

Det Kongelige Nærings- og handelsdepartement  
Postboks 8014 Dep  
0030 Oslo

2. februar 2007  
GADA/  
Direkte innvalg 64 97 01 87

## **STORTINGSMELDING OM INNOVASJON - INNSPILL FRA MATFORSK**

Vi viser til brev fra Departementet av 21.12.06 og takker for muligheten til å gi innspill i en sak vi er opptatt av og som er av stor betydning for utviklingen i næringsmiddelbransjen. Vi gir her noen innspill i "overskriftsform", vi utdyper gjerne disse i en annen anledning i Departementets videre prosess med Stortingsmeldingen. Det skjer daglig gode innovasjoner i bedriftenes måte å arbeide på, og det er mange gode eksempler på dette. Våre innspill denne gang er imidlertid fokusert mot ordninger som fungerer på bransjenivå og på tiltak myndighetene kan iverksette.

### **Definisjon av Innovasjon**

Det brukes ulike definisjoner av innovasjon i ulike sammenhenger. Vi synes det er viktig å bruke en definisjon som viser forskjellen mellom kreativitet og innovasjon, og som tar opp i seg at innovasjon foregår i alle ledd i en verdikjede. Det må også understrekes at innovasjoner kan være store eller små, og i total verdiskaping er summen av de små like viktig som de store, banebrytende som får mest oppmerksomhet. Et forslag kan være:

"Innovasjon er suksessfull anvendelse av nye ideer/kunnskap eller ny kombinasjon av etablert kunnskap."

### **Grad av innovasjon**

Mange av de økonomiske tilskuddsordningene som finnes for å stimulere til økt innovasjon legger vekt på at det skal være "høy grad" av nyhetsverdi, av innovasjon, av forskning eller teknologisk avansert. Vi har hørt eksempler på at Norge er spesielt med hensyn på dette fokuset på de store sprangene og risikoprojektene. I enkelte andre land er det enklere å få økonomisk støtte og kapital til de "hverdagslige" innovasjonsprosjektene. Det hadde vært interessant å vite om dette er tilfelle. Det finnes forskning som viser at det er de små innovasjonene som har størst sannsynlighet for å gi økonomisk suksess. De fleste bedrifter driver også slik trinnvis utvikling. Over tid kan dette innebære en like stor økonomisk investering som de store, mer synlige innovasjonsprosjektene med atskillig større risiko.

*Det burde settes fokus på de mindre, trinnvise innovasjoner. Disse bør også bli tilgodesett i tilskuddsordninger og verdien av dem bør synliggjøres mer.*

## Hva øker innovasjon og hva hindrer innovasjon?

### Tverrfaglighet øker innovasjonsevnen

Vi har erfart det, både i forskning og i industriprosjekter. Dersom en setter sammen grupper med ulik bakgrunn og fra flere deler av en verdikjede, så vil ideer utvikles. Dette gjelder også sammensetningen av ansatte i en bedrift, og sammensetningen av prosjektgrupper i utviklingsarbeid. Noen bransjer har dessverre en tendens til å rekruttere ensidig, og i perioder er det trender i hvilken fagbasis som er "riktig" å få inn i bedriftene.

*Vi mener at det har vært ordninger tidligere som har gitt tilskudd til en slags trainee-ordning, der små og mellomstore bedrifter fikk lønnstilskudd for å ansette i en begrenset periode en nyutdannet person med en faglig bakgrunn som var lite representert i bedriftene fra før.*

*Det kan også være en tanke å gi incitament for samarbeid på tvers av bransjer, for eksempel IT&Bakerbransjen.*

*Det er en del ordninger som tilrettelegger for nettverk, vi tror det er viktig at slike møteplass aktiviteter har et faglig fokus og målsetting.*

### Gode FoU miljøer med bransjekompetanse

I klyngeteorier snakkes det om bedrifter, FoU miljøer og et godt konsulentmiljø. Matforsk har som FOU institutt med en stor grad av industrikompetanse og oppdrags-portefølgje sett at kombinasjonen av forskning og utvikling i bedrifter er fruktbar for begge områder. Vi ser at når bedrifter benytter våre tjenester i mindre utviklingsoppgaver, reduseres barrierene mellom industri/håndverksproduksjon og forskning. De blir mer interessert i hva vi kan som de har nytte av og flere blir etter hvert mer avanserte i hva de etterspør. En skarp todeling mellom konsulentvirksomhet og forskningsmiljøer ville ikke gitt den samme effekten. Instituttens kundefokus er også avgjørende for deres innovasjonsevne i forhold til næringens utfordringer.

*Rammebetingelsene for bransjeforskningsinstituttene må være slik at det er mulig både å være i front forskningsmessig og kunne drive utviklingsarbeid i bedrifter.*

### Nye arbeidsmetoder

Hvordan vi jobber har innflytelse på resultatet av arbeidet. Det er mye forskning på arbeidsmetoder som øker kreativitet og innovasjon. Det er viktig at disse resultatene kan prøves ut og gjøres tilgjengelig for bedriftene.

