

Verdien av norsk opphav



Definisjon

Nation branding is the process by which a country creates a distinct brand positioning

in the minds of its citizens, global customer and among international stakeholders.

Jean-Noël Kapferer

Tysk...

Fransk...

Italiensk...

Dansk...

Sveitsiske...

Colombiansk...



Dansk design



Italiensk mote



Tyske biler



Sveitsiske klokker



Columbiansk kaffe



Fransk vin

Tyske biler

115

Pris indeks



*Differanse i
betalings-
villighet*

Franske biler

100



“While the brand France can justify automobiles in the 100 price index, everyone thinks it is normal to pay 115 for a German car.”

Jean-Noël Kapferer



+20%

Gjennomsnittlig betalingsvillighet på sveitsiske klokker sammenlignet med tilsvarende klokker.



Hva med Norge?



Norges nasjonale merkevare er sterk, og vi utmerker oss spesielt innen kategoriene bærekraft, samfunnsstyre og livskvalitet.

#3

Bærekraft

Nation Brands Index 2024

#3

Samfunnsstyre

Nation Brands Index 2024

#5

Livskvalitet

Nation Brands Index 2024

7/10

Analyser gjennomført i markeder relevante for norsk sjømat viser at 7 av 10 forbrukere sier at opphav er viktig når de kjøper sjømat.

Kilde: Norsk Sjømatråd

SEAFROM
FROM
NORWAY
NOD



Norske produkter og tjenester assosieres med høy kvalitet, til å stole på og bærekraftige – men dyre

“Many people would be attracted to Norwegian products if they were available – which means the opportunities for exporters appear excellent, as long as their brand values match those of their country of origin.”

– Anholt&Co, NBI 2024

| | All | Purchased a Norwegian product or service? | | | |
|-----------------------|--------|---|-------------------------|--------|-------------------------|
| | | Yes | Difference from average | No | Difference from average |
| High quality | 29.3% | 40.2% | 10.9% | 26.6% | -2.7% |
| Expensive | 25.3% | 30.5% | 5.2% | 24.1% | -1.3% |
| Reliable safe | 22.5% | 30.7% | 8.1% | 20.5% | -2.0% |
| Sustainable | 19.3% | 22.8% | 3.5% | 18.4% | -0.9% |
| Durable | 18.0% | 22.9% | 4.9% | 16.8% | -1.2% |
| Authentic traditional | 16.9% | 21.7% | 4.9% | 15.7% | -1.2% |
| Modern trendy | 16.2% | 19.1% | 2.9% | 15.5% | -0.7% |
| Beautiful | 16.0% | 18.1% | 2.1% | 15.5% | -0.5% |
| Innovative | 15.1% | 18.8% | 3.7% | 14.2% | -0.9% |
| Value | 14.4% | 19.2% | 4.7% | 13.3% | -1.2% |
| Stylish | 14.2% | 17.8% | 3.6% | 13.4% | -0.9% |
| Luxurious | 11.3% | 14.9% | 3.6% | 10.4% | -0.9% |
| Sophisticated | 10.4% | 14.0% | 3.6% | 9.5% | -0.9% |
| Fun | 8.4% | 9.8% | 1.4% | 8.1% | -0.4% |
| Bland | 5.5% | 7.5% | 2.0% | 5.0% | -0.5% |
| Dull | 4.9% | 6.0% | 1.1% | 4.6% | -0.3% |
| Low quality | 4.0% | 4.8% | 0.9% | 3.8% | -0.2% |
| Cheap | 3.9% | 5.4% | 1.5% | 3.5% | -0.4% |
| Outdated | 3.9% | 4.2% | 0.4% | 3.8% | -0.1% |
| Unsustainable | 3.5% | 3.5% | 0.0% | 3.5% | 0.0% |
| Unsafe | 3.5% | 3.6% | 0.1% | 3.5% | 0.0% |
| Unreliable | 3.5% | 3.7% | 0.2% | 3.4% | -0.1% |
| Fake | 2.6% | 2.8% | 0.2% | 2.6% | -0.1% |
| Ugly | 2.4% | 3.9% | 1.5% | 2.1% | -0.4% |
| None of these | 8.0% | 5.1% | -2.9% | 8.7% | 0.7% |
| Do not know | 18.1% | 6.1% | -12.0% | 21.1% | 3.0% |
| | N=9713 | N=1921 | | N=7792 | |



Norske forbrukere ønsker å kjøpe norske merkevarer – men vet ikke hva de kjøper

*Undersøkelse gjennomført av
Prognosesenteret, på oppdrag av
Designindustriens bransjeforening.*



MADE IN
NORWAY

Hva er Made in Norway?

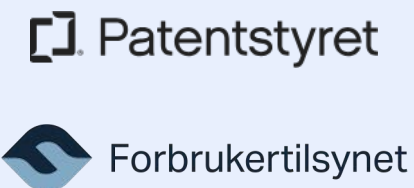
- Norges offisielle opphavsmerke til bruk i markedsføring på tvers av bransjer
- Skal styrke posisjonen i nasjonale og internasjonale markeder
- En del av reformen «Hele Norge eksporterer»
- Forvaltes av Innovasjon Norge



Utviklet og tilpasset i samarbeid med norske bedrifter og kjente aktører i næringslivet

1.
 - Innsiktsarbeid og dybdeintervjuer med næringslivet
2.
 - Kvantitative undersøkelser med 250 bedrifter
3.
 - Pilotprosjekt med 23 bedrifter fra hele Norge
4.
 - Offisiell lansering og skalering/ mobilisering i Norge
5.
 - Posisjonere og skalere internasjonalt

Utvalgte aktører vi har hatt tett dialog med under utviklingen av merkeordningen



Du får vist veldig mye – med veldig lite

- Offisiell troverdighet
- Felles profilering og økt synlighet
- Beskyttelse og tillit
- Varemerkeregistrert



Rettighet til bruk

Per 4. februar

73

Made in Norway

Registrerte bedrifter

Nedenfor finner du en liste over norske bedrifter som har én eller flere produkter/løsninger med opphavsmerket Made in Norway.

7sense Agritech AS

[Besøk nettside](#) 

Asak Miljøstein AS

[Besøk nettside](#) 

Aurora Spirit Distillery AS

[Besøk nettside](#) 

Autronica fire and security AS

[Besøk nettside](#) 

Buddy Electric AS

[Besøk nettside](#) 

David-Andersen AS

[Besøk nettside](#) 

Nøkkeltall for Made in Norway

Så langt har vi fått med oss små og store bedrifter fra hele landet.



Bedrifter

73

Antall registrerte bedrifter.

NB! 94 bedrifter har søkt registrering, hvor 21 ikke er blitt godkjent.

10/10

Bedrifter fra alle INs regioner er representert innenfor et bredt spekter av sektorer.

Produkter

>1300

Estimert antall produkter og løsninger hos bedriftene som bærer opphavsmerket.

>15 mrd.

Estimert samlet omsetning for alle produkter og løsninger som bærer opphavsmerket.

