



---

# Innovasjon Norges verktøy for innovasjon

**Spesialrådgiver Oddbjørn Clausen**  
**Innovasjon Norge**  
**15. Mai 2008**



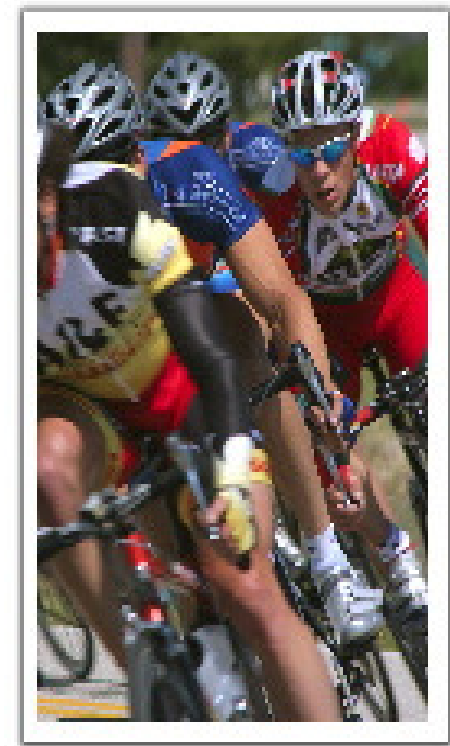
## ❖ Samarbeid gir økt innovasjon

Det er tydelig sammenheng mellom høy grad av samarbeid og sannsynlighet for utvikling og innovasjon. *(Kundeeffektundersøkelsen 2007)*

*De foretakene som samarbeider med andre foretak, lykkes i større grad med sine innovasjoner (Skattefunn 2008)*

*Internasjonale leverandører er viktigere enn kunder som samarbeidspartnere i innovasjonsarbeid. Nær tre av fire bedrifter har samarbeid med kunder og ca 40 prosent av bedriftene samarbeider med universiteter.*

*(Norsk industri: FoU- og innovasjonsrapport 2007)*



## ❖ Innovasjonsmiljøer skaper samarbeid

**Innvasjon Norge bidrar til å opprette og finansiere innovasjonsmiljøer som:**

- **Arena-programmet**
- **NCE. Norwegian Centres of Expertise.**
- **Bedriftsnettverk**

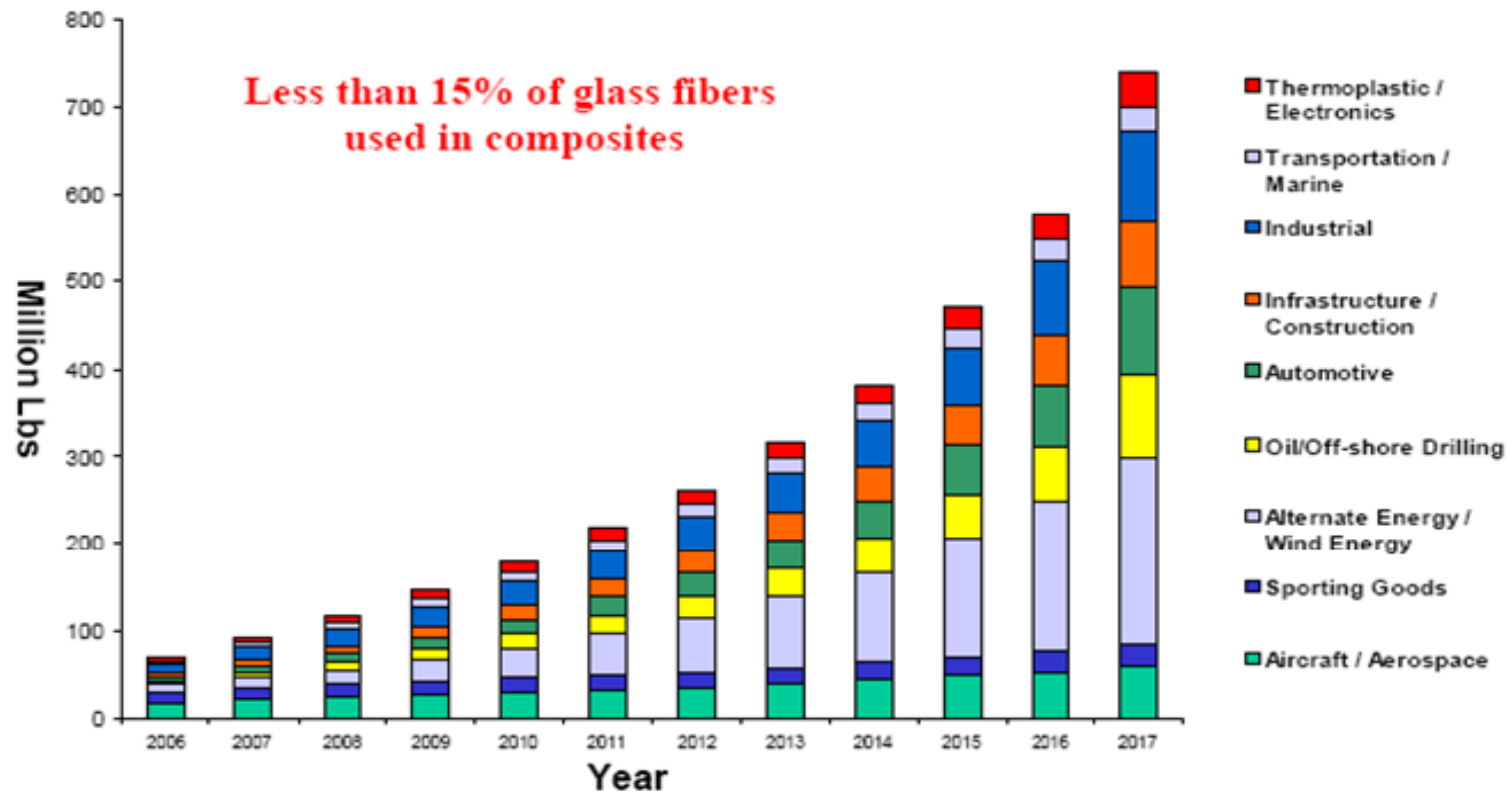
**•Det finnes 9 NCE'er spredt rundt i landet som konsentrerer seg om ulike teknologiområder. En av dem er NCE-Raufoss hvor NSK er lokalisert.**

