Innovasjon Norge

Velkommen til reiselivswebinar:

Aktiviteter vår, sommer og høst 2021

Møtet starter kl. 14.00

Det blir dessverre ikke anledning til å stille muntlige spørsmål.
Vi oppfordrer alle til å bruke **Q&A-funksjonen på høyre side**.
Vi vil forsøke å svare på spørsmål fortløpende, samt etter presentasjonen.

Opptak av webinaret blir tilgjengelig på våre Innsikt-sider senere i uken:
https://business.visitnorway.com/no/

Innovasjon Norge

Foto: Astrid Waller

Innledning

Bente Bratland Holm

bente.bratland.holm@innovasjonnorge.no

Agenda

01 **Innledning**
Bente Bratland Holm, reiselivsdirektør

02 **Nye undersøkelser**
Margrethe Helgebostad, ansvarlig analyse

03 **Forbrukermarkedsføring**
Beate Brænden Eidsand, Key Account Manager
Evgenia Egorova, Social Lead

04 **Fritidsmarkedet og MICE**
Frode Aasheim, leder B2B

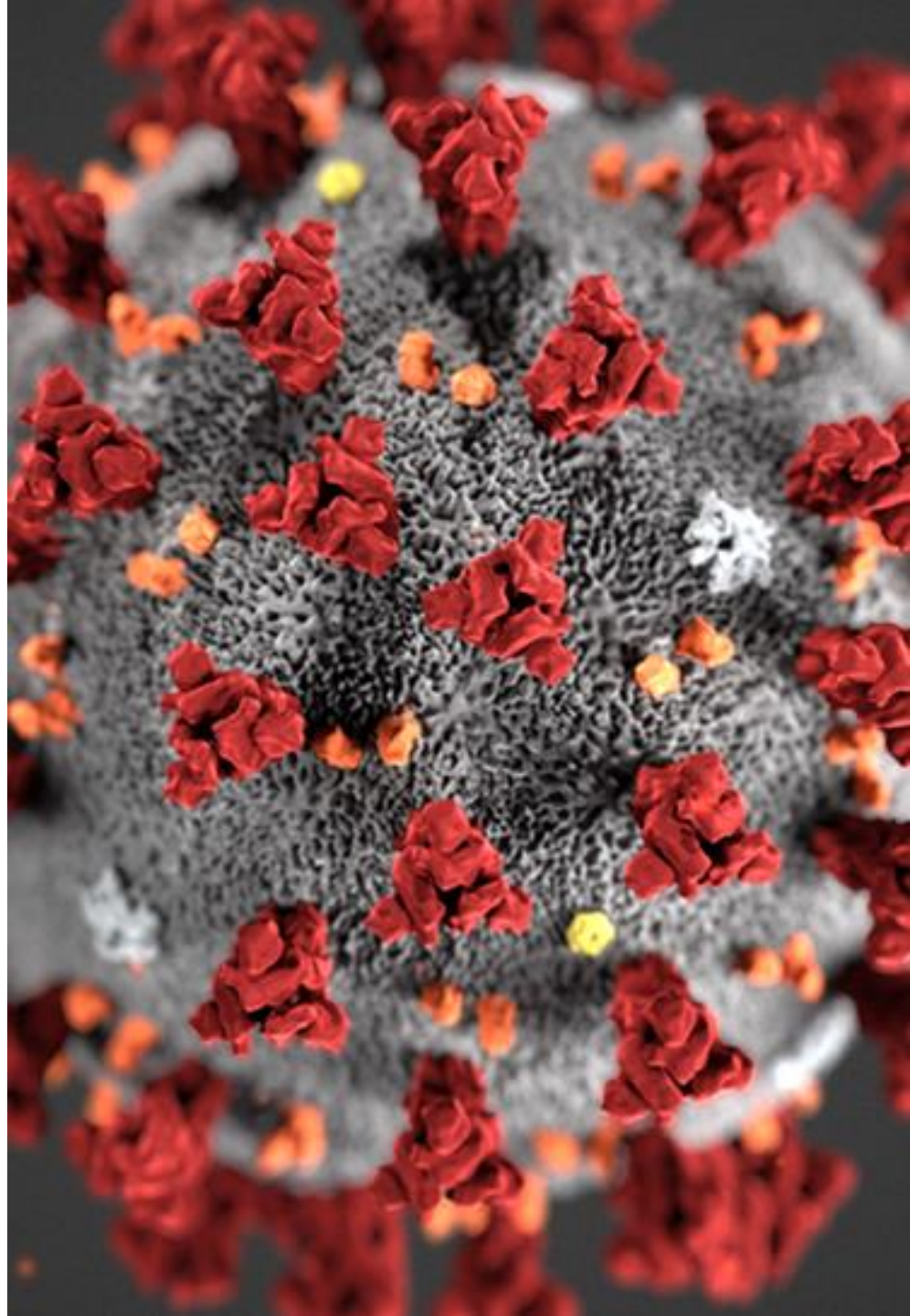
05 **Utvikling og finansiering**
Audun Pettersen, avdelingsleder

Innovasjon Norge

Foto: Nils-Erik Bjørholt - VisitNorway.com

Vi ruster for en restart i en vanskelig tid.