Sterkere sammen som landslag



© Formin



**Tunable:
Transformerer
usynlige gasser
til verdifull data**

@Tunable



**“ Made in Norway-merket
tilfører et ekstra lag av
troverdighet, og posisjonerer
oss som en pålitelig
leverandør av avansert
teknologi på det globale
markedet.”**

Roar Hernes
Business Development Manager, Tunable

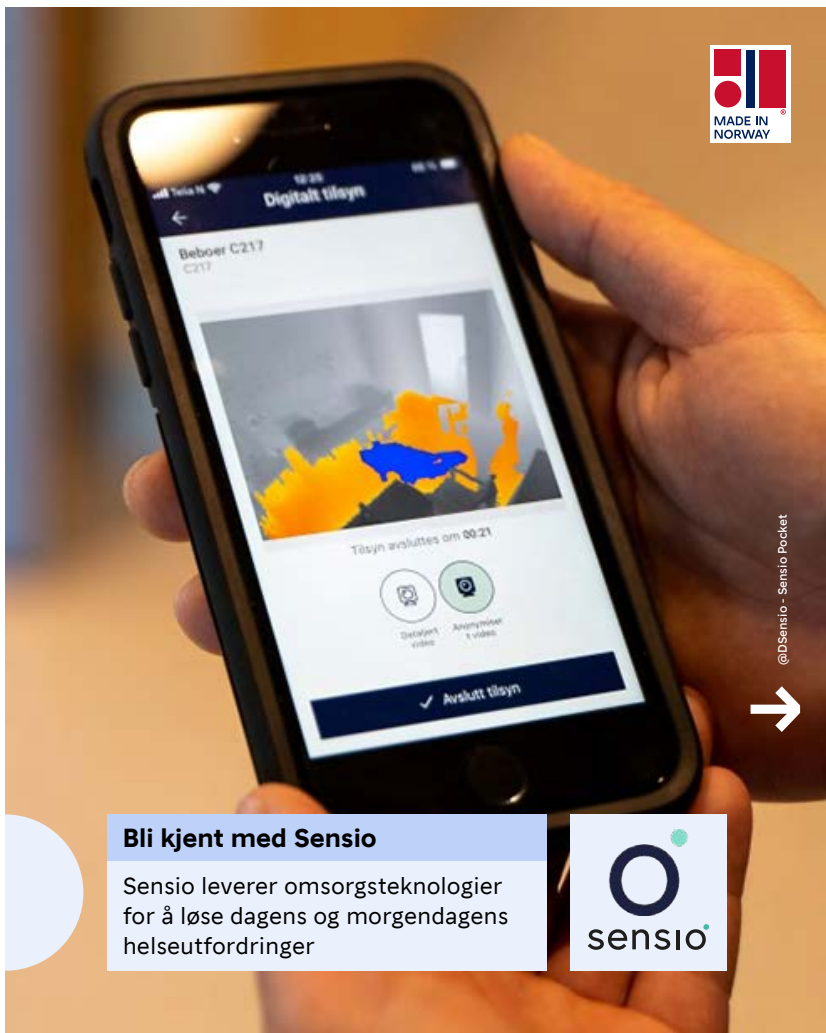


We turn invisible
gases into
valuable data



Les hele artikkelen

Klikk på lenken i innlegget for å lese mer om Tunable og deres tanker om å motta opphavsmerket



Bli kjent med Sensio

Sensio leverer omsorgsteknologier for å løse dagens og morgendagens helseutfordringer



“ Norge er globalt anerkjent for sine verdier innen omsorgsteknologi, inkludert personvern, tillit og brukervennlighet. Made in Norway er en viktig ressurs for å promotere våre lisensierte løsninger både hjemme og i utlandet”

Torbjørn Aamodt, CEO Sensio



Les hele artikkelen

Klikk på lenken i innlegget for å lese mer om Sensio og deres tanker om å motta opphavsmærket



Oppdag Asak Miljøstein

Leverer innovative produkter av høy kvalitet for uteområder, tildelt Made in Norway-merket.



“ Det har aldri vært viktigere å fremheve lokal produksjon, lokale råvarer og norske arbeidsplasser som leverer produkter i høy kvalitet. Made in Norway-merket forenkler denne prosessen.”

Hanne Sønsteby
CEO, Asak Miljøstein



Les hele artikkelen

Klikk på lenken i innlegget for å lese mer om Asak Miljøstein og deres tanker om å motta opphavsmerket.



@David-Andersen - Arkiv 1970



Oppdag David-Andersen

David-Andersen er en anerkjent norsk gullsmed, etablert i 1876 av David Andersen



“ Made in Norway-merket fungerer som en forsikring og garanti for våre kunder om at vår David-Andersen smykkekolleksjon er utviklet og produsert i Norge. For mange kunder er dette essensielt.”

Ida Hermanlund
Head of Marketing, David-Andersen



Les hele artikkelen

Klikk på lenken i innlegget for å lese mer om David-Andersen og deres tanker om å motta opphavsmerket.



© Innovation Norway

Et samlet landslag gir stor samlet synlighet i nasjonal presse



Hurtigruten blir eneste reiselivsmerkevare som deltar i prestisjeordningen Made in Norway. Foto: Agurkane.com

PRESSEMELDING - 22. AUGUST 2024 09:45

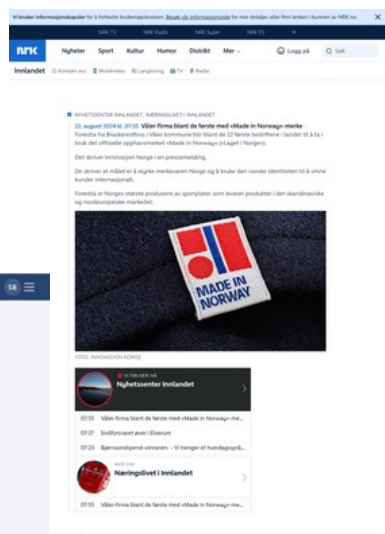
Hurtigruten pilot for global «Made in Norway»-lansering

Når Innovasjon Norge nå ruller ut regjeringens prestisje-prosjekt Made in Norway, er Hurtigruten eneste reiselivsselskap som er inkludert.

- Vi er utrolig stolt av å være blant pilotene og første reiselivsselskap som får bruk merkeordningen **Made in Norway**, sier Hedda Felin, administrerende direktør i Hurtigruten.



Landbruksbedrift blant de første 22 bedriftene til å bære «Made in Norway»-merket



SHIFTER

Sensio blant de første som får «Made in Norway»-stempel

Velferdsteknologiselskapet er blant de første i landet som har fått godkjent produkter for bruk av den nye merkeordningen til Innovasjon Norge.



Torbjørn Aarnott er administrerende direktør i Sensio. Foto: Ingar Sørensen



Made in Norway - nå b også teknologien kort

Øg en av de første bedriftene som har kvalifisert seg til å bruke det offisielle opphavsmerket Made in Norway, er 7Sense Agritech AS, som utvikler landbruks-teknologi.

Landbruksbedrift blant de første 22 bedriftene til å bære «Made in Norway»-merket



22 norske bedrifter, deriblant 7sense Agritech, har blitt de første til å få lov til å bruke det nye, offisielle opphavsmerket «Made in Norway» på produktene sine.

Materialtesting for akvakultur



toScale er «Made in Norway»

toScale er en av de første bedriftene til å kunne bruke opphavsmerket «Made in Norway».

Nasjonal
synlighet i presse

BOKSEN



Internasjonal synlighet i presse

SCAN TRAVEL ART & DESIGN BUSINESS EDUCATION MAGAZINE Search.. Q SUBSCRIBE
MAGAZINE

SCANDINAVIAN DESIGN

Asak Miljøstein: Shaping Norway's outdoor spaces with sustainable innovation

By Celina Tran




Photo: Oioioi

As Norway's leading producer of concrete products for outdoor spaces, Asak Miljøstein has been shaping the landscapes across the country for over 100 years. From innovative collaborations with top designers to a focus on environmental sustainability, Asak Miljøstein is a testament to how tradition and modernity can go hand-in-hand.