**•NCE-Raufoss har spesialisert seg på lettvektsmaterialer**

## ❖ Komposittmarkedene

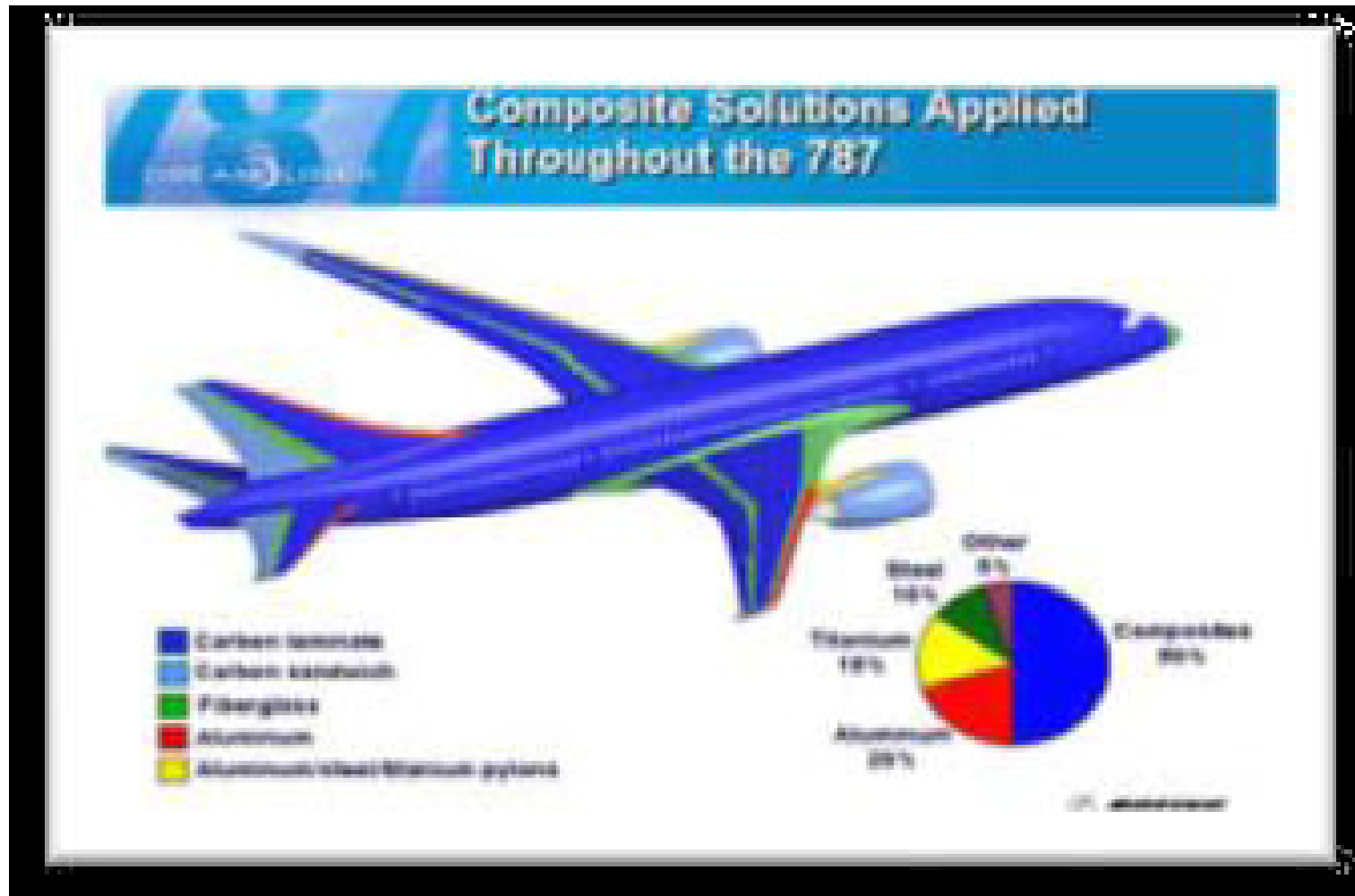
- **Markedene for produkter basert på avanserte kompositter, som karbonfiberkompositt, er i sterk vekst.**
- **Dersom norske komposittbedrifter skal kunne hevde seg konkurransen om oppdrag, kreves en solid teknologisk base i Norge.**
- **Prognoser for veksten frem til 2017 i sentrale markedssegmenter for produkter basert på karbonfiberkompositter vises i neste plansje:**

# Long-term global potential



Det nye passasjerflyet Boeing 787

❖ "Dreamliner" består av 50% kompositt





- |
- ❖ Samarbeid mellom leverandør og kunde skaper innovasjon og nye konkurransedyktige produkter

**Innovasjon Norges viktigste virkemiddel for samarbeid mellom leverandør og kunde er ordningen for forsknings- og utviklingskontrakter, IFU / OFU:**