- Covid-19 vil prege oss med reiserestriksjoner gjennom 2021
- Høsten 2020: Kun 20% av befolkningene i våre viktigste markeder vil reise over grensene
- Vi gjennomfører nye undersøkelser i disse dager.
- Avinors prognoser tilsier at den internasjonale flytrafikken ikke er tilbake til 2019-nivå før i 24/25
- Vi *vet* ikke når Norge er klar og hvilke markeder som kan reise først.
- Vi har spurt strategisk råd, landsdeler og storbyer til råds underveis vedrørende prioriteringer.



Innovasjon Norge

Det har vært viktig å holde på Norges posisjon under pandemien

- Kjørt kampanjer i nærmarkedene
  - «Always on» aktiviteter i alle markeder
  - Presse-aktiviteter og virtuelle visningsturer
  - Hatt 70 webinarer for å opprettholde kontakt mellom turoperatører og tilbydere her hjemme

- Utviklet verktøy som kan benyttes i planlegging og gjennomføring fremover. eks. «utslippskalkulator», «forbrukskalkulator», virtuelle visningsturer og Norway Insight plattformen.

- Den nasjonale reiselivsstrategien er klar.

Innovasjon Norge

Innovasjon Norge

Foto: Astrid Waller

Nye undersøkelser

Margethe Helgebostad

margrethe.helgebostad@innovasjonnorge.no

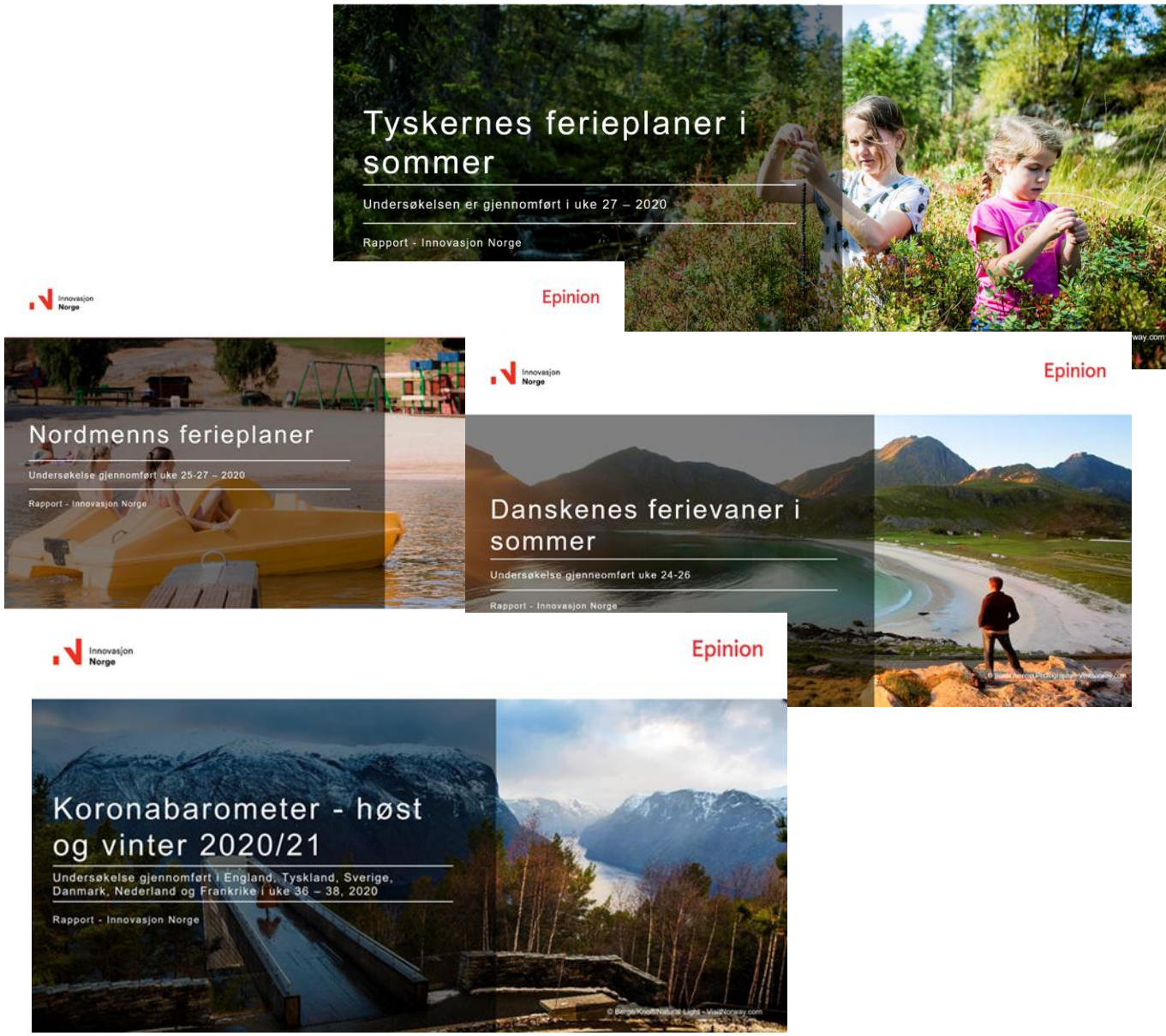
Nye Koronabarometre
Krevende tider gjør det også vanskelig å si noe om nær fremtid,
men med vaksinering øyner vi et håp

Koronabarometer

- Måler holdninger til å reise på ferie generelt, og Norge spesielt. Barrierer knyttet til det å reise under pandemien, og Norges attraktivitet sammenlignet med en rekke andre land.