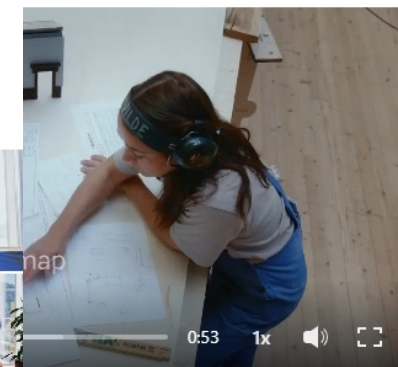
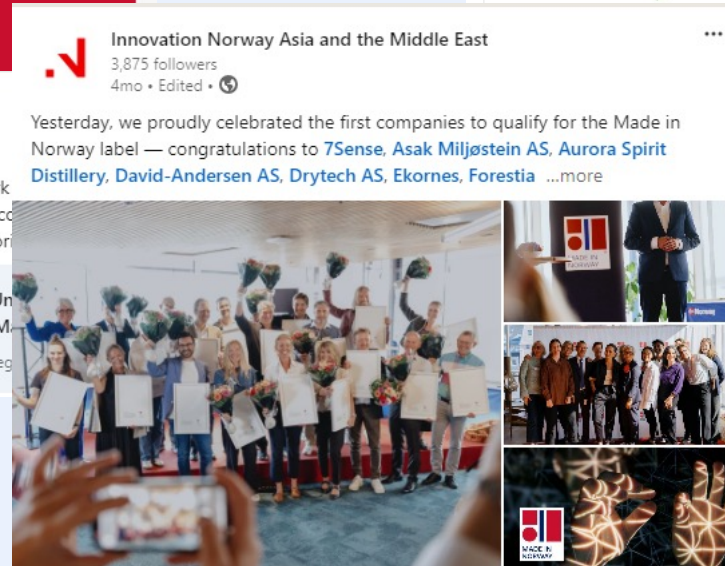
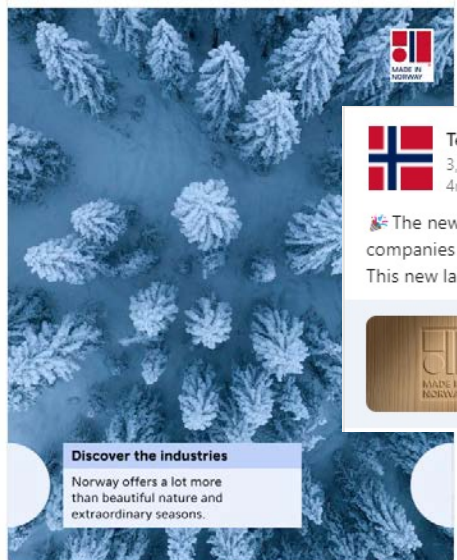
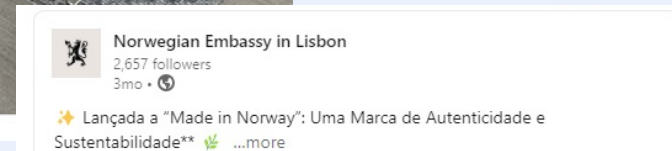
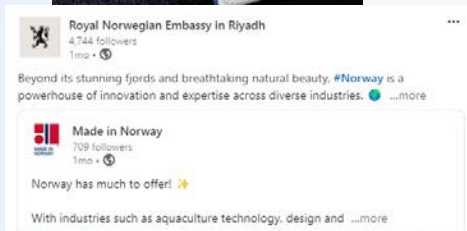
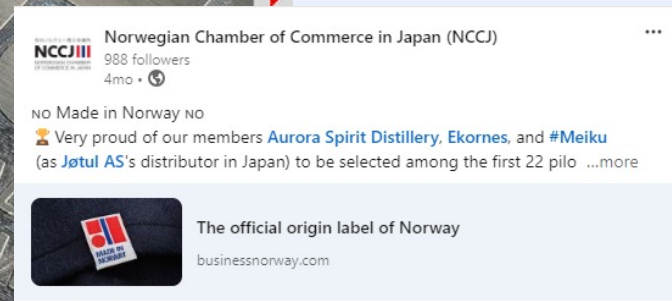
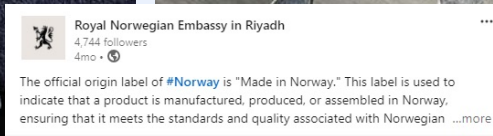
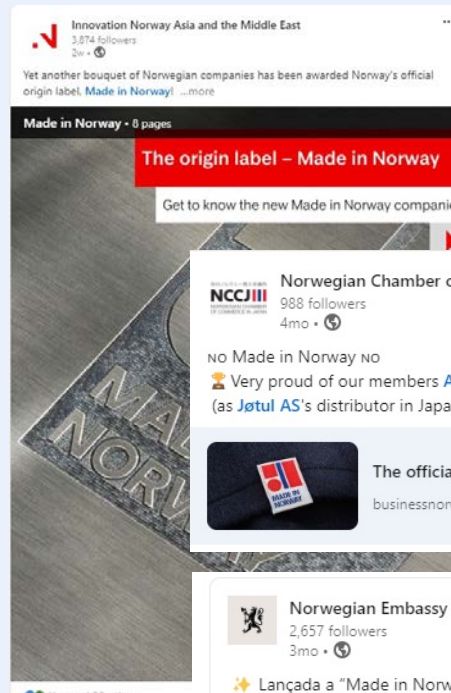
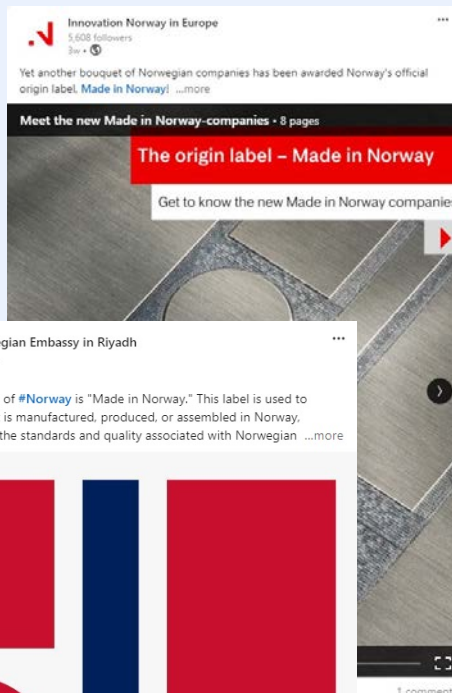
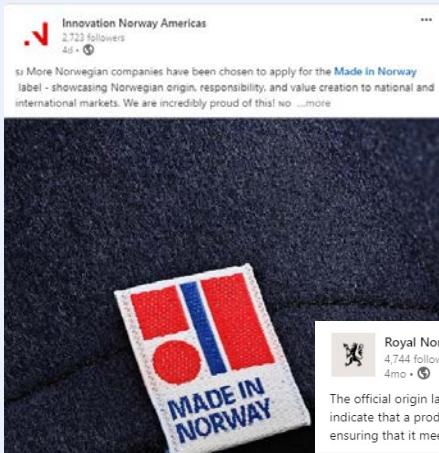
With a legacy spanning over a century, Asak Miljøstein has become synonymous with high-quality, innovative concrete products for outdoor spaces. This pioneering company combines traditional craftsmanship with forward-thinking designs, offering functional, sustainable, and visually striking solutions for both private gardens and public environments.

