere.

Samarbeidsavtalene med SIVA og Norges forskningsråd danner grunnlaget for et mer omfattende samarbeid og en felles kundekontakt gjennom Innovasjon Norges kontorer. Norges forskningsråd er representert ved åtte av kontorene i Norge. Som et godt eksempel på samarbeidet vil styret spesielt framheve arbeidet med en felles elektronisk kundeportal som skal forenkle tilgjengeligheten av de tre organisasjonenes tjenester. Denne portalen vil bli ferdigstilt i løpet av 2006.

Styret er også opptatt av at samarbeidsavtalene med alle landets fylkeskommuner og Fylkesmannens landbruksavdelinger utgjør et sterkt partnerskap i fylkene og et mer samordnet tilbud til kundene.

Innovasjon Norge har i tillegg samarbeidsavtaler med flere andre organisasjoner som Norsk Designråd og INTSOK. Styret påpeker at et nært samarbeid mellom alle virkemiddelaktørene er viktig og at dette arbeidet utvikles videre.

### **Tanker framover**

Styret regner med at den gode utviklingen for norsk næringsliv vil fortsette i 2006. Som en konsekvens av høye oljepriser og svekkede internasjonale konjunkturer, må det likevel forventes økende omstillingsutfordringer innenfor tradisjonell industri.

Utfordringen blir da blant annet å bidra til omstilling av bedrifter, bransjer, næringsmiljøer og lokalsamfunn, slik at disse blir tilpasset et globalt samfunn. Det må utvikles nye langsiktige, konkurransedyktige virksomheter, blant annet innenfor den stadig voksende tjenestesektoren.

### **Et godt budsjett**

For 2006 fikk Innovasjon Norge et godt virkemiddelbudsjett som gir gode muligheter til å styrke evnen til innovasjon og internasjonalisering i norsk næringsliv. Styret er meget godt fornøyd med økingen i budsjettet i forhold til 2005 og tar på alvor at et slikt budsjett forplikter. Det ligger i dette sterke krav til leveransene fra organisasjonen.

Kjennskapen til Innovasjon Norge og organisasjonens tilbud er stadig økende. Kundemålingene bekrefter at kundene er fornøyd med det arbeidet som utføres. Sett i sammenheng med det gode budsjettet gir dette gode vilkår for å fortsette med å utvikle næringslivet i Norge.

### **Utfordringer internasjonalt**

De norske bedriftene utsettes for en tøffere konkurranse i form av flere internasjonale konkurrenter. En av utfordringene framover er å styrke de norske bedriftenes evne til internasjonal kommersialisering og utvikling av nye produkter eller tjenester som det er etterspørsel etter, såkalt markedsdrevet innovasjon. Det vil si å tilføre produktet eller tjenesten en ekstra verdi ved å utnytte all kompetanse om kunder og marked.

Innovasjon Norges nye strategi for internasjonalisering vil være et godt hjelpemiddel for å gjøre bedriftene i stand til å møte disse utfordringene. De eksterne ressursene en bedrift trenger for å utvikle seg kan være hvor som helst i verden. Det er Innovasjon Norges oppgave å koble bedriftene med disse ressursene.

Styret er derfor opptatt av at Innovasjon Norge til enhver tid har et kontornett som er til stede i de mest interessante markedene, både i Norge og i utlandet. Kontorene må levere kunnskap, nettverk, finansiering og markedsføring for å øke den internasjonale konkurransekraften i norsk næringsliv.

### **Profilering og omdømmebygging**

Styret ser med spenning fram til at omdømmeutvalget i regi av UD legger fram sin tilråding i løpet av våren 2006.

Omdømme- og merkevarestrategien vil sammen med rapporten "Invent in Norway – profilering av Norge som FoU-nasjon", danne grunnlag for en generell satsing på profilering av Norge. Styret følger arbeidet med "Invent in Norway" med stor interesse.

Innovasjon Norge utarbeider i tillegg en ny strategi for reiselivet. Den skal inneholde en revidert strategi for merkevarebygging av Norge som reisemål. Strategien vil være forankret i den overbyggende omdømmestrategien. Styret ser en felles omdømme- og merkevarestrategi som viktig, noe som også vil danne et godt grunnlag for å utvikle en sterkere satsing på en mer generell profilering av Norge i tillegg til reiseliv.

### **Norwegian Centres of Expertise (NCE-programmet)**

Norwegian Centres of Expertise (NCE) er et viktig program for å utvikle klynger og bedriftsnettverk som har markedsmessige og teknologiske muligheter for internasjonal vekst.

Programmet skal være med på å forsterke innovasjonsaktivitetene i de mest vekstkraftige og internasjonalt orienterte næringsklyngene i Norge. Det skal settes i verk inntil seks regionale prosjekter i 2006. Disse prosjektene skal velges ut blant de 24 prosjektforslagene som er kommet inn i forbindelse med utlysningen av programmet. De neste to årene er det planlagt rekruttering av ytterligere fire prosjekter.