- Første gang gjennomført ved inngangen til sommersesongen 2020.

- Utvidet i høst.
- Planen var å ha nye ute i januar, men ble utsatt.
- Er ute i uke 12 og 13 i syv markeder.



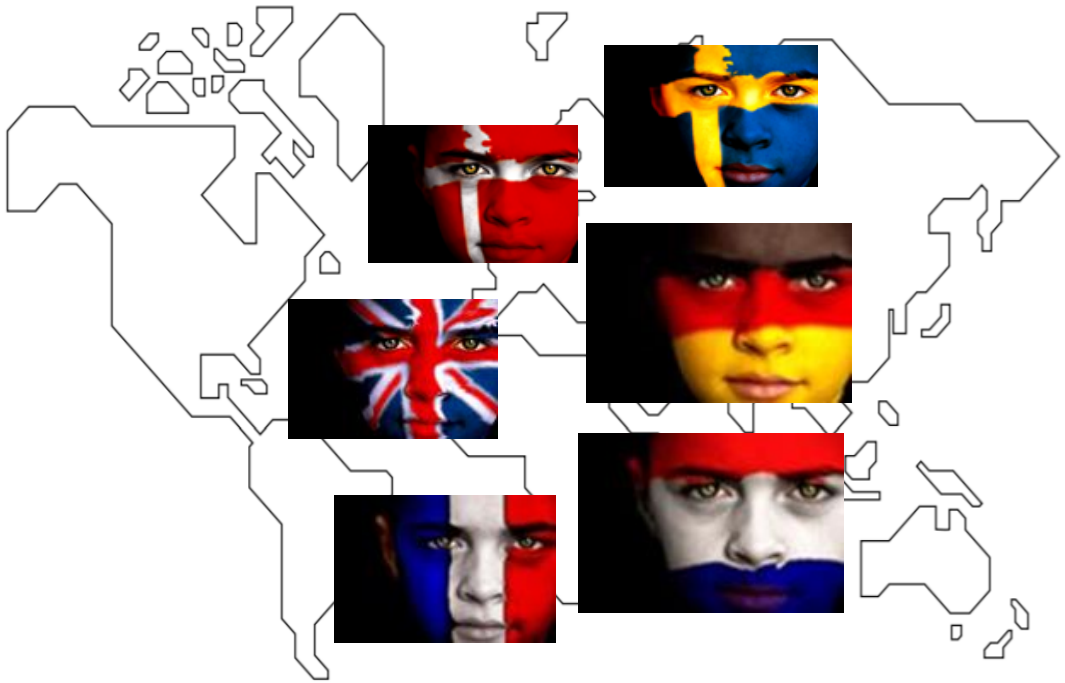
Innovasjon Norge

En større undersøkelse bland nordmenn. Nok svar per landsdel

- Har nordmenn endret syn på det å feriere i Norge?
- Hvor er nordmenn i planleggingsfasen?
- Type ferie og hvor i landet?
- Spør om konkrete opplevelser, aktiviteter, mat og kultur, men vi dykker også ned i motiv for å reise.
- Søker nordmenn et variert aktivitets- og opplevelsestilbud? Hvor sterkt er ønske om å treffe folk og være sosial, ha det gøy, kjenne adrenalinet pumpe og utfordre seg selv? Eller er det stillhet og ro og kvalitetstid med familie og venner som frister mest? Og hvor høyt er ønsket om å unne seg selv ekstra luksus og høy kvalitet på norgesferien?
- Avdekker barrierer
- Hva skal til for at en ferie bestilles?
- Hvordan stiller vi oss til å få besøk fra andre deler av landet?

Koronabarometer i seks viktige markeder ute

- Koronabarometer ute i Sverige, Danmark, Storbritannia, Nederland, Tyskland og Frankrike.
- Måler reiselyst generelt og til Norge spesielt. Måler hvilke type aktiviteter de kan tenke seg å gjøre i Norge, men også hva de ønsker å oppleve når man kan reise igjen.
- Barrierer for å reise og hva som skal til for at en ferie bestilles.
- Inkluderer spørsmål om bærekraft: "*Jeg vil endre måten jeg reiser på for å ta mer hensyn til miljø, klima og natur".*