"We're proud to be the leading producer of concrete products for outdoor environments in Norway," says Hanne Sønsteby Rooth, managing director at Asak Miljøstein. "Our products are used in everything from small private gardens to large-scale public projects, and we work hard to ensure that both are functional and beautiful."

The range includes paving stones, curb stones, retaining walls, and even outdoor lighting and drainage systems. "We offer everything needed to create an outdoor space that looks good and works well," says Sønsteby Rooth.



Internasjonal synlighet



Synlighet i bedriftenes egne kanaler



Jøtul AS
3.446 followers
1h · 🌐

Earlier this week we gathered all headquarters in Norway, to info getting Norway's Official Origin Mark. We are so excited to continue implement this internally - and with other Made in Norway companies.

#Jøtul #MadeInNorway #Opphavsmark #NorwegianCraftsmanship

Trine Midtun and 5 others

Like Comment

Add a comment...

Jøtul AS
3.415 følgere
1st · Revidert · 🌐

Exciting News from Jøtul AS: Contributing to Norway's Official Origin Mark, Made in Norway! Jøtul is proud to play a significant role in developing the national origin mark, Made in Norway. This initiative, driven by the business community, aims to market Norwegian value creation both nationally and internationally.

Our products meet the criteria of being primarily developed and produced in Norway, allowing consumers to easily identify items that support Norwegian craftsmanship. With over 170 years of tradition, Jøtul remains a leading manufacturer of award-winning products. Supports job creation, sustainable growth, and increased exports.

Let's celebrate Norwegian innovation and craftsmanship together! 🇳🇴

@businessnorway #InnovasjonNorge #MadeInNorway #TenkStørre #Opphavsmark #Jøtul #Innovation #NorwegianCraftsmanship

Se oversettelse

MADE IN NORWAY

Du og 62 andre · 6 innlegg lagt ut på nytt

Kjærlighet · Kommenter · Legg ut på nytt · Send

Fremover! · Lykke til! · Gratulerer!

Norvigroup Norsk Dun
61 · 🌐

Made in Norway 🇳🇴 Denne kunne gikk startskuddet for en ny epoke: Vi er kvalifisert til å ta i bruk det offisielle opphavsmarket Made in Norway 🇳🇴 Opphavsmarket er utarbeidet etter initiativ fra norske bedrifter, regjeringen og Innovation Norway med mål om å styrke Norges posisjon nasjonalt og internasjonalt. Vi vil med dette også tydelig kunne kommunisere at våre fantastiske dunprodukter er produsert etter høyeste og beste standarder for trygge kjøp - og hver eneste dunfjelle so... Se mer

3 kommentarer · 3 delinger

Mack
1.684 følgere
2d · 🌐

Vi er kvalifisert for å ta i bruk det offisielle opphavsmarket til Norge, Made in Norway! 🇳🇴 Opphavsmarket er utarbeidet på initiativ av norske bedrifter, regjeringen og Innovation Norway, med mål om å styrke Norges posisjon nasjonalt og internasjonalt.

Mack er både stolt og ydmyk over å ha blitt valgt ut som en av de 22 bedriftene i pilot prosjektet, og som nå kan sette opphavsmarket Made in Norway på sine produkter. Dette sammen med tre andre bedrifter fra Nord-Norge, Drytech AS, Zooca - The Calanus Company and Aurora Spirit Distillery

Foto: Innovasjon Norge

#innovasjon norge
#madeinnorway
#tenkstore
#opphavsmarket

64 · 4 kommentarer · 2 innlegg lagt ut på nytt

7Sense Group er sammen med Max J. Tangen.
10 · 🌐

Lenge har vi ønsket å vise til at våre produkter og løsninger for smart landbruk fremmer norsk verdiskaping - og nå er dagen endelig her! Vi er stolte over å ha kvalifisert til å bruke det offisielle opphavsmarket, Made in Norway, som en av de første bedriftene i Norge

On August 21st, we proudly kicked off a new era with @innovasjon norge by announcing that our Irrigation Sensor and other Smart Farming products and services will bear Norway's official origin mark, Made in Norway! This label highlights that our products and services meet the criteria for Norwegian value creation, emphasizing responsibility and sustainability. We are excited to showcase Norway's commitment to quality on the global stage.

#madeinnorway #innovasjon norge #tenkstore #opphavsmarket #smartfarming Business Norway

Hjerte · Kommenter · Send · Del

Zooca - The Calanus Company
2.225 followers
1d · 🌐

MADE IN NORWAY

We are proud to announce that our unique Zooca products are now officially labeled with Norway's Made in Norway origin mark. This truly reflects who we are - a Norwegian company that has pioneered a revolutionary bio-marine value chain centered on the sustainable harvesting of Calanus Finmysis krill, the largest renewable animal resource in the Norwegian Sea. With a first-in-class processing plant in Sortland, Northern Norway, we meet the criteria and are incredibly proud of this achievement.

Made in Norway embodies the values we hold dear: quality, sustainability, and responsibility. This recognition strengthens our commitment to delivering the best of Norway to all our customers, now and in the future.

A special thanks to Innovation Norway, Business Norway and to Siv Bang Larsen in particular for leading this important work.

#innovasjon norge #madeinnorway #tenkstore #opphavsmarket #biofoodtech

What impact does the Made in Norway label have on products?

You and 70 others · 11 comments · 4 reposts

Innovation Norway Asia and the Middle East
1d · Ekte · 🌐

Yesterday, we proudly celebrated the first companies to qualify for the Made in Norway label - congratulations to 7Sense, Asak Miljøstein AS, Aurora Spirit Distillery, David-Andersen AS, Drytech AS, Ekornes, Foresta ...

You and 22 others · 1 comment · 4 reposts

Love · Comment · Repost · Send

Asak Miljøstein
1 går kl. 09:21 · 🌐

Endelig kan vi dele denne fantastiske nyheten med dere! Vi glæder oss over å være kvalifisert til å bruke det offisielle opphavsmarket, Made in Norway, som en av de første bedriftene i Norge. Vi er stolte over å ha sterk bidragsyter i utviklingen av merket. Dette initiativ, som er drevet av næringslivet, har som mål å markedsføre norsk verdiskaping både nasjonalt og internasjonalt.