Styret ser fram til resultatene av prosjektene som skal settes i gang i 2006

### **Nordområdene – med utgangspunkt i kommersialiseringen innen olje og gass**

En stor del, kanskje så mye som 25 %, av verdens uoppdagede olje- og gassressurser befinner seg i nordområdene, med en betydelig andel av dette i Barentshavet. Disse ressursene gir store muligheter, men også betydelige utfordringer for næringslivet i Nord-Norge.

Styret mener det er viktig at det legges til rette for at norsk og nordnorsk næringsliv blir mest mulig konkurransedyktige som leverandører i utbyggingen og senere i driftsfasen både på norsk og russisk side av Barentshavet.

Det er en viktig oppgave for Innovasjon Norge å bidra til næringsutvikling i området gjennom kompetanseheving, kompetanseutvikling, teknologioverføring og nettverksbygging. Styret er opptatt av at de mange virkemiddelaktørene koordinerer aktivitetene sine i området og videreutvikler gode samarbeidsrelasjoner for å få mest mulig effekt ut av innsatsen.

### **Årsregnskapet**

Årsregnskapet for 2005 er gjort opp med et overskudd på 85 millioner kroner mot 7 millioner kroner i 2004. Den sterke forbedringen skyldes i all hovedsak vesentlig lavere tap på utlån og garantier enn hva som har vært vanlig de senere årene.

Regnskapsprinsippene og oppstilling av resultatregnskap og balanse følger i hovedsak Kredittilsynets forskrift om årsregnskap for finansieringsforetak og banker, i tillegg til regnskapslov og god regnskapskikk.

Netto renteinntekter utgjør 238 millioner i 2005. Noe svakere volumutvikling på utlånsiden er blitt kompensert med høyere rentemargin. I forhold til 2004 er netto renteinntekter 9 millioner kroner lavere. Dette skyldes overføring av fri likviditet fra en av låneordningene til statskassen pr 01.01.2005. Dermed reduseres renteinntektene.

De samlede driftsinntektene er 704 millioner kroner sammenlignet med 743 millioner kroner foregående år. I 2004 inkluderte inntektene også bevilgninger til dekning av integrasjonskostnader knyttet til etableringen av Innovasjon Norge. Av beløpet i 2005 er 501 millioner kroner bevilget over statsbudsjettet og 203 millioner kroner eksterne inntekter, i det vesentlige fra salg av tjenester i tilknytning til markedsføring og internasjonalisering.

Driftskostnadene er redusert med 52 millioner kroner til 841 millioner kroner. 184 millioner kroner er direkte prosjektkostnader mens lønns- og personalkostnadene beløper seg til 434 millioner kroner, en nedgang fra 449 millioner kroner i 2004.

Tap på utlån og garantier er kostnadsført med brutto 106 millioner kroner. Etter dekning fra tapsfond viser regnskapet netto tap på 15 millioner kroner. Den positive tapsutviklingen fra året før har fortsatt i 2005 for alle låneordningene. Låntakernes betalingsevne er bedre enn på mange år og misligholdet er gått ned.

De samlede tapsavsetningene er redusert med 187 millioner kroner til 763 millioner kroner i 2005, hvorav 180 millioner kroner i uspesifiserte avsetninger. Avsetningene reflekterer etter styrets vurdering den samlede tapsrisiko i låne- og garantimassen som regnskapet skal ta høyde for.

Balansen ved utgangen av året var 18,2 mrd kroner (2004: 18,5 mrd kr.), hvorav vel 13,3 mrd kroner (14,2 mrd kr.) var netto utlån. Innovasjon Norges egenkapital er 755 millioner kroner. Det alt vesentligste av egenkapitalen er bundet opp til deler av utlånsvirksomheten. For nærmere informasjon om egenkapitalen og kapitaliseringen av de enkelte låne- og investeringsfond vises til supplerende noteopplysninger. Fortsatt drift er lagt til grunn ved avgivelse av regnskapet.

### **Resultatdisponering**

Etter tap og administrasjonskostnader viser regnskapet for 2005 et resultat på 85 562 103 kroner.

Styret foreslår at resultatet blir disponert slik:

Overføres staten (risikolån)	5 628 517 kroner
Overføres staten (distriktsrettet låneordning)	1 199 725 kroner
Overføres Investeringsfondet for Øst-Europa	4 539 873 kroner
Overføres Investeringsfondet for Nordvest-Russland	958 820 kroner
Overføres Såkornfondet	5 527 761 kroner
Overføres egenkapitalen for lavrisikordningen	62 059 076 kroner
Overføres øvrig egenkapital	5 648 331 kroner

### **Mål og resultatstyring**

For 2005 skal Innovasjon Norge rapportere til departementene i henhold til et nytt mål- og resultatstyringssystem (MRS-system) for hele virksomheten.

