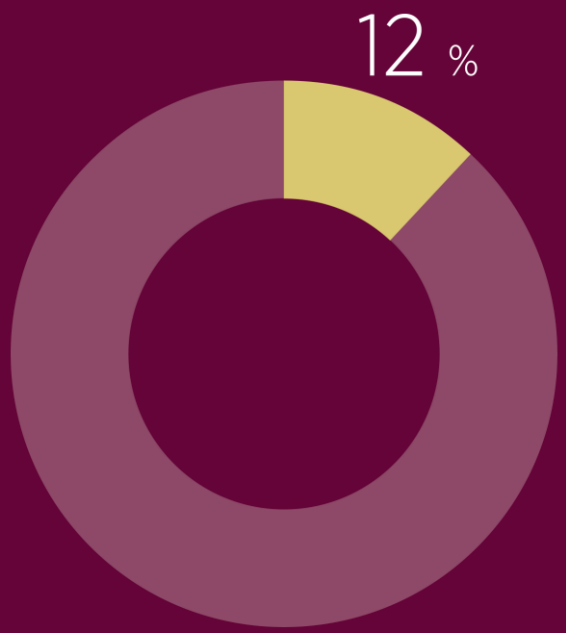
Norsk Industri

VEIKART

FOR DESIGN, MERKEVARE OG FERDIGVAREINDUSTRI



VISJON

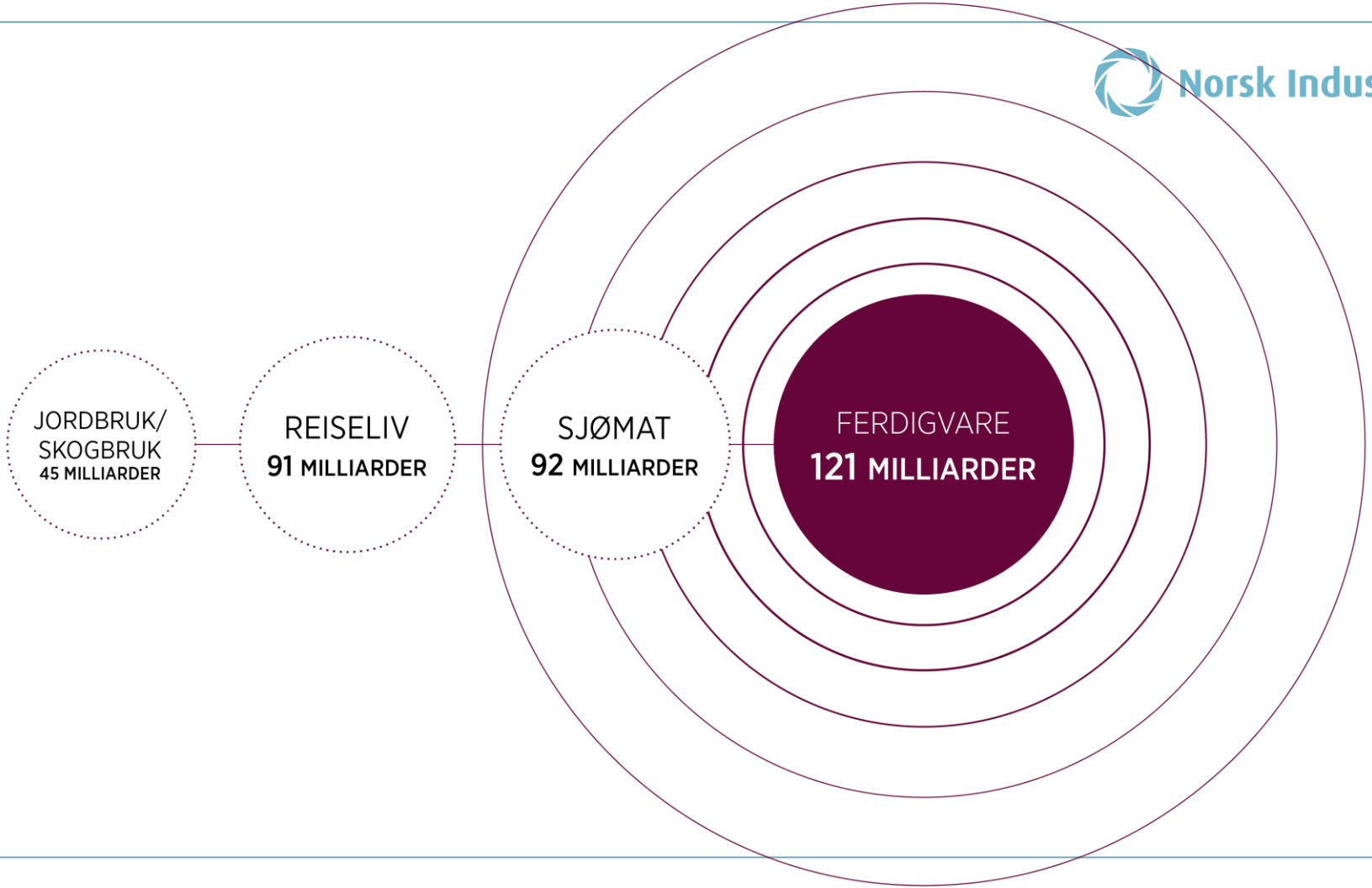
I 2030 skal norsk design-, merkevare- og ferdigvareindustri ha doblet sin størrelse og stå for 12 prosent av Norges vareeksport.