**IFU: Industrielle forsknings og utviklingskontrakter**

**OFU: Offentlige forsknings og utviklingskontrakter**

# Hva er offentlige og industrielle forsknings- og utviklingskontrakter (OFU og IFU)?

**Tilbud:** Nytt/forbedret produkt/løsning

**Behov:** Dekkes ikke av eksisterende tilbud i markedet



Kompetanse

- SMB med vekstambisjonerr

Behovstyrt innovasjon

- Innovasjonshøyde
- Markedspotensial
- Forretningsmodell

Offentlig eller bedrift

- Spesifikasjoner
- Referanse
- Markedskanal

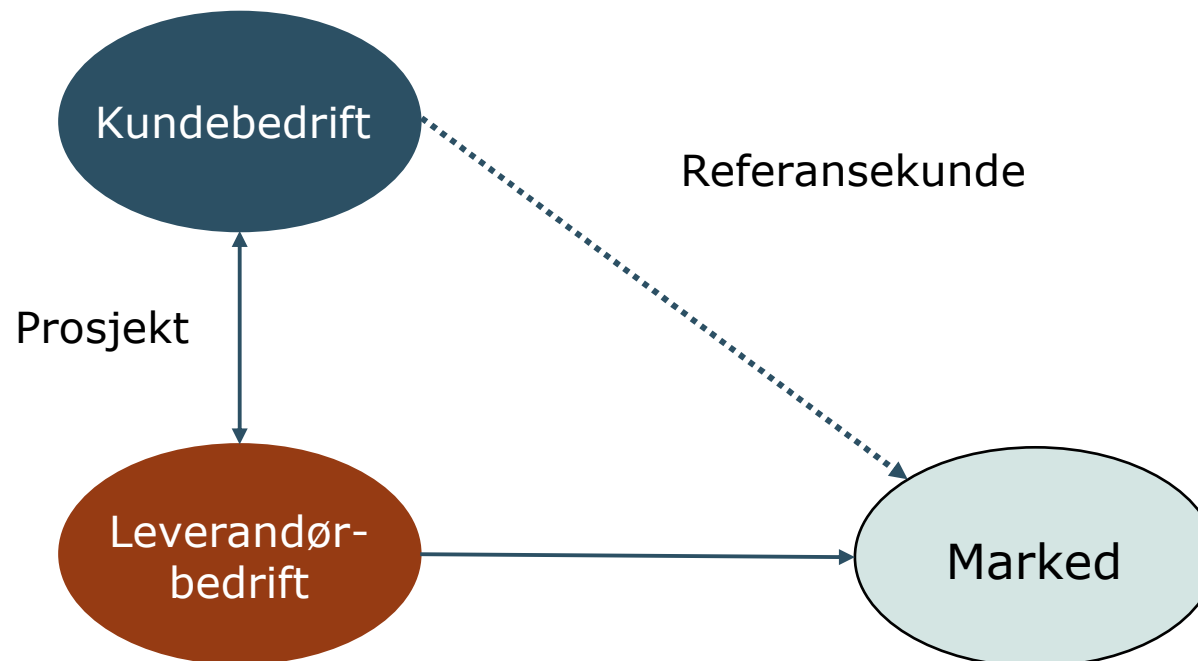
## ❖ Mål med ordningen:

- Stimulere til utvikling av nye **produkter** eller **tjenester**, **prosesser** eller **metoder** med et internasjonalt markedspotensial.
- Kompetanseheving og nye samarbeidsrelasjoner (nettverk).
- Styrke internasjonalisering
- Mer effektiv og moderne forvaltning (OFU).
- Støtten skal være utløsende og verdiskapningen skal skje i Norge.

**NB!**

Ordningen har ingen søknadsfrist eller tematiske begrensninger

## ❖ Kommersialisering fra leverandør



## ❖ Krav til bedriftene

### Kundebedriften

- Kompetanse og ressurser innenfor sin bransje eller sitt markedsområde
- Rollen som lokomotiv – utløsende referanse for senere kjøp og/eller rolle som direkte markedskanal

### Leverandørbedriften

- Normalt SMB-bedrift (ref. EØS-definisjon)
- Kompetanse, evne og kapasitet til å løse et utviklingsbehov hos kundebedrifter

**NB!**

Et prosjekt kan bestå av flere leverandørbedrifter og flere kundebedrifter.

## IFU/OFU-kontrakten



- Juridisk bindende avtale mellom bedriftene i et prosjekt
- Regulerer samarbeid, forpliktelser, eiendomsrett og utnyttelse av resultater
- Partenes ansvar, men må godkjennes av Innovasjon Norge
- Dokumentasjonen bør deles opp i kontraktsdel og søknadsdel
- Ikke nødvendig i f m søknad, men før utbetaling av tilskudd
- Intensjonsavtale som vedlegg til søknad anbefales

## OFU/IFU skaper en "vinn-vinn" situasjon

### Leverandøren:

- Nytt produkt/ny tjeneste
- Risikoavlastning
- Reduserte utviklingskostnader
- Referanse
- Markedsintroduksjon
- Markedskompetanse