Asak Miljøstein AS representerer norsk industrihistorie fra 1916. Motvorte medarbeidere m... Se mer

MADE IN NORWAY

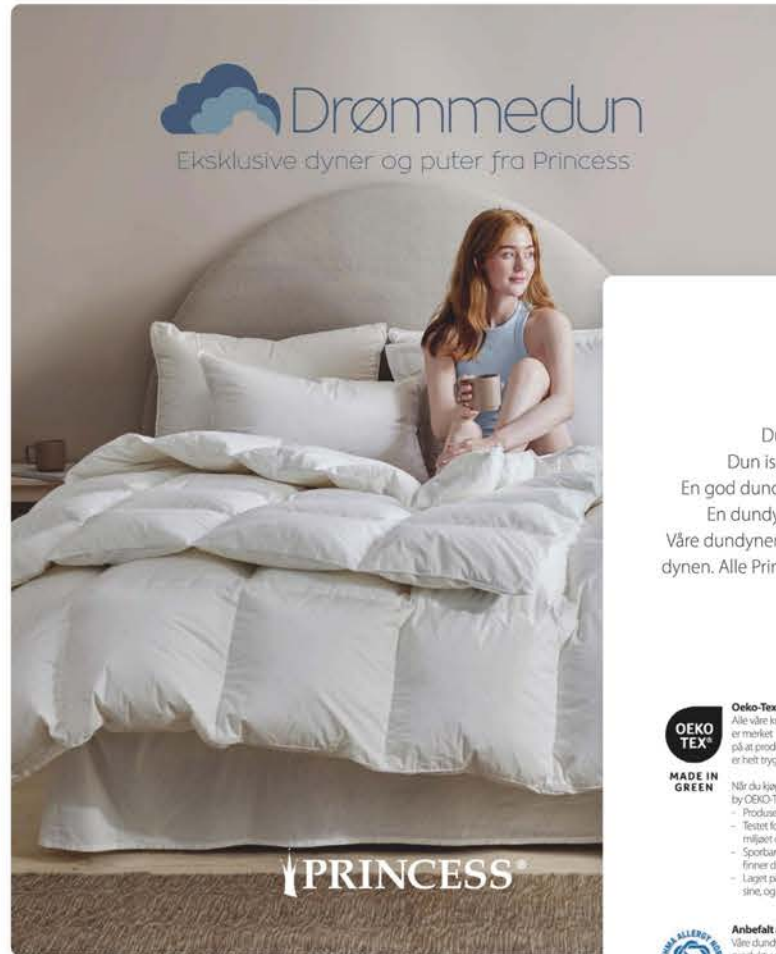
Innovasjon Norge - Vestfold og Telemark
21 sept kl. 16:08 · 🌐

I dag har Innovasjon Norge presentert de første bedriftene som skal bruke det nye offisielle opphavsmarket Made in Norway på sine produkter og løsninger. Målet er å styrke merkevaren Norge og bruke den norske identiteten for å vinne kunder internasjonalt. Vi gratulerer de første bedriftene som er kvalifisert, og er spesielt stolt av at Tronnes Group, Agritech, Sane AS og Onjy er kvalifisert! ... Se mer

Du, Kjetil Sivormo Bergman, Vene Sjøan og 9 andre · 4 delinger

Princess dunkatalog

Princess er vår største kunde, og har 150 butikker i Norge. Den nyeste dunkatalogen er akkurat lansert med opphavsmerket "Made in Norway."



Hvorfor velge dun?

Dun er et naturmateriale med helt spesielle egenskaper. Dun isolerer godt, samtidig som det transporterer vekk fuktighet. En god dundyne vil derfor holde deg god og varm uten at du føler deg klam. En dundyne er også lett å forme rundt kroppen slik du selv ønsker det. Våre dundyner er produsert med et tettvevet trekk, slik at ingen dun slipper ut av dynen. Alle Princessdynene er sydd slik at dunen fordeler seg jevnt utover i dynen, og dunen holder seg på plass natten igjennom.



OEKO-TEX® og MADE IN GREEN

Alle våre kroppsvare produkter og alle produkter til barn er merket med OEKO-TEX 100. Du kan derfor være trygg på at produktet har blitt testet for skadelige kjemikalier og er helt trygt for helsen.



MADE IN GREEN

Når du kjøper et produkt merket med MADE IN GREEN by OEKO-TEX® kan du være sikker på at produktet er:

- Produsert på et miljøvennlig produksjonssted.
- Testet for skadelige kjemikalier, og er trygt for miljøet og deg.
- Sporbart! Ved å skanne QR-koden på produktet finner du all info om produksjonen.
- Laget på en fabrikk som tar vare på arbeidere sine, og er en trygg arbeidsplass.



DOWNPASS - Ivarsett dyrevelferd

Downpass er den mest anerkjente standarden i Europa når det gjelder sporbarhet av dun og fjær. Dun og fjær i Princess-dunprodukter er bi-produkt fra matproduksjon, og oppgir krasene for Downpass-sertifisering. Dunen kan spores tilbake til oppdretter-gården. Downpass er også et system for å kontrollere og bekrefte god dyrevelferd. Det blir kontinuerlig gjennomført tester og kontroller av en nøytral tredjepart.

Downafresh®

Downafresh

Dunen i Downafresh-merkede produkter er vasket og kontrollert i henhold til strenge europeiske standarder. Kvalitetene blir kontrollert regelmessig i laboratorier for å kunne merkes med Downpass.



Anbefalt av Norges Astma- og Allergiforbund

Våre dundyner og -puter er grundig vurdert av NAAF's produktvurderingsutvalg, etter strenge helsekriterier og kan bære merket "Anbefalt av NAAF". Dette gir deg som forbruker en viktig og god trygghet.

NOMITE

Nomite

Alle våre dundyner og puter er merket «Nomite». Det er en internasjonalt sertifisering som viser at et produkt er egnet for husstøvallergikere.



Utviklet og produsert i Norge

I samarbeid med Norges eldste dunprodusent, Norvigroup Norsk Dun AS på Mysen, har vi utviklet denne dunkolleksjonen spesielt med tanke på det norske klimaet og nordmenns krav til god kvalitet. Vårt samarbeid er en garanti for korteste produktet av beste kvalitet.



Princessbutikken.no



Dundyner

Hos oss finner du dundyner til hele familien! Hvilken dyne du bør velge, avhenger av dine individuelle behov, enten du trenger en sommerdyne, vinterdyne eller helårsdyne. Klimaet og årstidene her til lands stiller høye krav til gode dyner. [Drømmedun-kolleksjonen](#) er spesielt utviklet for det norske klimaet og nordmenns krav til kvalitet.

Dunputer

Hos oss finner du hodeputer til hele familien! Hvilken dunpute du bør velge, avhenger av dine individuelle behov, enten du liker å sove på magen, ryggen eller siden. Alle våre dunputer i [Drømmedun-kolleksjonen](#) er laget med de beste dunkvalitetene på markedet og har kvalitetstrekk som gir deg en ekstra behagelig søvnopplevelse.

Merket implementeres på produkter



Bytt til privat uterom | Finn forhandler | Bli bedriftskunde | Asak Online | Kontakt oss

Produktet | Referanseprosjekter | Fagstoff | BIM | Dokumenter | Miljø | Om Asak

Asak
Måtestein

Forside / Produkter / Heller / Asak FLYT®

Asak FLYT®

Etterspørselen etter nye og innovative overvannsløsninger i urbane miljøer er avgjørende med økningen i ekstreme værforhold. Asak FLYT® er et nytt permeabelt system laget i samarbeid med Snehetta for å møte fremtidens utfordringer, som samtidig tilbyr et fleksibelt design.

Drenerende
 Gangtrafikk
 Personbil
 Tyngekjøretøy

HURTIGRUTEN

MADE IN NORWAY

Made in Norway

Våre reiser er basert på den autentiske opplevelsen av Norge, med norsk kultur og norsk natur. Derfor er Hurtigruten belønnet med den offisielle Made in Norway-sertifiseringen.

Norges offisielle opphavsmærke

Made in Norway deles bare ut til norske produkter, tjenester og selskaper som virkelig tryk seg om å ta ansvar for folket, samfunnet og miljøet i Norge.

«Made in Norway»-sertifiseringen er etablert av norske myndigheter, og er knyttet til FN's mål for bærekraftig utvikling og EU's klimamål.