For å nå visjonen kreves det en målrettet politikk. Det trengs nye og sterkere virkemidler innen design/produktutvikling, merkevare-bygging og eksport. Det må også bli skatte-regler som bidrar til økt kapitaloppbygging i industrien til investeringsprosjekter. Norsk ferdigvareindustri skal bidra til en vekst i tråd med FNs bærekraftmål.

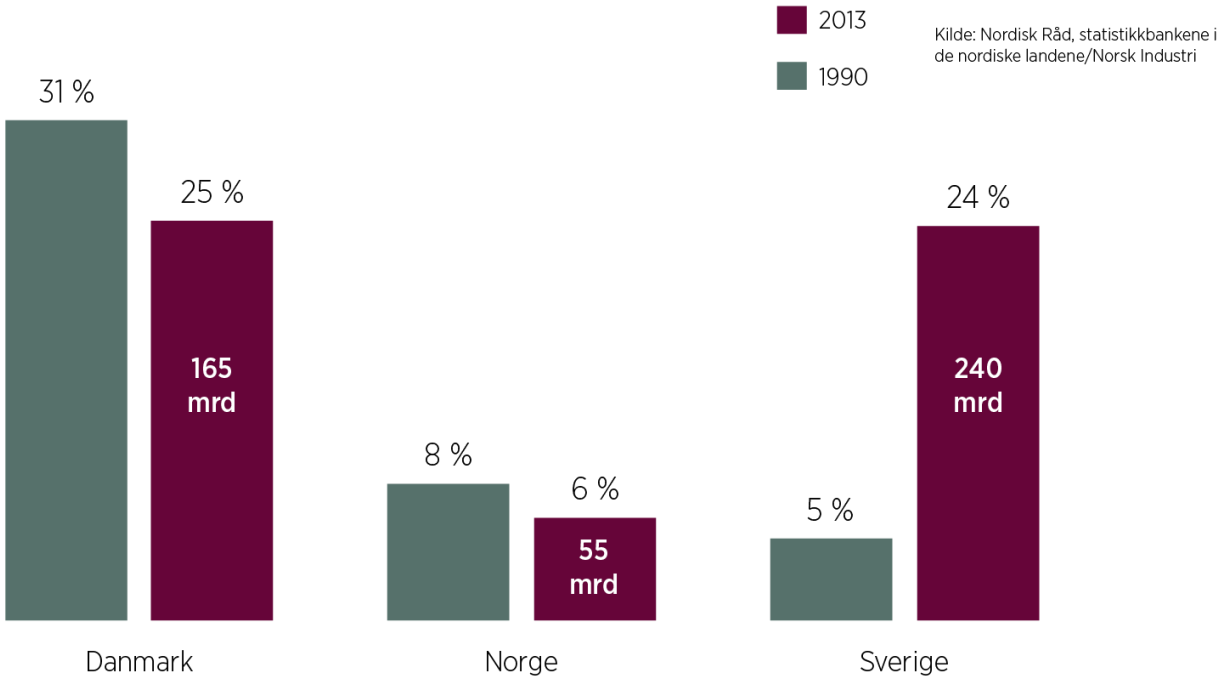
Ferdigvareindustrien

- Har sin styrke fra kompetanse innen design, merkevarebygging og avansert produksjon
- Ikke basert på naturgitte fortrinn
- Stor, og langt større enn de fleste kjenner til
- Finnes innenfor bransjer som møbel, tekstil, klær, trykking, grafisk, trevarer, glass, porselen, belysning, metallvare, støperi, elektriske produkter, plast og byggevarer