Innovasjon Norge

Innovasjon Norge

Foto: Astrid Waller

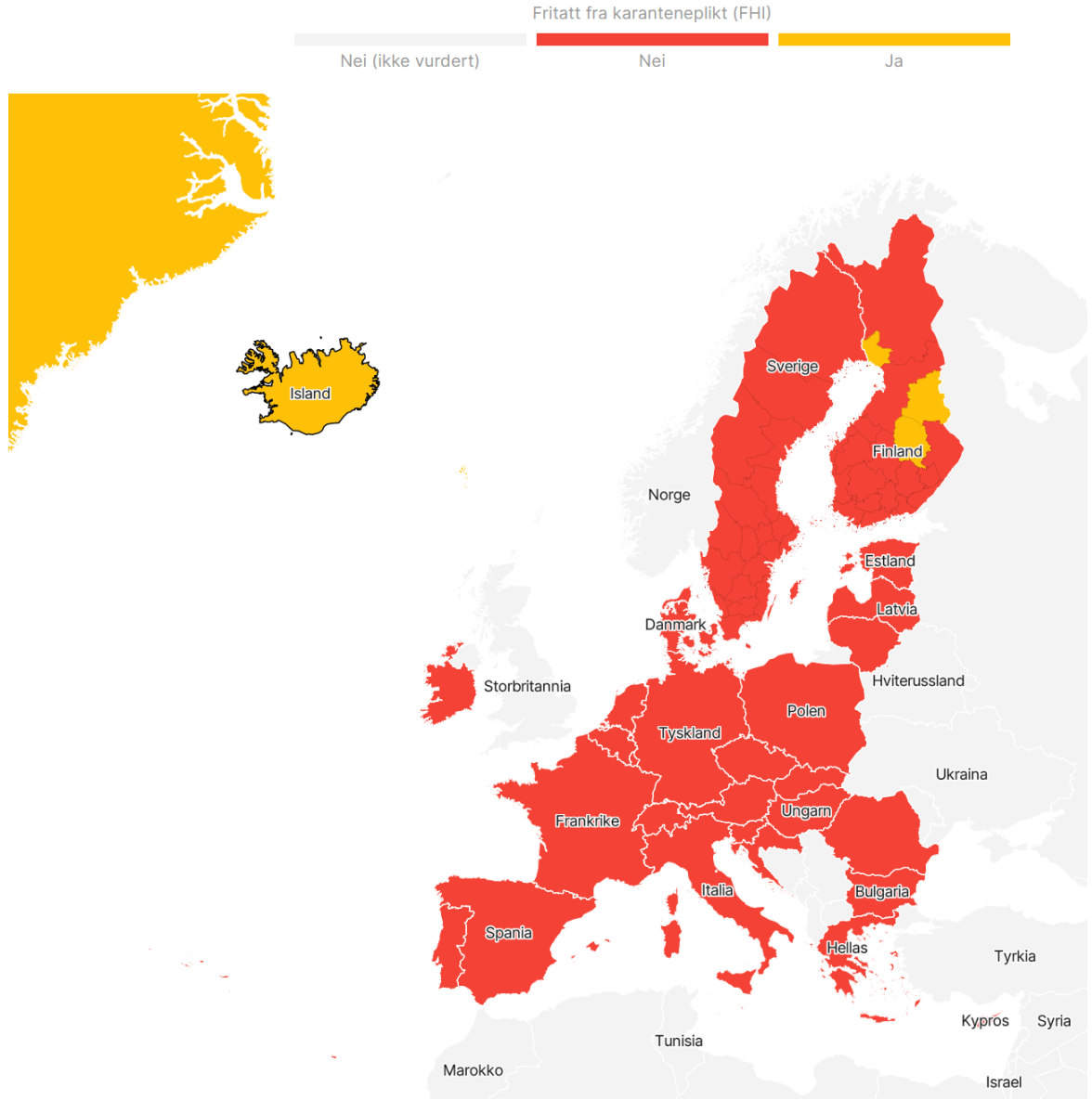
Forbrukermarkedsføring

Beate Brænden Eidsand

beate.braenden.eidsand@innovasjonnorge.no

Fortsatt internasjonal posisjonering

- Vårt mandat i 2021 er fortsatt å profilere Norge internasjonalt og å opprettholde posisjonen i en etter hvert hard konkurransesituasjon (Norges fortrinn)
- Vi kjører profilkampanjer i Norge og internasjonalt (og salgsutløsende hvis mulig).
- Vi prioriterer i 2021 nærmarkedene våre: **DK, DE, NL, SE og UK, samt Norge i de fleste kampanjer.**
- Vi har ikke betalte aktiviteter i andre geografiske markeder, men organisk synlighet.
- Partnere kan delta via retargeting.



Innovasjon Norge

Foodie Roadtrip

Budskap/innhold:
Norsk mat er mye bedre enn folk tror. Tre matinfluencere ble invitert til Norge for å oppleve autentisk norsk mat og norske råvarer inkludert sjømat, vilt og fra meieriet. Filmet i Trøndelag, men representerer hele landet.

Lansering: uke 11

Marked: Norge, Tyskland, Storbritannia

Motivasjonssegment: Social immersion (foodies og matinteresserte)

Foto:Giants & Toys AS/ Visit Norway

Norwegian Space Travel – WELCOME TO SPACE!
- *Relansering*

Budskap/innhold:
Viser det beste av Norge som feriedestinasjon post covid: fjell, fjorder og byer med bilder fra hele landet. Spiller på hvor mye plass det er i Norge og skal både inspirere og appellere til trygghetsbehovet som er sterkt hos potensielle besøkende.