### Den krevende kunden:

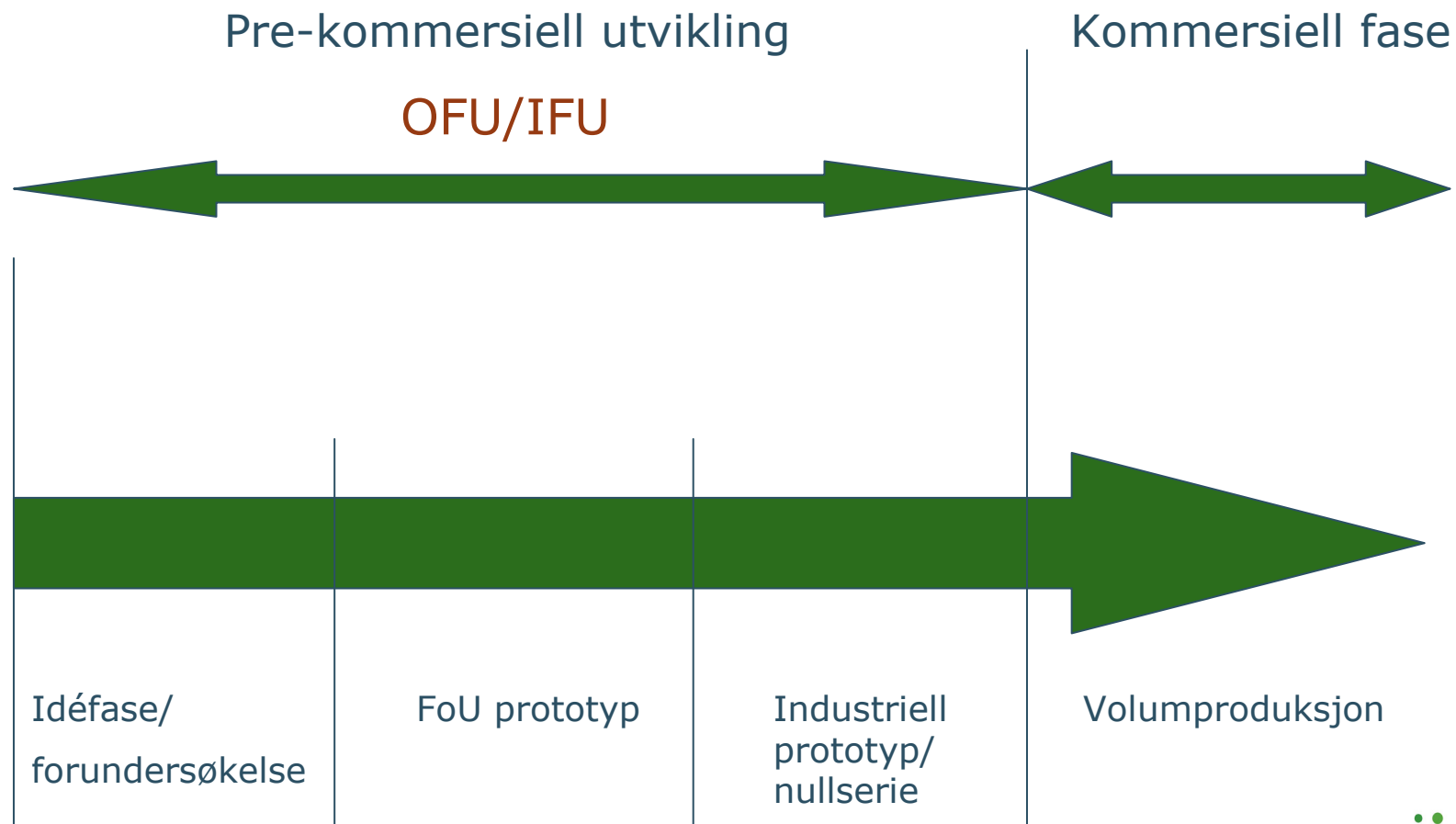
- En skreddersydd løsning
- Risikoavlastning
- Mer innovativ og moderne løsning
- Styrket utviklingskompetanse
- En kompetent leverandør