- Kjente merkevarer Jotun, Ekornes, Jøtul og Swix

Norsk Industri



Ferdigvareeksport i prosent av total eksport

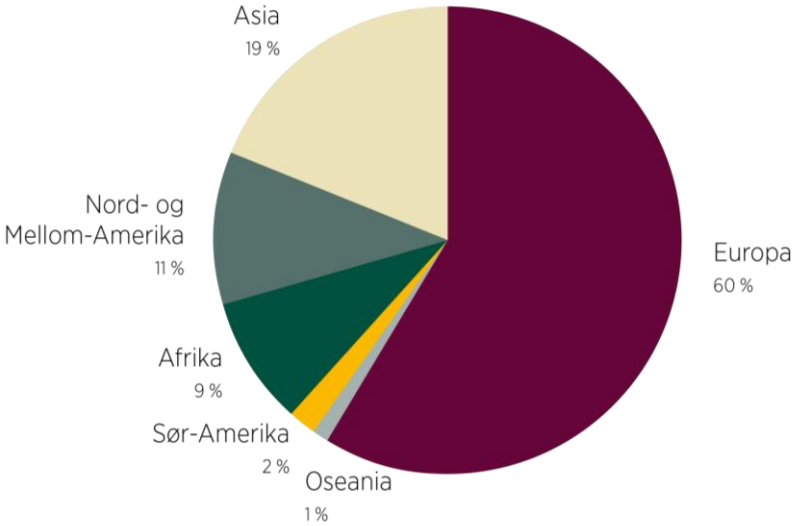


Kilde: Nordisk Råd, statistikkbankene i de nordiske landene/Norsk Industri

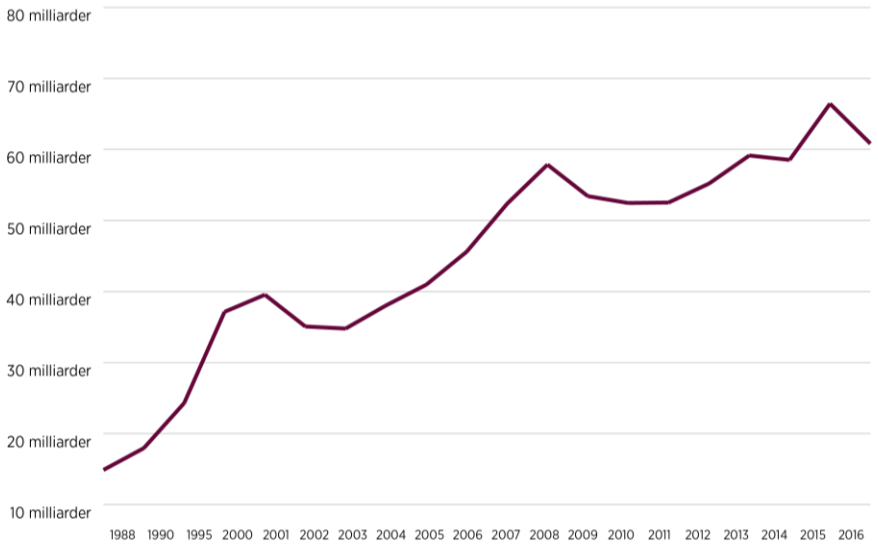
Sitat fra World Economic Forums White Paper;
Manufacturing Our Future:

The link between a thriving manufacturing sector and economic growth is a direct and significant one, particularly regarding employment and industries that themselves are linked. In fact, manufacturing has the largest multiplier effect of any economic sector.