*Det må legges til rette for at det i FoU om arbeidsmetoder, innovasjon, metodeutvikling også er plass til pilotprosjekter, implementering og markedsføring av disse nye metodene.*

### SMB har liten stab

De små og mellomstore bedriftene har en administrasjon som er "skåret til beinet". Det er rett og slett ikke personer med tid til å følge opp eller iverksette utviklingsprosjekter. Det er alltid vanskeligere å argumentere for økonomien i å investere i en person i stedet for en ny maskin. Framtiden er usikker og det gjelder å greie seg i år og neste år...Få næringsmiddelbedrifter prioriterer FoU høyt på liste over hva som er viktig for dem.

*Dette kan være et hinder for innovasjon.*

### Regelverk som hinder

Næringsmiddelbransjen er sterkt regulert, vi har et godt lovverk som skal sikre forbruker i forhold til mattrygghet. På noen områder er imidlertid Norge mer restriktive enn EU og andre land. Spesielt gjelder det innenfor merking av produkter og informasjon om produktenes eventuelle positive effekt på vår helse.

*Regelverket stopper utviklingen innen dette området. Mer restriktive regler enn andre land gjøre at norsk næringsmiddelbransje kan tape i konkurransen om utvikling av morgendagens helseriktige matprodukter.*

### Kampen om de gode hodene

Innovasjon er også drevet av "gode hoder", det heter seg at "det er størst sannsynlighet for at du er innovativ på et område du kan mye om". Rekrutteringen til universitet og høyskoler er skjev og svært preget av trender. I perioder har for eksempel naturvitenskap og teknikk ikke vært interessant for de unge. Dette har flere årsaker, både med rot i jobbmarkedet og i lønnspotensial.

*For myndighetene vil det være aktuelt å sette inn virkemidler rettet mot å skaffe rekruttering til de områder der en ønsker mer innovasjon.*

### Holdninger til næringsutvikling og kommersiell drift

Det er lite ære og anerkjennelse forbundet med god og lønnsom forretningsdrift. Samfunnet anerkjenner i større grad idrettsutøvere og kulturutøvere, disse har også legitimitet for store inntekter. Kommersiell virksomhet har ikke like god klang i alle miljøer. Dette kan virke inn på potensielle gründere og deres motivasjon for å jobbe lange dager og risikere mye økonomisk.

*Dette er holdninger som myndighetene kan bidra til å endre.*

### Norske fortrinn

I Norge har vi tradisjon for falt struktur og liten avstand mellom topp og bunn i en organisasjon. Dette er en fordel med tanke på innovasjon. Gode ideer oppstår overalt, muligheten for å nå fram med ideene og få dem gjennomført er sannsynligvis større i en bedrift der det er kultur for deltakelse.

### Annet

Det finnes også mange andre drivere av innovasjon, som for eksempel bedriftskultur, grad av kundefokus, krevende kunder eller krevende eiere. Også bedriftens ledelse og evnen til å ta tak i utfordringer og ideer og gjøre noe med dem er viktig. Disse aspektene regner vi med at andre miljøer er nærmere til å utdype.

### **Hva kan myndighetene gjøre – eksempler og innspill**

Myndighetenes virkemidler er begrenset, de kan bevilge penger til målretta tiltak, de kan igangsette holdningskampanjer eller de kan iverksette lov og forskrifter. Av disse alternativene er penger til tiltak det som har størst effekt. Men suksessen er selvfølgelig betinget av at tiltaket er riktig. Vi nevner noen gode eksempler vi tror på og som illustrerer dette.

### Tilskudd til markedsorientert produktutvikling/SPIN

Matforsk, Fiskeriforskning og Norconserv etablerte i 2000 et felles selskap som het SPIN (Senter for produktutvikling i næringsmiddelindustrien). Landbruksdepartementet og Fiskeridepartementet gikk inn med driftstilskudd de første 3 årene. SND/IN var

samarbeidspartner. Senteret skulle jobbe for å få økt innovasjon i næringsmiddelindustrien, både på produkt og prosess. Landbruksdepartementet gikk også inn med midler til en ordning som het "Tilskudd til markedsorientert produktutvikling i landbruksbasert næringsmiddelindustri". Ordningen varte i 5 år. Erfaringen Matforsk har fra dette er følgende:

- Selskapet SPIN hadde driftsmidler til å drive oppsøkende virksomhet i bransjen og slik være pådriver for innovasjon
- SPIN var sammensatt av ansatte med forskjellig utdanning og erfaringsbakgrunn, dette ga et miljø med god basis for å tenke innovasjon i hele verdikjeden
- Tilskuddsmidlene fra LMD var en "honingkrukke" som ga stor økt interesse for utvikling. Det er nettopp denne type risikoavlastning som kan avgjøre om bedriftene iverksetter et utviklingsløp eller ikke.
- Tilskuddsmidler fra LMD forutsatte samarbeid med kompetansemiljøer innen FoU. Dette ga en større utviklingshøyde enn gjennomsnittlig produktutvikling i bransjen. Det ga også muligheter til å legge inn generell kompetanse og bruk av ny metodikk i utviklingsarbeidet.