## ❖ Prosjektsøknaden

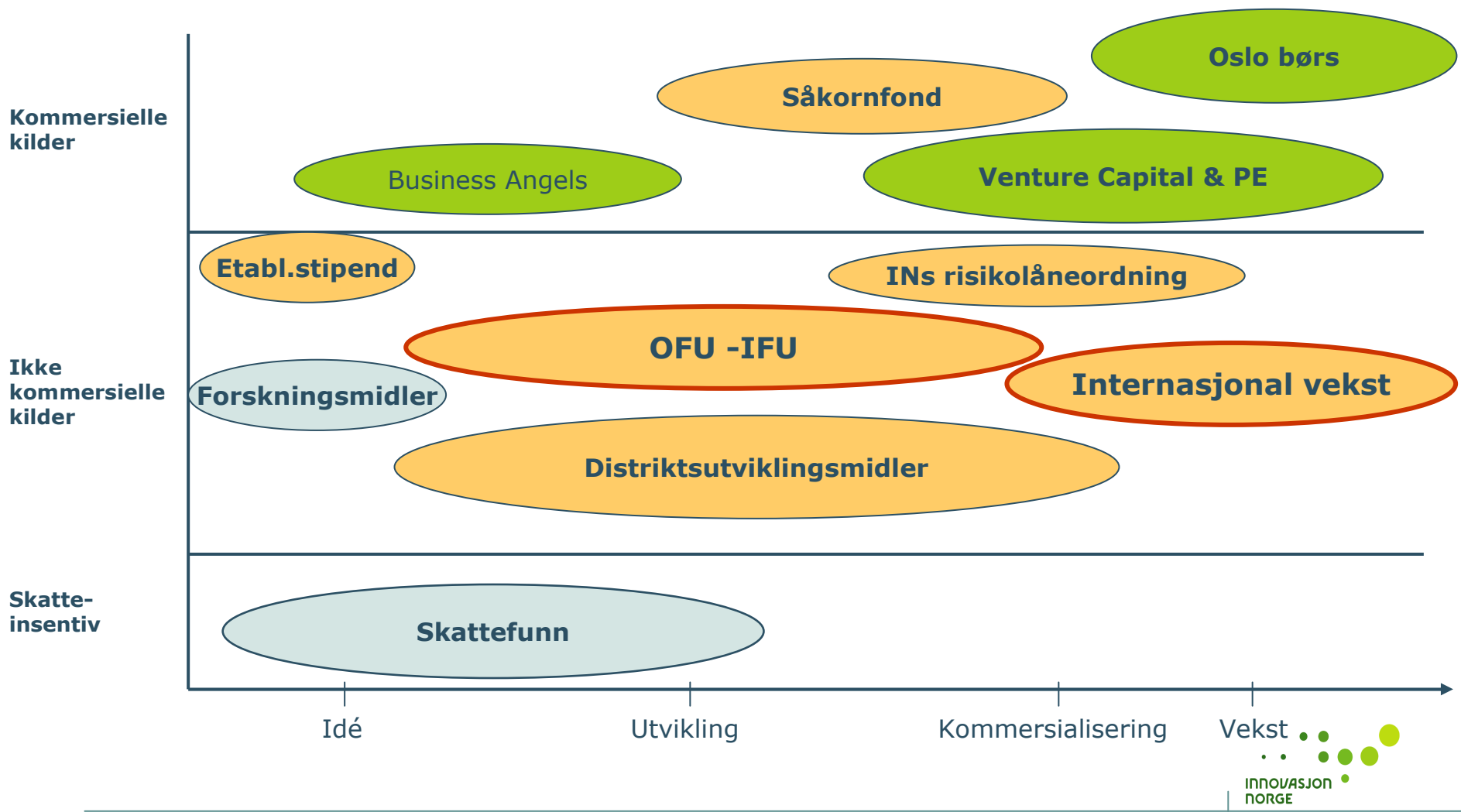


1. Presentasjon av søker – organisasjon, strategi, marked, forretningsmodell m.m.
2. Økonomi – regnskap de siste 3 årene
3. Avtale mellom bedrift og etat/kunde (minimum intensjonsavtale ifm søknad)
4. Presentasjon av kundebedriften – utviklingsbehov? krevende kunde? involvering/innsats i prosjektet?
5. Presentasjon av prosjektet – bakgrunn, mål, kostnader, finansiering, organisering, styring, fremdriftsplan m.m.
6. Markedsforhold/lønnsomhet – nasjonalt og internasjonalt markedspotensial, lønnsomhetsberegning, kommersialiseringsvei
7. Spesifisering av kostnader og finansiering av prosjektet

# Utvikling fra idé til nytt produkt/tjeneste



# OFU/IFU's plass i innovasjonsprosessen



# Regler for FoUoI statsstøtte

Støtten skal være proporsjonal med identifisert markedssvikt

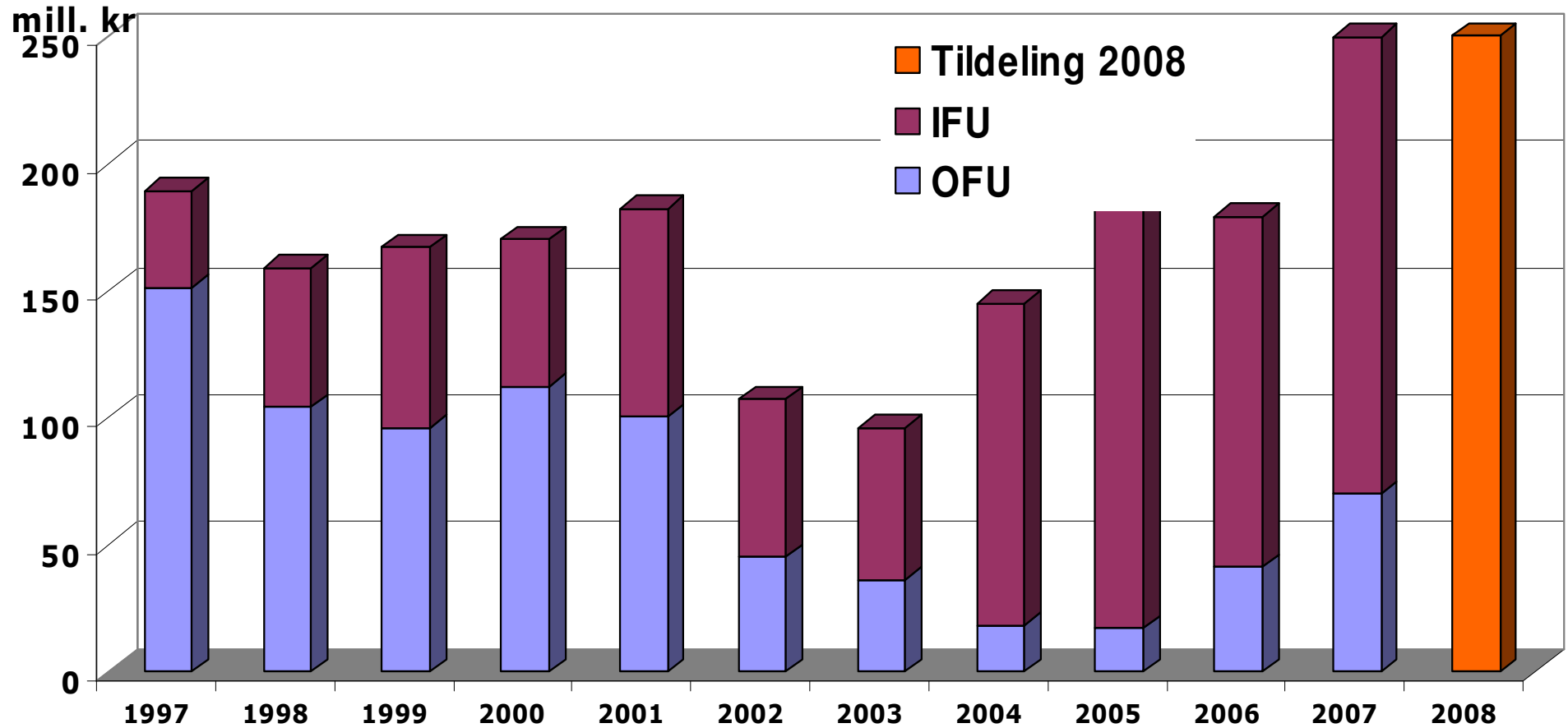
Bedriftsstørrelse	Små <50	Middels 50-250	Store >250
Forundersøkelser - Industriell forskning	75 %	75 %	65 %
FoU - Industriell forskning	70 %	60 %	50 %
Forundersøkelser - Utvikling/prototyping	50 %	50 %	40 %
FoU - Utvikling/prototyping	45 %	35 %	25 %