Lansering: April

Markeder: Tyskland og nærmarkeder (TBD)

Motivasjonssegmenter: Adventures in Natural Beauty

Foto: One Big Happy Family

Innovasjon Norge

March of the Norwegians

Budskap/innhold

Selv om Sørlandets perler er godt kjent blant nordmenn, er de ukjente for mange internasjonale gjester. Her ønsker vi å vise dem at Sørlandet er det perfekte stedet for soldager hvor man kan kose seg og ha det gøy.

Lansering: uke 15/16 (?)

Marked: Nederland, Danmark, Tyskland

Motivasjonssegment: Playful liberation, Social immersion

Foto: Oslo Asssembly/Visit Norway

Innovasjon Norge

Sykkelkampanje

Budskap/innhold:

Gjennom historier fra tre klassiske vinterdestinasjoner vil vi i denne kampanjen inspirere til aktivitetsferie under barmarkssesong vår/sommer/høst. Kampanjen har fokus på aktivitetsferie generelt men med spesiell vekt på sykkelrelaterte opplevelser for familier.

Lansering: fra uke 14

Marked: Norge, Sverige, Danmark

Motivasjonssegment: Energy og Sharing and Caring. Kampanjen retter seg spesielt mot aktive barnefamilier.

Foto: Leidar/Visit Norway

Innovasjon Norge

Relation Equation

Budskap/innhold:

Gjennom tre historier rundt personer som på ulike måter styrker relasjonene med hverandre gjennom deling av aktive opplevelser i norsk natur, vil kampanjen inspirere til å ta oppsøke det brede tilbudet av aktive naturopplevelser i Norge under vår/sommer/høst.

Lansering: uke 15

Markeder: Norge, Sverige, Danmark og Nederland.

Motivasjonssegment: Energy and Sharing and caring. Kampanjen retter seg spesielt mot aktive familier og par.

Foto: One Big Happy Family/Visit Norway

Innovasjon Norge

Midnattssol

Budskap/innhold:

Ved å vise hvordan nordlendingene lever under midnattssolen, vil denne kampanjen inspirere norske og internasjonale turister til å oppsøke midnattssolen og utforske hele regionen.

Lansering: Norge: uke 13 / Internasjonalt: uke 17

Marked: Norge, Tyskland, Nederland primært + Sverige og Finland sekundære

Motivasjonssegment: Social immersion og Adventures in the World of Natural Beauty

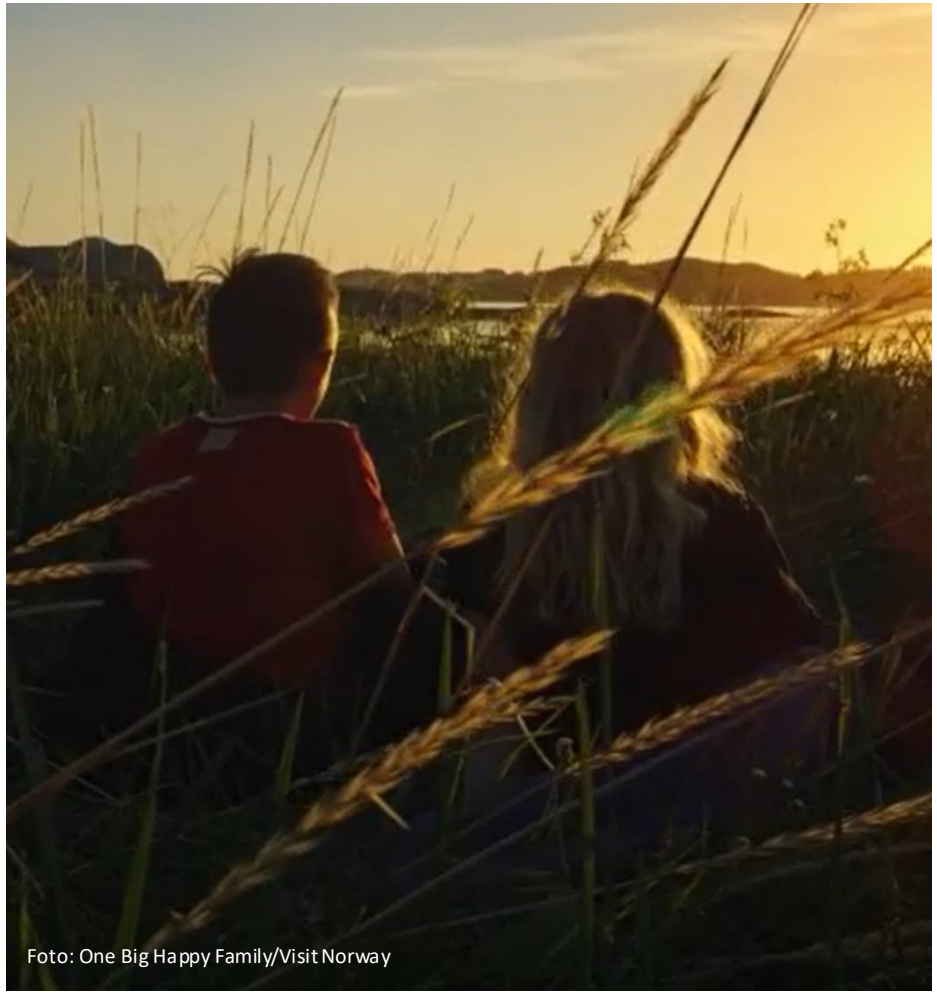


Foto: One Big Happy Family/Visit Norway

Innovasjon Norge

NordNorsk Norgeskampanje

Budskap/innhold:

PR og kampanje for Nord-Norge. Ta kontakt dersom mer informasjon ønskes.