Eksport av ferdigvarer 2016



Ferdigvareindustrien. Eksport 1988–2016



Utviklingstrender

- Digitalisering i produksjon
- …og innen distribusjon/salg
- Endret forbrukeradferd
- Globale verdikjeder
- Klima- og miljøfotavtrykk
- Etikk

Utviklingstrender

- Befolknings- og kjøpekrafts-vekst er sterkest i Asia og Afrika
- Urbanisering og storbyenes vekst gir muligheter i alle land
- Aldrende befolkning

Utviklingsområder

Foto: Ian Coble

Design og produktutvikling

«

Design og produktutvikling er bærebjelken for denne industrien i dag, og er hoveddriveren for utvikling av bedriftene.

SeaAir 2007 | SeaAir Barents 2013 | SeaAir Barents II 2016

Design og produktutvikling

- For å få stor vekst forutsetter det en betydelig og langsiktig satsing på programmer og andre virkemidler knyttet til produktutvikling og design
- Markedsorientering til grunn
- Utvikle nasjonale design- og produktutviklingsmiljøer

Foto: Hardanger Bestikk

Merkevare

STRESSLESS-MERKET GIR TREDOBBEL PRIS

Ekornes gjennomførte for noen år siden et interessant eksperiment i Frankrike. Noen konsumenter ble presentert for en umerket Stressless uten noen form for kommunikasjon, altså kun det fysiske produktet. Deretter ble de spurt om hva de ville betale. Svaret var omtrent 1/3 av den prisen stolen faktisk ble solgt for i franske møbelbutikker. Merket og innpakningen tredoblet altså betalingsviljen.

- Norge oppleves ledende på kvalitet, men svakere på merkevarebygging og markedsføring
- For å styrke merkevarebygging må det satses på kompetanseheving og å bygge sterke merkevarer
- Styrke FoU innen distribusjon, merkevare og forbrukeradferd («nedstrøms»)
- Flere ledende merkevarer: Jensen, Figgjo, Håg og Dale of Norway

Foto: Ekornes ASA

Effektiv produksjon og digitalisering

- Ny teknologi og automatisering
- Digitalisering muliggjør nye forretningsmodeller og utfordrer dagens distribusjon
- Kontinuerlig forbedring/LEAN
- Klynger
- Katapult
- Kobling ferdigvarer og råvarer

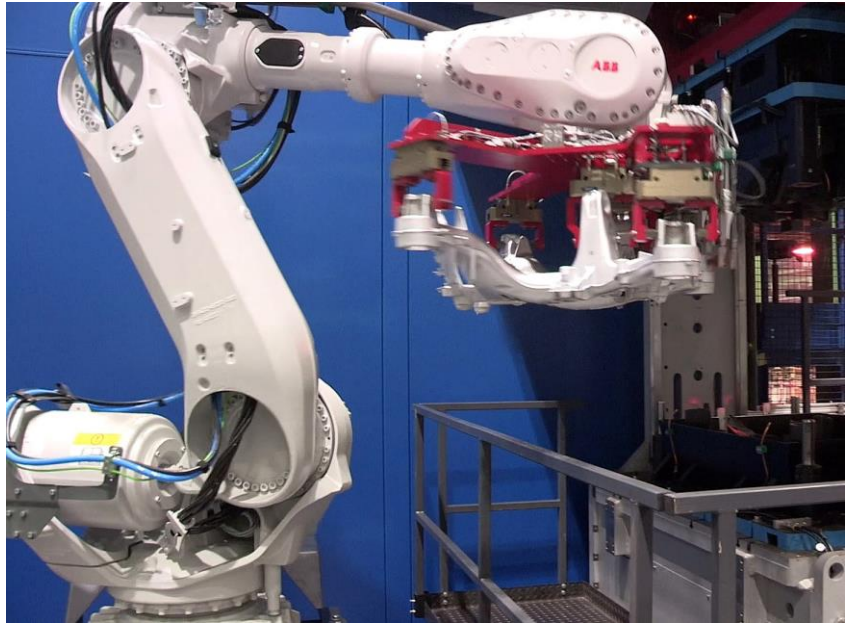


Foto: Benteler Automotive Farsund AS

FORSLAG TIL PROGRAM FOR MERKEVARE OG DESIGNDREVET FERDIGVAREINDUSTRI

For å realisere de store mulighetene i ferdigvareindustrien må nye virkemidler etableres og eksisterende virkemidler styrkes innenfor produktutvikling, design, mer effektiv produksjon og merkevarebygging.