Støtten til FoU kan økes med 15 % (maks 80 %) dersom det er et *reelt* samarbeid mellom to *uavhengige* bedrifter hvorav den ene er en SMB (< 250 ansatte) eller befinner seg i utlandet.

Støtteintensitet skal beregnes pr. deltager i samarbeidsprosjekt.



# Årlige OFU/IFU bevilgninger



## ❖ Evaluering av IFU/OFU-ordningene viser at:

- 44% av prosjektene defineres i dag som kommersielle suksesser
- Prosjektene har bidratt til et klart kompetanseløft, både teknisk og kommersielt – teknologisk suksessrate er over 75%.
- Prosjektene skaper betydelig omsetning, herunder eksport – årlig omsetning er større enn samlet bevilgning i tiårsperioden 1995-2005!
- Treffer nyetablerere med særlig høy overlevelsesrate – over 50% av bedriftene er under 5 år.

**NB!**

Addisjonaliteten er høy for rundt 70 % av prosjektene, hvilket er vesentlig høyere enn for Innovasjon Norges øvrige virkemidler!

## ❖ Nacre - 15 års forskning og utvikling

- Rundt 1990: En idé blir født på SINTEF Akustikk i Trondheim
- SINTEF forsker på konseptet og søker finansiering på hele 90-tallet
- Etablerer Nacre - en spin-off fra SINTEF
- Aktivt som selskap siden 2000
- Etablert for å utvikle, industrialisere, produsere, selge og markedsføre QUIETPRO



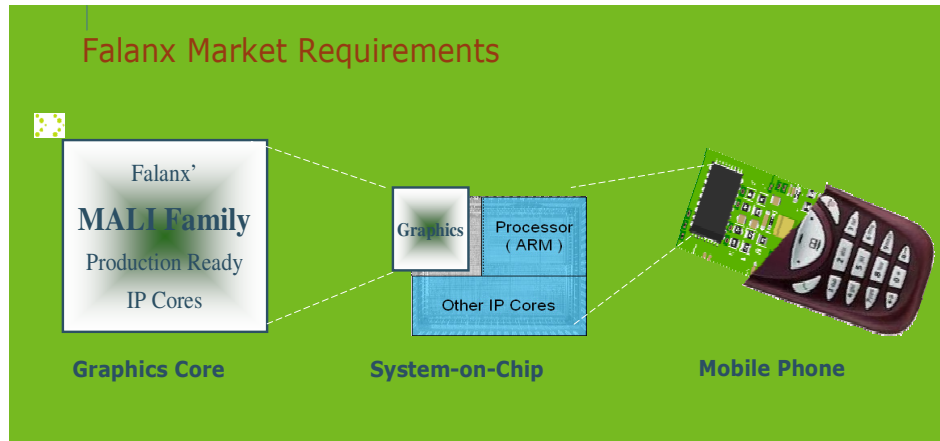
## OFU-kontrakt

- Det norske og svenske forsvaret ser behovet av QUIETPRO for å sikre bedre kommunikasjon og hørselsbeskyttelse av sine styrker.
- OFU-prosjekt etableres fra 2000/2001 (4 mill.)
  - Det norske og svenske forsvaret, Innovasjon Norge og Nacre
  - Finansiell støtte på tilsammen 30 MNOK
  - Sterk involvering i spesifikasjon, utvikling og uttesting
- Fungerende prototype i 2004
- Industrialisering 2004-2005
- Første leveranse i 2005 – 500 QUIETPRO



Nacre ble solgt til franske Bacou-Dalloz, verdensledende innen personlig verneutstyr, for 750 mill. i 2007!

## 3D-grafikk og videochip for mobiltelefoner



- Falanx Microsystem AS, etablert 2001
- IFU prosjekt 2003 – 05
- Tilskudd: 3 mill. kr
- Krevende kunde: Zoran Corp., USA

Utviklingen av teknologien ble startet i 1998 av 5 studenter på NTNU.

Bedriften ble kjøpt opp av ARM Ltd i 2006 for 150-180 mill. kr og endret navn til ARM Norway AS.

Utviklingsarbeidet skal fortsette i Norge. Planen er at antall ansatte skal øke til 55 i løpet av 2007. ARM Ltd forsyner 90% av det internasjonale markedet for mobiltelefonprosessorer.

Bedriften mottok Reodor prisen høsten 2006.