Stolt over å være norsk

omgi

Funksjonelle og moderne hytter

MADE IN NORWAY

PAXSTER

MADE IN NORWAY

Arbeidskjøretøy konstruert for proffbruk

Et norsk-produsert elektrisk arbeidskjøretøy

- ✓ Skreddersydd med redskaper, fra ridebaneharver og roterende børster til snøpløper og saltspredere.
- ✓ Navigert trange eller komplekse områder
- ✓ 100% styrtid med null utslipp med bransjeførende lave driftskostnader

buddy

Shop | Bedrift | Aktuelt | Om oss | Prøv en eisykkel | Service og kontakt

Buddy X1

59,900 kr

Farge: Red

Girsystem: Singlespeed

Singlespeed | Rohloff

Tilbehør

- Utten skjermstøt + kr 1.300,00
- Utten frontlys + kr 900,00
- Utten bagasjebrett med bromslykt + kr 1.800,00
- Demper i selvsjerm (kjetting) + kr 2.000,00
- Styresterker (Vincenzo) + kr 3.200,00

MADE IN NORWAY

Antall: 1

Legg i handlevkur

Bytt til privat uterom | Finn forhandler | Bli bedriftskunde | Asak Online | Kontakt oss

Produktet | Referanseprosjekter | Fagstoff | BIM | Dokumenter | Miljø | Om Asak

Asak
Måtestein

Asak FLYT®

Økt holdbar og langvarig kvalitet i anleggsmiljøer uten for høyt et anleggsperspektiv etter innovative overvannsløsninger beregnet for urbane miljøer.

For informasjon i English, press her

Les mer om Asak FLYT®

MADE IN NORWAY

Produktet

Denne nettsiden anvender cookies

Nødvendige
 Ytterligere
 Statistikk
 Markedsføring
 Andre

**Og mulighetsrommet
for hvordan det kan
implementeres
utforskes**



Slik kommer du i gang med Made in Norway

Det er lett å søke om tildeling

1. Sjekk om du kan tildeles opphavsmerket

For å ta i bruk det offisielle opphavsmerket må gitte kriterier tilfredsstilles. Se [kriterier](#) her og last ned dokumentene som passer for din produktkategori. Les deretter generelle og spesifikke kriterier, og gjør utregninger for å sjekke om dine produkter eller løsninger kvalifiserer.

2. Send inn registrerings skjema

Fyll inn informasjon om bedriften i skjemaet og produktene eller løsningene som du ønsker å registrere for opphavsmerket. Bedriften må selv bekrefte og dokumentere at de oppfyller kriteriene til opphavsmerket.

3. Ta opphavsmerket i bruk

Tilfredsstill produktene eller tjenesten din kriteriene for Made in Norway-merket, vil du få tilgang til en rekke ressurser for å kunne bruke opphavsmerket i markedsføringen av din bedrift, som retningslinjer, maler og bildemateriell.

Kriterier

Industri og ferdigvarer: Minst 60 prosent av produksjons- og råvarekostnadene må ha sitt opphav i Norge.

Tjenester: Minst 60 prosent av kostnadene for å utvikle tjenesten må ha sitt opphav i Norge.

Næringsmidler: Minst 80 prosent av vekten av ferdig produkt må komme fra Norge.

Naturprodukter: 100 prosent av naturproduktet må være dyrket, utvunnet eller avlet frem i Norge.

I tillegg må bedriften oppfylle kriterier knyttet til ansvarlighet og bærekraft, og markedsføringen må ikke være villedende.



Næringsmidler

Eksempler: Mat- og drikkevarer, kosttilskudd

- ✓ Minst 80 prosent av vekten av ferdig produkt må ha norsk opphav.
- ✓ En viktig del av produksjonsprosessen som gir produktet dets særegenhet må finne sted i Norge.

↓ Last ned detaljerte kriterier og beregningsmodell

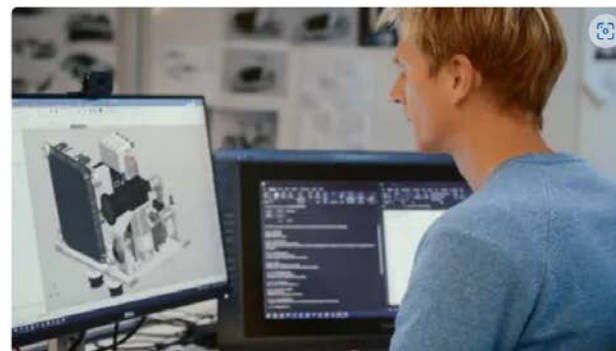


Industri og ferdigvare

Eksempel: Stoler, nettbrett og sensorteknologi

- ✓ Minst 60 prosent av produksjons- og råvarekostnadene må ha norsk opphav.
- ✓ En viktig del av produksjonsprosessen som gir produktet dets særegenhet må finne sted i Norge.

↓ Last ned detaljerte kriterier og beregningsmodell



Tjenester

Eksempel: Programvare og digitale løsninger

- ✓ Minst 60 prosent av kostnadene for å utvikle og levere tjenesten må ha norsk opphav.

↓ Last ned detaljerte kriterier og beregningsmodell



Naturprodukter

Eksempel: Ull, trevirke og ubehandlet kjøtt

- ✓ 100 prosent av naturproduktet må være dyrket, utvunnet eller avlet frem i Norge.

↓ Last ned detaljerte kriterier

Registrerings- og lisensavgift

Lisensavgiftens størrelse beregnes på bakgrunn av intervallene/tersklene i følgende tabell:

| Samlet omsetning de siste 12 måneder av produkter/løsninger som bruker opphavsmerket | Årlig lisensavgift |
|--|--------------------|
| Opptil NOK 5 000 000 | NOK 7 500 |
| NOK 5 000 000 - NOK 15 000 000 | NOK 15 000 |
| NOK 15 000 000 - NOK 30 000 000 | NOK 30 000 |
| NOK 30 000 000 - NOK 50 000 000 | NOK 52 000 |
| Over NOK 50 000 000 | NOK 75 000 |

Etableringsavgift på NOK 15 000 faktureres kort tid etter registrering. Lisensavgiften faktureres etterskuddsvis etter ett år på bakgrunn av lisenstakerens egen rapportering av relevant omsetning til Innovasjon Norge. Innovasjon Norge vil kunne ta stikkprøver på denne rapporteringen.

Markedsplan og aktiviteter 2025

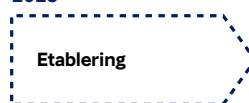
Langsiktig plan for skalering

Skalering for 2025 innebærer rekruttering av nye bedrifter, og samtidig sikre at de som allerede har tatt i bruk merket opplever en reell verdi ved å fremheve sitt norske opphav.

I løpet av 2025 vil vi også legge fundamentet for hvordan oppnå internasjonal synlighet, og samtidig bygge kjennskap til merket som et kvalitetsstempel.