Det nye MRS-systemet er utarbeidet i samarbeid med Næringsdepartementet, Kommunal- og regionaldepartementet, Landbruk- og matdepartementet, Fisk- og kystdepartementet, Utenriksdepartementet samt Kommunenes Sentralforbund (KS) og fylkeskommunene.

Rapportene til departementene vil være etter følgende hovedområder:

- innovasjon
- økt internasjonalisering i næringslivet i hele landet
- styrke profileringen av Norge og norsk næringsliv internasjonalt
- bidra til næringsutvikling basert på regionale forutsetninger

Styret er tilfreds med at dette felles rapporteringssystemet brukes for rapporteringen for 2005.

### **Rapportering om likestilling**

Kvinneandelen i Innovasjon Norge var 52 % ved utgangen av 2005. Ved utgangen av 2004 var 50,1 % av de ansatte kvinner. Det var flere kvinner i lavere stillingskategorier enn i de høyere.

I 2005 gjennomførte Innovasjon Norge et prosjekt som resulterte i en plan for likestilling. Planen inneholder en rekke tiltak og mål innenfor områdene rekruttering og karriereutvikling, ledelse, kompetanse og bedriftskultur. Handlingsplanen er forankret i toppledelsen. Dessuten skal likestilling være en naturlig del av linjeledernes arbeid. Oppfølging av målene vil være en del av Innovasjon Norges mål- og resultatstyringssystem.

### **Organisasjon og miljø**

Innovasjon Norge ble etablert 1. januar 2004 med egen ledelse og administrasjon. Nærings- og handelsdepartementet er Innovasjon Norges eierdepartement. Innovasjon Norge har hovedkontor i Oslo, men hovedtyngden av de ansatte sitter kundenært ved kontorene i alle landets fylker, eller markedsnært ved kontorer i 32 land over hele verden.

Innovasjon Norges hovedstyre består av 8 medlemmer og er ansvarlig for forvaltning og forsvarlig organisering av Innovasjon Norges virksomhet. Styret skal føre tilsyn med daglig ledelse. Hovedstyret oppnevner regionale styrer for distriktskontorene. Disse står ansvarlig overfor hovedstyret gjennom administrerende direktør.

Innovasjon Norge har etablert bedriftslegeordning og fått på plass et oppdatert internkontrollsystem på området helse, miljø og sikkerhet (HMS) samt avtale om et inkluderende arbeidsliv. Det er i året gjennomført en kultur- og klimaundersøkelse blant de ansatte. Sykefraværet har gått ned fra 4,5 prosent i 2004 til 4,3 prosent i 2005. Det har vært rapportert en arbeidsrelatert ulykke i 2005. Virksomheten har ikke bidratt til forurensning av det ytre miljø.

### **Samfunnsansvar – CSR**

Innovasjon Norge arbeider med samfunnsansvar eller Corporate Social Responsibility (CSR) innenfor en rekke områder, overfor kunder og mulige kunder samt i form av programmer og arrangementer. Organisasjonen har utarbeidet et sett av etiske retningslinjer som er førende for all virksomhet i Innovasjon Norge.

Dette innebærer at Innovasjon Norge skal legge økonomiske, sosiale og miljømessige vurderinger til grunn for virksomheten og derved bidra globalt til en bærekraftig utvikling. Etikk og samfunnsansvar er en del av vurderingskriteriene innenfor finansiering, rådgivning, nettverksbygging og profileringsaktiviteter.

Innovasjon Norge skal også være en pådriver for at de samme etiske holdningene utøves av kunder og øvrige samarbeidspartnere.

Både globalt og nasjonalt er det økende oppmerksomhet mot virksomheters samfunnsansvar. Innovasjon Norge er en viktig samfunnsaktør, og dette stiller etter styrets mening økte krav til aktiviteter og kompetanse på området, både internt og eksternt.

Det er første gang Innovasjon Norge har en egen rapport om samfunnsansvar. Rapporten bygger på retningslinjene fra Global Reporting Initiative (GRI) som er en internasjonal standard for slik bærekraftsrapportering. Styret er fornøyd med at organisasjonen er i gang med en slik

rapportering. For 2005 rapporteres det etter en forenklet modell, men rapporteringen skal bygges videre ut over tid.

### **Styret for Innovasjon Norge**

Oslo, 16. mars 2006

Steinar Olsen  
*Styreleder*

Gisele Marchand  
*Nestleder*

Marit Orheim Mauritzen

Knut Lægreid

Kjell Storeide

Kirsten Indgjerd Værdal

Kristin Malonæs  
*Ansattes repr.*

Torbjørn Fjelltun  
*Ansattes repr.*

Gunn Ovesen  
*Adm. direktør*