# OceanSaver AS:

## Ny global vekstbedrift med maritim miljøteknologi



### OceanSaver® systemløsning:

- Rensing av ballastvann (miljøgevinst)
- Reduksjon av tankkorrosjon (økonomisk gevinst for reder)
- Markedspotensial: 1 mrd USD/år
- Finansiering: 50 MNOK

### Innovasjon Norge:

- Samarbeid gjennom innovasjonsselskaper for utvikling av forretningskonsept og etablering av utviklingskonsortium med krevende, internasjonale kunder:
  - Kongsberg Innovasjon AS og DK Buskerud-Vestfold
  - Campus Kjeller AS og DK Oslo-Akershus
- IFU-kontrakt i samarbeid med Statoil og redere: 32,5 MNOK
  - HK
- Markedsforberedelser i Japan
  - DK Buskerud-Vestfold og UK Tokyo

## ❖ Hvorfor er IFU/OFU en suksess?

1. Forankret i kundebehov og markedsmuligheter
2. Krav til forpliktende samarbeid med krevende kunde
3. Krav til god gjennomføringsevne

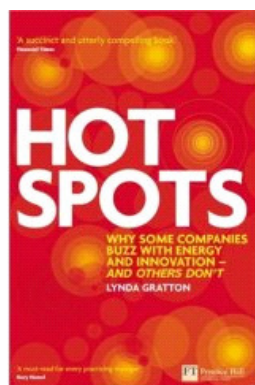


# Innovasjon i samarbeid

en ny setting for OFU/IFU

## “Hot spot”

et senter for kreativitet,  
handling og energi.