Lansering: Uke 14/15

Marked: Norge

Motivasjonssegment: Social immersion og Adventures in the World of Natural Beauty

Innovasjon Norge

Sense the Farm

Budskap/innhold:

Filmer som fokuserer på barns sanselige opplevelser på en gårdsferie i Norge. Barn er i hovedrollen og gjennom filmen vil seerne oppleve noen av aktivitetene på gården: dyr, sykling, klatring melking av kyr, spise fersk honning, løping og leking

Lansering: 17/18

Marked: Sannsynligvis Norge, Sverige, Danmark

Motivansjonssegment: Sharing and Caring

Innovasjon Norge

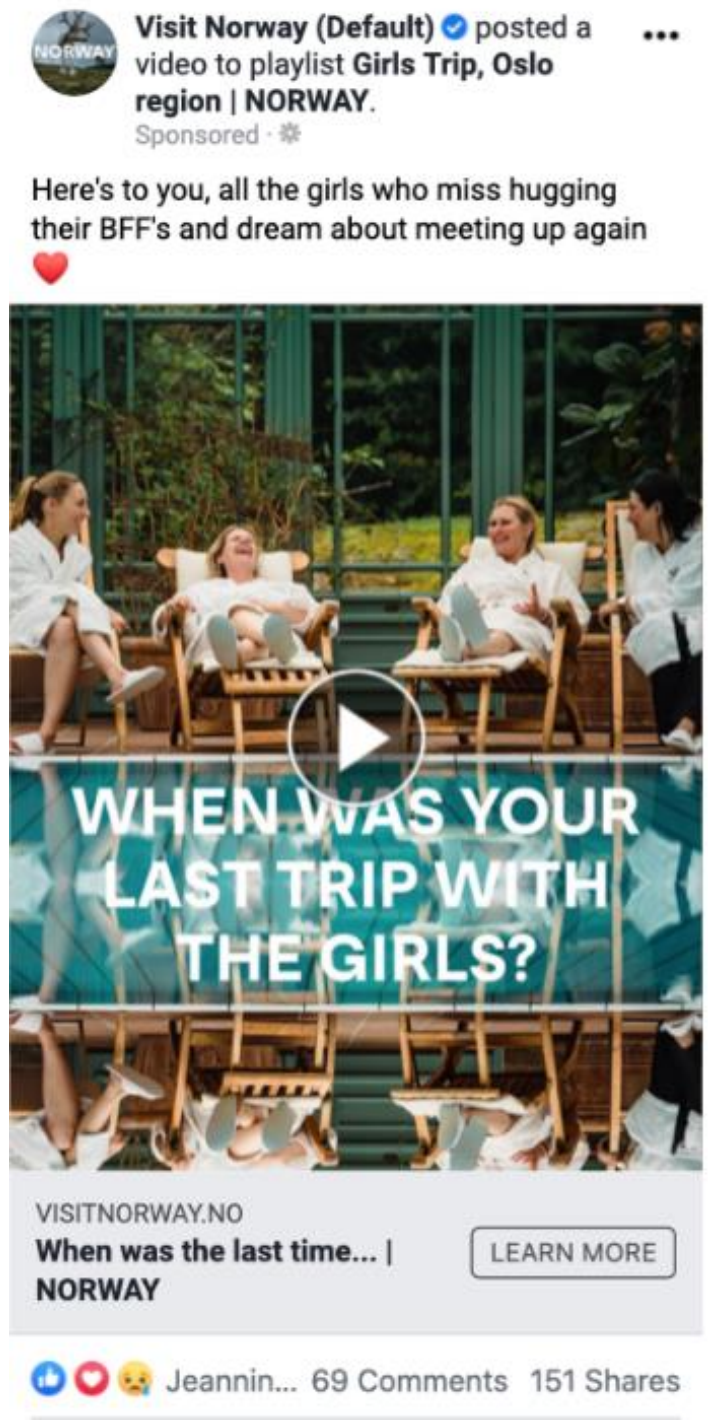
VisitOSLO Regionen – «Oslo+1»
- *Relansering*

Budskap/innhold:
Gjennom fire ulike historier om vennegjenger som oppsøker Oslo og Østlandsregionen for *avkobling, aktiviteter, natur og kulturopplevelser* skal kampanjen inspirere målgruppene til å besøke Norge, Oslo og Osloregionen, bli lengre og gjøre mer.

Lansering: Mai

Markeder: Danmark, Tyskland, UK.

Motivasjonssegmenter: Social Immersion og Sharing and Caring



Innovasjon Norge

Rural Luxury (Landlig Luksus)

Budskap/innhold:

Kampanjen har som mål å posisjonere Norge som en destinasjon med et attraktivt tilbud av eksklusive, autentiske "high end" opplevelser og overnattingstilbud, med sterk lokal forankring, personlig vertskap og lokal mat- og drikke. Produktmessig fokus er på landlige gårdsferieopplevelser innenfor et høyere prissegment.