Mange bedrifter som benyttet seg av SPINs tjenester og Tilskuddsordningen fra LMD/IN har i ettertid gitt uttrykk for at dette var en ideel arbeidsform:

- De fikk "på stedet" hjelp til å legge en god prosjektplan med nødvendige aktiviteter og veiledning om mulige underleverandører innen FoU og andre områder som marked/posisjonering, logistikk..
- De fikk en veiledning i finansiering og hjelp til søknad om tilskudd
- Søknadsprosessen var rask og ubyråkratisk

*Oppsummert vil vi peke på at dette var bevilgning av midler til et område der en ønsker økt aktivitet, kombinert med et lett tilgjengelig og faglig kvalifisert veiledningsapparat.*

#### Trinnvis tilnærming til FoU

Matforsk har hatt ansvar for flere tiltak finansiert over LMD/Verdiskapingsprogrammet for mat (administrert av Innovasjon Norge). Disse tiltakene har vært rettet mot hovedsakelig små og mellomstore bedrifter i næringsmiddelbransjen. Det er en trinnvis økning i bedriftenes involvering og størrelse av engasjement/prosjekter i de ulike ordningene. De starter med lavterskeltilbud som er gratis, og ofte oppsøkende aktivitet fra FoU miljøer. Andre tiltak innebærer begrensede til større prosjekter i samarbeid med kompetansemiljøer. Vi ser at flere av disse bedriftene etter hvert også deltar i NFR eller EU finansierte prosjekter.

*Det må være tiltak som bidrar til kontakt og fjerning av barrierer mellom FOU og SMB*

#### Verifiseringsmidler fra NFR

På veien fra et forskningsresultat til en kommersiell utnyttelse er det mange stadier og ulike ordninger for veiledning og offentlige midler til støtte. Her vil vi ta fram ett av disse som er målrettet og som vi har stor tro på, nemlig Verifiseringsmidler fra Norges Forskningsråd.

Forskere/forskningsinstitutter som har patentert en oppfinnelse er på jakt etter kapital og samarbeidspartnere som kan delta i finansiering av utvikling fram til kommersielt produkt. Kritisk i denne fasen er å sannsynliggjøre at patentet kan fungere i praksis. *Verifiseringsmidlene gir mulighet for å få testet ut i full- eller pilotskala, og er det vellykket øker muligheten for innsalg til lisensiering eller kapital mye.*

### Kvalifiserte rådgivere i kommersialisering

På denne veien er det mange hindringer, for noen av dem eksisterer det tiltak i form av veiledning og penger. Det finnes såkornmidler, forskningsparker med veiledere og midler med mer.

*Vår erfaring er at det er mangel på kvalifiserte medarbeidere i disse ordningene, og at det ikke er god nok kontinuitet i midler eller personell. For å være en god veileder og pådriver for et patent som skal kommersialiseres kreves både forståelse for patentets potensial og marked, og mulige lisenskjøpere eller produsenter, samt å kjenne kapitalmarkedet for slike oppfinnelser og ikke minst rettighets/forhandlingsdelen. Kanskje vanskelig å kombinere i en person, men burde være mulig i ett miljø.*

### Fra utvikling til økonomisk suksess

Det er som nevnt en del ordninger for utvikling og kommersialisering av FoU-resultater. Det er også noen ordninger for bedrifter som ønsker å utvikle nye produkter eller forretningsområder. Etter at utviklingsarbeidet er ferdig og det nye produktet lanseres er det imidlertid tynt med støtte. I denne fasen er nyetablerte og småbedrifter med lite kapital svært utsatte.

*Tommelfingerregler tilsier at etter lansering går det 3-5 år før kostnader og inntekter er i balanse og 5-7 år før det kan regnes noe overskudd. I næringsmiddelbransjen er det få investorer og lite kapitaltilgang som er så langsiktig.*

*I tillegg er rammebetingelser for næringsmiddelbransjen – både fisk og landbruk – svært politisk styrt, komplisert og dels uforutsigbare. Dette fører til mangel på **kompetent kapital**. Kapitaleiere som ikke skjønner hvordan systemet fungerer holder seg unna.*

### Skattefunn

Dette tiltaket ble lansert som en effektiv og byråkratisk måte å få risikoavlastning på for bedriftene. Også her har forutsigbarheten vært for dårlig, med endringer i betingelser og med økte krav til søknad og planleggingshorisont. Vi kjenner bedrifter som mener at søknadene nå er så tidkrevende at en bruker mer tid (=penger) på å søke enn det en får igjen som skattefradrag.

*Ut fra tidligere anførte momenter for økt innovasjon, har vi tro på et sterkt incitament for bruk av FoU tjenester og tverrfaglig samarbeid og en så enkel søknadsprosess som mulig.*

Vennlig hilsen

for **Matforsk AS**

Gunhild A. Dalen  
Direktør Marked og forretningsutvikling