## “Open innovation”

Fra lukkede til åpne  
innovasjonsprosesser





# Alle kunder gir næring Bare krevende kunder gir læring

**Det lønnsomme  
samarbeidet**

**Internasjonalt  
kundelokomotiv**

**Behov:**  
Nye løsninger til et  
internasjonalt marked

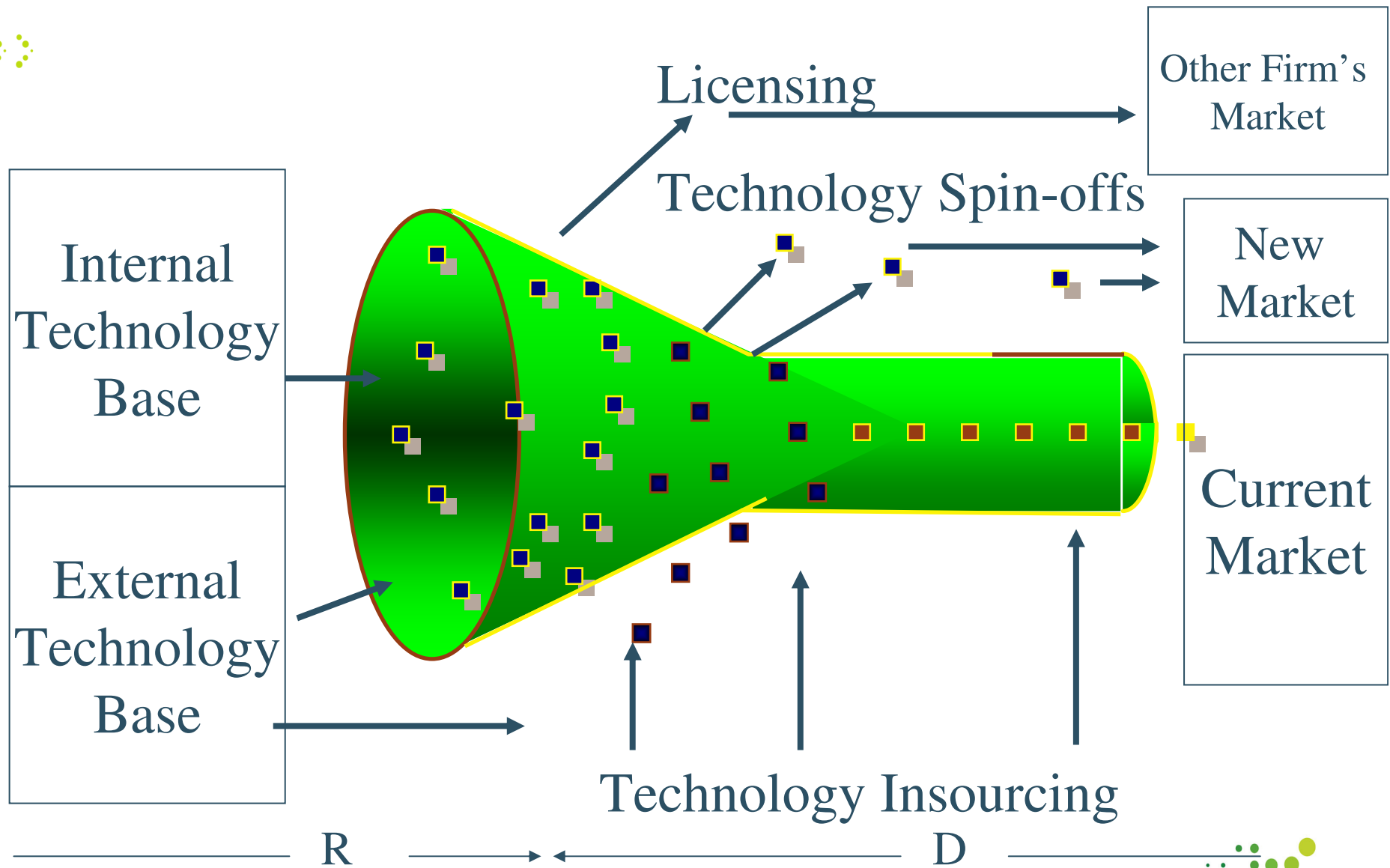
**IFU / OFU  
kontrakten**

*Handelt*

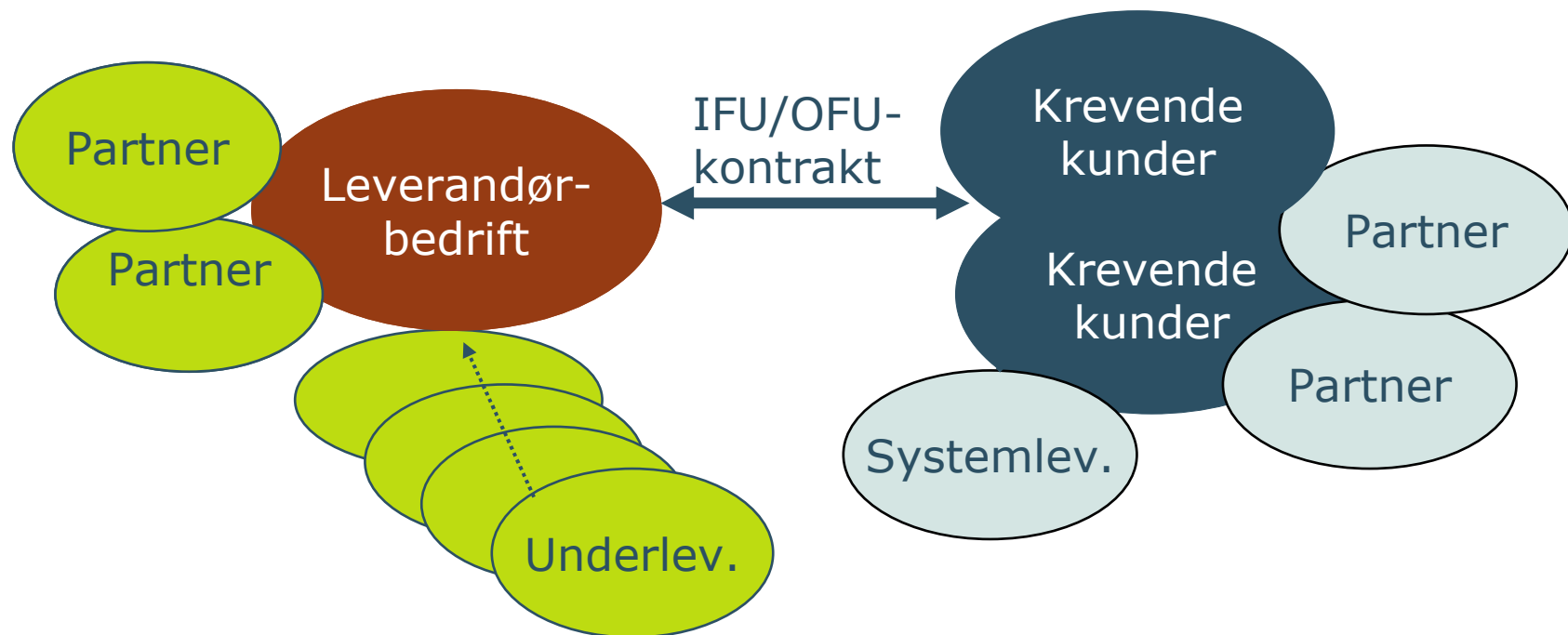
**Kompetent norsk  
leveringsbedrift**

**Tilbud:**  
Nytt/forbedret  
produkt/løsning

**OI: Growing new businesses and profiting from others' use of your technology**



Markedssuksess!  
Krever nye måter å jobbe på



# ❖ Besøk oss på nett: [innovasjonnorge.no/fou](http://innovasjonnorge.no/fou)



The screenshot shows the homepage of innovasjonnorge.no/fou. At the top, there is a navigation bar with links for 'English', 'Nettstedskart', and 'Avansert søk'. A search bar is located on the right with the text 'Søk etter:' and a 'Søk' button. Below the navigation bar is a large banner featuring a close-up of a person's eye and the 'INNOVASJON NORGE' logo. The banner also contains a section titled 'Hvilke muligheter har du i ditt fylke: Internasjonale ambisjoner:' with two dropdown menus: 'VELG DITT FYLKE' and 'VELG INTERNASJONALT MARKED'. Below the banner is a horizontal menu with links: 'Forside', 'Fylke', 'Internasjonale markeder', 'Våre tjenester', 'Søknader', 'Satsingsområder', 'Nyheter', 'Om oss', and 'Kontakt'. The main content area is divided into three columns. The left column is titled 'Snarveier' and contains links for 'Etablerere og oppfinnere', 'For bedrifter', 'Internasjonalisering', 'Reiseliv', and 'Landbruk'. The middle column is titled 'Nyheter' and contains several news items, including 'Innovasjon Norges nye nettsted', 'Study tour - The commercialization process of research spin offs, Boston', 'Unyansert om bygdeturisme', and 'Siste nytt fra distriktskontorene: Vil Mobilisere gründere'. The right column is titled 'Vi gir lokale ideer globale muligheter' and contains a section for 'Suksesshistorier' and 'Arrangementer'. The 'Suksesshistorier' section features a photo of apples and the text 'Våre suksesshistorier. Les mer >>'. The 'Arrangementer' section features a photo of three people and the text 'Arrangementer i regi av Innovasjon Norge, sentralt og lokalt. Les mer >>'. At the bottom right of the page, there is a logo for 'INNOVASJON NORGE' consisting of a cluster of green dots.