Langsiktig plan for opphavsmerket

2023



Produkt

- Utvikle, validere og versjon 1 av merkevareprogrammet (teknisk, juridisk og verdiforslag)
- Rekruttering av ledestjerner for å øke verdien av merkevareprogrammet

Kommersielt

- Lansere initiativet for tidlig involvering av pilotbedrifter
- Teste ulike prismodeller (Ingen inntekter)

Organisasjon

- Hovedsaklig innleide konsulenter og interne ressurser fra relevante avdelinger

2024



Produkt

- Videreutvikle første versjon av merkevareprogrammet (teknisk, juridisk og verdiforslag)
- Digital onboarding av bedrifter

Kommersielt

- Markedsføringen fokusert i Norge for rekruttering av medlemsbedrifter i Norge
- Inntjening fra registrerte medlemsbedrifter i H2

Organisasjon

- 3 FTE internt i IN
- Eksterne ressurser på digital utvikling, kommunikasjonsstrategi og innholdsproduksjon

2025



Produkt

- Integrasjon av opphavsmerket i Innovasjon Norges tjenestetilbud
- Verdiløkende tjenester og ressurser for bedriftene

Kommersielt

- Markedsføringen fokusert i Norge for rekruttering av medlemsbedrifter i Norge
- Initielle markedsførings-eksperimenter i testmarkeder.
- Inntjening fra en solid base av medlemsbedrifter i alle størrelser.

Organisasjon

- 3 FTE internt i IN
- Eksterne ressurser på digital utvikling, kommunikasjonsstrategi og innholdsproduksjon

2026



Produkt

- Pilotere produktpass for medlemsbedrifter

Kommersielt

- Skalere opp markedsføringsbudsjettene i strategisk viktige eksportmarkeder
- Utforske nye inntektsstrømmer gjennom samarbeidsaktiviteter
- Stabil vekst i lisensinntekter

Organisasjon

- 3 FTE internt i IN
- Vi vurderer løpende ressursbehovet for å imøtekomme en bærekraftig skalering av ordningen.

2027



Produkt

- Innovasjon som redefinerer transparenns innen ESG-målene og norske verdier

Kommersielt

- Prosjektet når break-even.

Organisasjon

- 3 FTE internt i IN
- Vi vurderer løpende ressursbehovet for å imøtekomme en bærekraftig skalering av ordningen.

Overordnet målsetning for 2025

Styrke posisjonen til opphavsmerket nasjonalt, samt rigge for internasjonal synlighet og skalering i kommende år

Vi får til dette gjennom å:

- Synliggjøre verdien av norsk opphav gjennom studier og kundebevis
- Styrke merkevaregjenkjenning
- Aktivere og støtte bedrifter som bruker merket
- Rekruttere flere bedrifter

Vekstmål

Rekruttering

150 registrerte bedrifter

- KPI: 150 registrerte bærere av merket innen utgangen av 2025

Fornøyde og engasjerte bedrifter

Netto positiv kundetilfredshet

- KPI: Undersøkelse som viser at bedriftene er fornøyde

Integrering internt i IN

Høy intern kunnskap om ordningen

- KPI: Måle at kunderådgiverne aktivt promoterer ordningen til bedrifter

Markedsføringsfokus for det kommende året

Hovedbudskap

**Verdien av
norsk opphav**

Awareness

Engagement

Conversion

Retention

Advocacy

Fokusområder

Kampanjer

Digital synlighet

Arrangementer

Joint marketing

Nøkkelaktiviteter



- Målrettet rekrutteringskampanje mot satsningsområdene. Synliggjøre verdi gjennom eksisterende brukere av merket.
- Kampanje (betalte og fortjente kanaler) om verdien av norsk opphav og hvordan verden ser på oss, ifm. omdømmerapporten for 2024.



- Organisk og betalt synlighet gjennom SoMe, søkemotoroptimalisering (SEO/SEM), nyhetsbrev og nettsider.
- Promotering av kundehistorier som beskriver hvordan norsk opphav og Made in Norway har hatt reell verdi for bedriftene.



Markedsaktiviteter
**Overordnet
fokus og tema
i 2025**

Overordnet fokus i 2025

Verdien av norsk opphav

Tema som legges til grunn for markeds- og kommunikasjonsaktiviteter i 2025

Kunde-
historier og
ambassadører

Innsikt og
fakta om
Norge og
norsk opphav

Sterkere
sammen som
landslag

Markedsaktiviteter

Kundehistorier og ambassadører

Tematikk og innhold:

«Synliggjøre verdien av norsk opphav gjennom **kundehistorier og ambassadører** av merket og bygge kjennskap til merket som et offisielt symbol».

Tiltak:

Kundehistorier (løpende promotering)

Regionale arrangementer



Article

Norvigroup Norsk Dun: Made in Norway



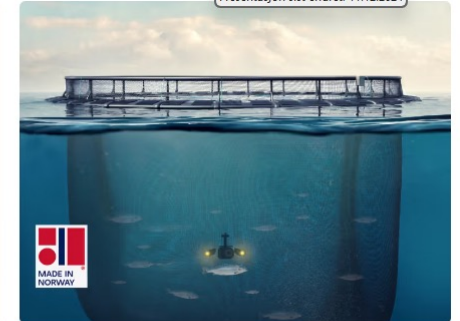
Article

Jøtul cast iron stoves: Made in Norway



Article

Asak Miljøstein: High-quality outdoor spaces, Made in Norway



Article

OptoScale aquaculture technology: Made in Norway



Article

David-Andersen quality jewellery: Made in Norway



Article

Omgj's designer cabins: Made in Norway

Markedsaktiviteter

Innsikt og fakta

Tematikk og innhold:

«Synliggjøre verdien av norsk opphav gjennom **innsikt og fakta** rundt verdien av norsk opphav».

Tiltak:

Oppfattelsen av Norge rapp.-24
Eksportkonferansen 2025 –
Key note speaker: Simon Anholt



Simon Anholt



Magne Supphellen

Eksportkonferansen 2025



Eksportkonferansen er årets viktigste konferanse for norsk eksportrettet næringsliv. Konferansen er i regi av Eksfin og Innovasjon Norge.

📅 25. mars 2025

🕒 10:30 - 15:00

📍 Oslo
Latter

Made in Norway day – i samarbeid med Hurtigruten

Bakgrunn:

9. april gjennomføres Made in Norway dagen med faglig innhold og fokus på norske bedrifters internasjonale suksesshistorier. Omvisning på Trollfjord, og innlegg fra bl.a. Magne Supphellens arbeid.

Tema:

- Lære av hverandre
- Forstå verdien av norsk opphav
- Samarbeid og prestasjonskultur



Markedsplass på Aker Brygge (pilot)

Bakgrunn:

Made in Norway bedriften Omggi har tatt initiativ til et pilotprosjekt med markedsplass på Aker Brygge for utvalgte Made in Norway-bedrifter innenfor design. Innovasjon Norge blir med som annonsør, og piloten organiseres av ekstern samarbeidspartner.

Formål:

Økt nasjonal synlighet for Made in Norway-merket og bedriftene, presse, samt arena for generering av innhold og salg av produkter.

Inspirere andre aktører/bransjer til å initiere på lignende tiltak tilpasset deres målgruppe.



Etablert egne Made in Norway kanaler (integrrert med Business Norway)

Trafikk på nettsidene

Made in Norway har flest visninger på Business Norway (etter forsiden).

Artiklene leses

Artiklene om bedriftene havner langt opp på listen over mest leste artikler.

Showcase på LinkedIn

Vår egen side på LinkedIn har fått over 1000 følgere på få uker – helt organisk.