Lansering: uke 19

Marked: Norge og nærmarkeder (ikke avgjort)

Motivasjonssegmenter: Adventures In a World of Natural Beauty, Escape + Cultural Horizon

Law of Nature

Budskap/innhold:

Holdningskampanje som skal inspirere besøkende til ansvarlig og bærekraftig ferdsel i norsk natur.

Lansering: uke 20

Markeder: Nærmarkeder (ikke endelig fastsatt)

Motivasjonssegmenter: Energy, Escape og Adventures In a World of Natural Beauty.

Break from the Great

Budskap/innhold:

Følger tre personer på soloreise fra verdens storbyer på tur i Fjord Norge om høsten.

Lansering: Ikke bestemt, men muligens juni/ juli

Marked: Nærmarkeder

Motivasjonssegment: Adventures in a World of Natural Beauty, Broadening my Cultural Horizon

Foto: Magga og Anders/ Visit Norway

Innovasjon Norge

Oslo Moves

- Relansering OsloMoves-hero film og Deichmanske-film

Produksjon av siste del av kampanjen, OsloMovesKUNST (Billedkunst /visuellkunst)

Budskap/innhold:
Oslo + kunst. *Konseptet bygger på det allerede eksisterende konseptet i Oslo Moves med fokus på at billedkunst beveger mennesket. Kunst moves. Vi ønsker å lage innhold som viser fram noen av Oslo sine mange kunstverk og fortelle historier om hvordan et bilde kan bevege et annet menneske, vekke glede, sorg, mystikk og nostalgi. Innholdet skal friste målgruppen til å oppsøke Oslo og kunsten selv.*

Lansering: Høsten

Markeder: Nærmarkeder
Motivasjonssegmenter:
Broadening my cultural horizon & Social immersion.

Foto: Babusjka AS/Visit Norway

Innovasjon Norge

Alpint – Small guides

Budskap/innhold:

Kampanjen har som mål å posisjonere Norge som et foretrukket reisemål for alpine skiferier, spesielt rettet mot barnefamilier.

Lansering: September, TBD.

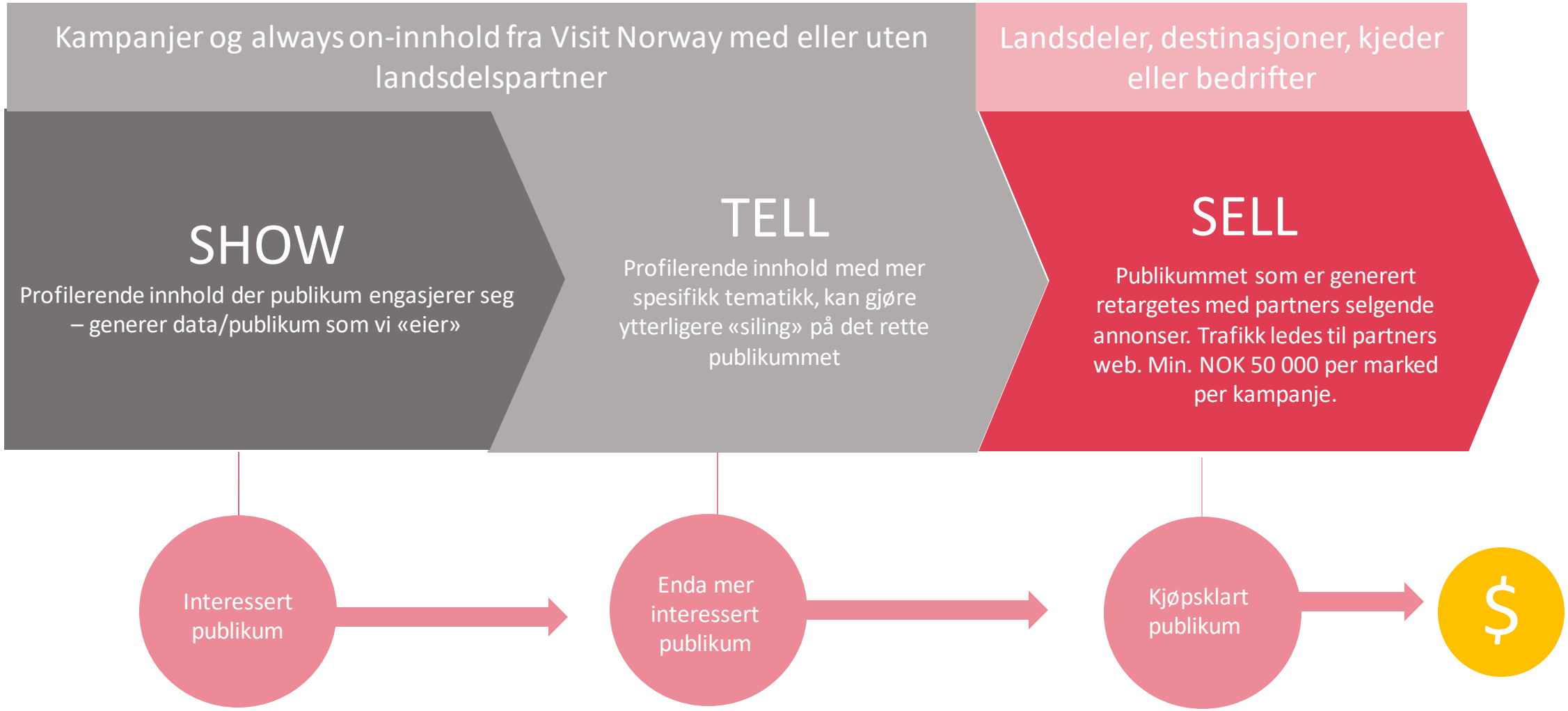
Markeder: Nærmarkeder, Skandinavia og Nord-Europa