Det må utvikles et nasjonalt program med virkemidler som er særskilt tilpasset mulighetene og utfordringene i sektoren.

Vi foreslår at det utvikles et nasjonalt program med produktutvikling/design, mer effektiv produksjon og bygging av sterke internasjonale merkevarer med støtte til både konkrete enkelt- og flerbedrifts-prosjekter. Programmet bør vektlegge;

- Produktutvikling og design
- Merkevarebygging
- En mer effektiv produksjon

Eksport

« Med dagens oljepris må eksporten fra andre næringer fordobles mot år 2040 for at vi skal opprettholde vår levestandard.

Fra rapporten: Norge 2016: Sterke på produkt, svake på marked, Innovasjon Norge

EKSPORTUTVIKLINGSORDNING

En viktig forutsetning for å nå målsettingen i veikartet er at det etableres en ny eksportutviklings-ordning. Den skal ha som formål å øke eksporten spesielt fra små og mellom-store bedrifter da den er risiko-avlastende og fyller et hull i dagens virkemiddelapparat.

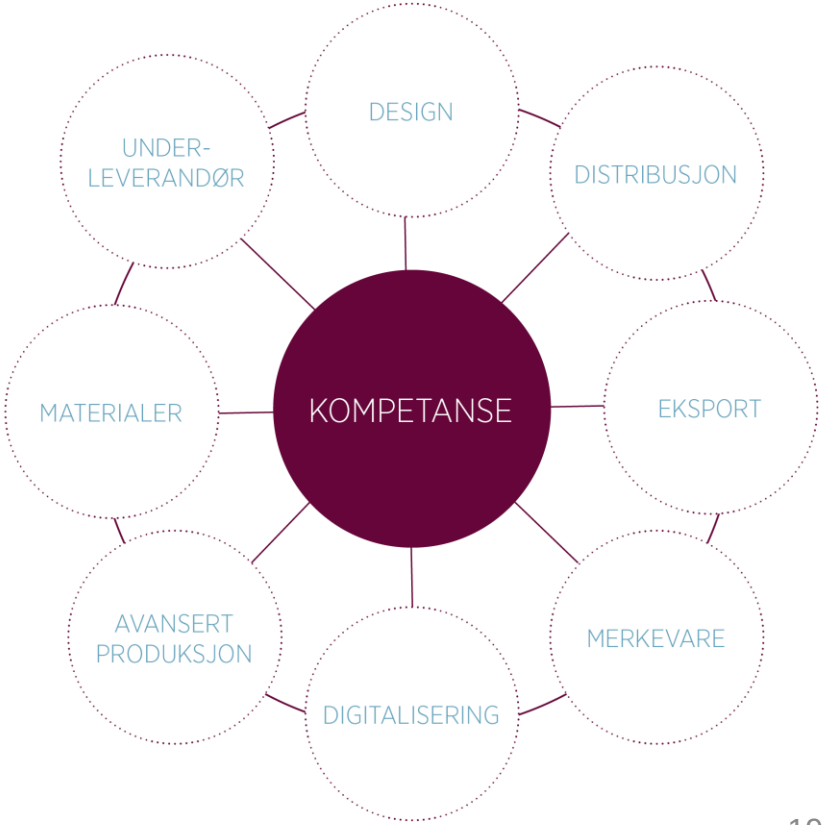
Ordningen må gjelde i land eller regioner som har høy BNP, høy forventet vekst eller store hindre som bedriftene må overkomme for å få en fot inn i markedet. En ny eksportutviklingsordning vil gi Norge flere ben å stå på, og tangere deler av satsingen på Merkevaren Norge.