Community

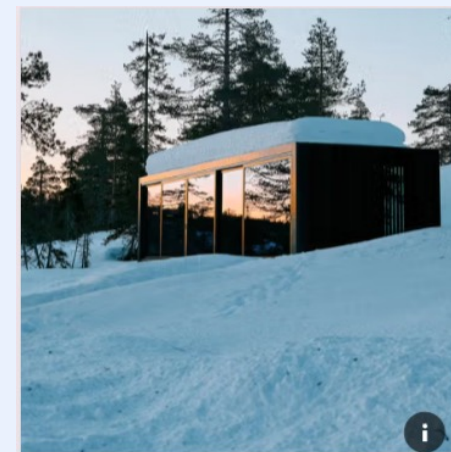
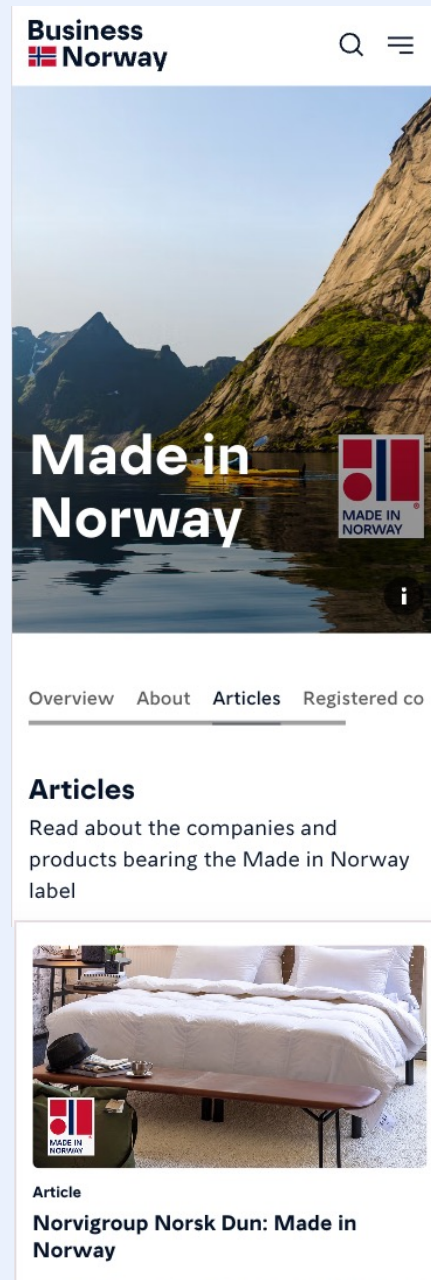
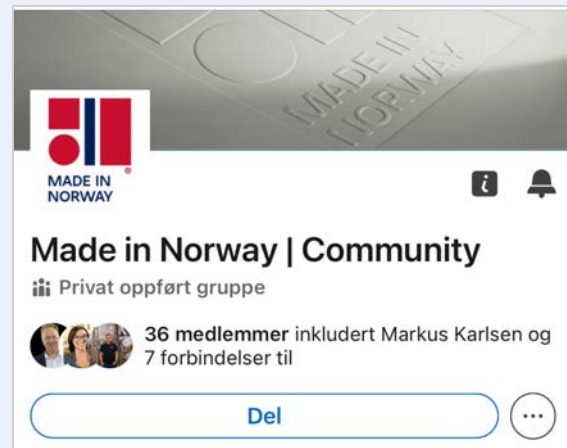
Per 4/2 - 63 medlemmer

Nyhetsbrev

Siste utgave 176 mottakere



Innovasjon
Norge



Ongi sees intern potential with Ma Norway label

Ongi is a Norwegian co
manufactures and deliv
modern and functional
by the renowned design
Snøhetta. Recently, the
awarded the origin label
Norway for their Norw
value creation.

Motivation for using the Made in Norway label

Ongi sees Norway's official origin
label, Made in Norway, as a prestigious
quality stamp that aligns with their
high-end profile. With great ambitions
beyond national borders, the company
believes that linking their brand to
Norwegian origin and the positive
associations tied to Norway will
enhance their opportunities for global
growth.



Photo: Photo: One of the Ongi cabin seamlessly
blending into the environment. Credit: Ongi

Regional mobilisering

Videreføre og konkretisere ytterligere hvordan styrke regional mobilisering, bl.a gjennom IN's regionskontorer.

Eksempler:

- Lokale arrangementer
- Kundecase
- Presse
- m.m



Aslak Sverdrup · 1.
Direktør Innovasjon Norge Vestland
1md. · 🌐

Made in Norway-merket betegner produkter og tjenester som er autentisk norske. Det er et registrert varemerke som administreres av oss i Innovasjon Norge.

For å bruke Made in Norway-merket, må din bedrift oppfylle kriterier knyttet til opprinnelse, ansvar og bærekraft. Nå har Made in Norway fått sin egen LinkedIn-side. Les mer på den hvis du ønsker å ikle deg Made in Norway <3

Innovasjon Norge
<https://lnkd.in/dX4mvjVA>

Made in Norway | LinkedIn
linkedin.com

👍👎🗨️ Du og 79 til 2 kommentarer

Innovasjon Norge - Vestfold og Telemark
11. desember 2024 · 🌐

Larvikittblokka As er nå en del av Made in Norway, og det norske eksportlandslaget! Deres produkter representerer det beste av norsk opphav, kvalitet og ansvarlighet. Er du også stolt av vårt lokale næringsliv? Del denne posten! Eller kvalifiser din bedrift her: <https://bit.ly/OmMadeinNorway...> Se mer

BUSINESSNORWAY.COM
Ta i bruk det norske opphavsmerket
Norges offisielle opphavsmerke, Made in Norway, for markedsføring av produkter og læsn...

👍👎🗨️ Du og 4 andre Liker Kommenter Del

Innovasjon Norge - Vestland
8. oktober 2024 · 🌐

Vi i **Innovasjon Norge - Vestland** er stolte av vårt lokale næringsliv som står i front og løfter norsk verdiskaping til nye høyder!

Grasp, **Highsoft** og **Rustibus**, alle frå Vestland, er ein del av det norske eksportlandslaget som gjennom tildeling har retten til å ta i bruk Norges offisielle opphavsmerke, Made in Norway! Gratulerer med tildelingen!

Driv du ei verksemd som burde bere opphavsmerket? 🇳🇴
h... Se mer

INNOVASJONNORGE.NO
Nå lanserer vi merkeordningen «Made in Norway»
Næringsminister Jan Christian Vestre lanserte mandag 15. januar en nasjonal merkeordning...

Innovasjon Norge - Vestfold og Telemark
30. oktober 2024 · 🌐

Vi er så stolte! Stadig flere norske aktører tildeles Norges offisielle opphavsmerke, Made in Norway 🇳🇴

Gjennom bruk av opphavsmerket kan bedriftene enklere synliggjøre norsk opphav og ansvarlighet, og samtidig bidra til å styrke norsk verdiskaping. ✓

Norsk Tekstilgjenvinning er tildelt opphavsmerket for sin resirkulerte fiber produsert i Sandefjord gjennom gjenvinning av ulikt tekstilavfall. De er GRS sertifiserte, som betyr at de tilfredsstiller strenge krav og sys... Se mer

Siw Bang Larsen · 1.
Jeg ønsker å bidra til at flere norske bedrifter settes på verdenskart...
1md. · 🌐

Kan man som forbruker være sikker på at produsenter som bruker det norske flagget i markedsføringen faktisk produserer i Norge?
[#madeinnorway](#)

Hva gjør et opphavsmerke bedre enn det norske flagget ?
Siw Bang Larsen på LinkedIn · 3 min. lesetid
I en globalisert verden blir spørsmålet om hvor noe kommer fra stadig mer relevant ...

👍👎🗨️ Du og 35 til 7 kommentarer · 2 innlegg lagt ut på nytt