Miljø og bærekraft

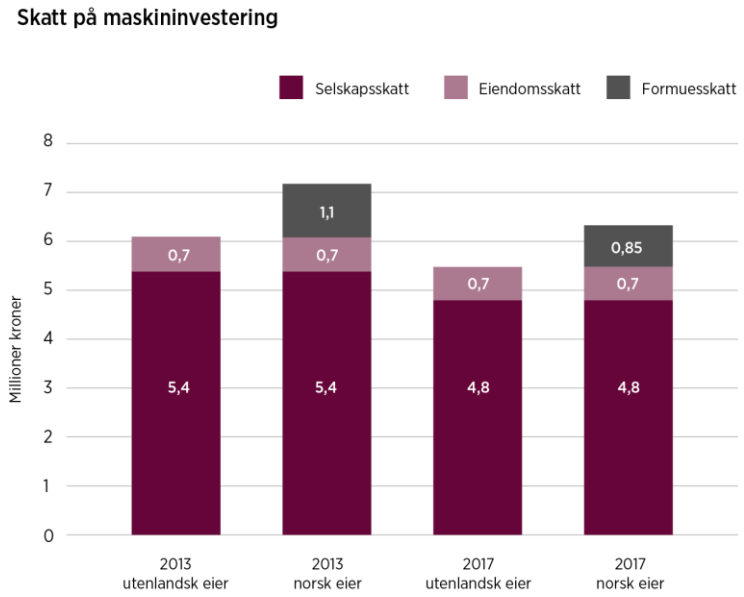
- Pågår en kontinuerlig omlegging i retning av bærekraftige produkter
- Vi har et godt utgangspunkt
- Er en del av løsningen og tilbyr produkter med lavt miljøfotavtrykk
- Bruke offentlig innkjøpspolitikk mer aktivt ved å stille strengere krav til miljø, kvalitet og innovasjon

Kompetanse

- Sektoren er kunnskapsbasert; kreativ, fagarbeider, ingeniør- og merkevarekompetanse
- Er i nisjer og geografisk spredt
- Kunnskaps- og FoU-miljøene finnes ikke alltid i Norge
- Kunnskapsdeling og kompetanse-utvikling skjer ofte i aksen leverandør-produsent-kunde
- Trenger programmer som stimulerer innovasjon og FoU



Kapitaltilgang og formueskatt



Norge er et høykostland og vi forventer at det vil gjelde også fremover. Derfor er tiltak som styrker kapitaltilgangen, hindrer diskriminering av norske eiere og øker bruken av moderne teknologi i industrien viktig.

Konklusjon

Design-, merkevare- og ferdigvareindustrien har vokst de siste årene. I dag utgjør sektoren 6 prosent av norsk eksport, mot en fjerdedel i våre naboland. Veikartet peker på forutsetninger som kreves for å nå visjonen om en dobling av sektorens størrelse og stå for 12 prosent av Norges vareeksport.

Konklusjon

Veikartet peker på disse hovedforutsetningene for å nå visjonen:

- Løfte design- og merkevaredrevet ferdigvareindustri til en strategisk eksportnæring for Norge. Viktigste virkemiddel er en ny eksport-utviklingsordning som bidrar til risikoavlastning, særlig for små og mellomstore bedrifter, ved etablering i nye eksportmarkeder.
- Stimulere til økt industriproduksjon i Norge gjennom investeringstilskudd og programmer innen design- og produktutvikling, mer avansert produksjon, produktivitet og bygging av sterke internasjonale merkevarer, og ved å koble design- og merkevaredrevet ferdigvareindustri og råvareindustri.

Konklusjon

- Avansert «nedstrøms» forskning og utvikling innen merkevare, «go-to market», design og digitalisering må prioriteres høyere innen ordninger som BIA og i akademia.
- Rammebetingelser for norske eiere må likestilles med utenlandske for å sikre økt kapital-oppbygging til investeringsprosjekter i industrien.
- Bruke offentlig innkjøpspolitikk mer aktivt enn i dag ved å stille strengere krav til miljø, kvalitet og innovasjon.

Norsk Industri