Motivasjonssegmenter:
Energy & Sharing and caring

Foto: Tangrystan

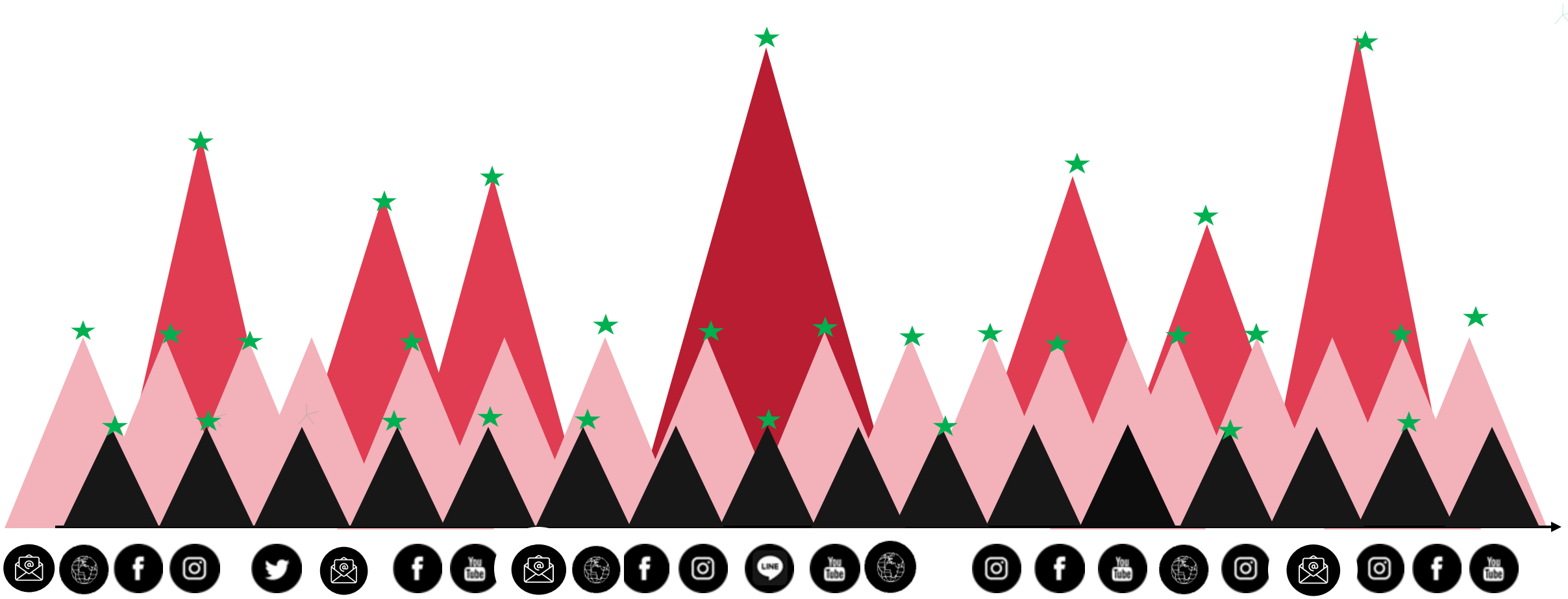
Innovasjon Norge

Retargeting kampanjemodell



Innovasjon Norge

Mediehusstrategi; kampanje og always on



Innovasjon Norge

(SHOW)
Kampanje/ større aktiviteter
PR/ Viral

(TELL)
Kanalspesifikke format
Artikler etc

(SELL)
Daglig redaksjonelt arbeid
Engasjement
Informasjon, planlegging, (salg)

Presse

- Presse- og PR-arbeid ifm. kommende kampanjer
- Medieassistanse fra Oslo (innkommende henvendelser)
- *Soft news* fra Norge når "ingen" kan reise
- Reisetips til norske medier (Norgesferie 2021)
- Kommunikasjonen tilpasses hele tiden
- Dedikert ressurs på innholdsbanken
- Internasjonale nyhetsbrev (B2C og B2B) relansert!
- Globalt presserom på MyNewsDesk
- Internasjonale presseturer pauset inntil videre
- Vi deltar på MTM Europe (digitalt presseevent) 20. april
- Vi er en del av "Always on": Nyhetstips@visitnorway.com

Innovasjon Norge

Presse – dette har vi fokus på

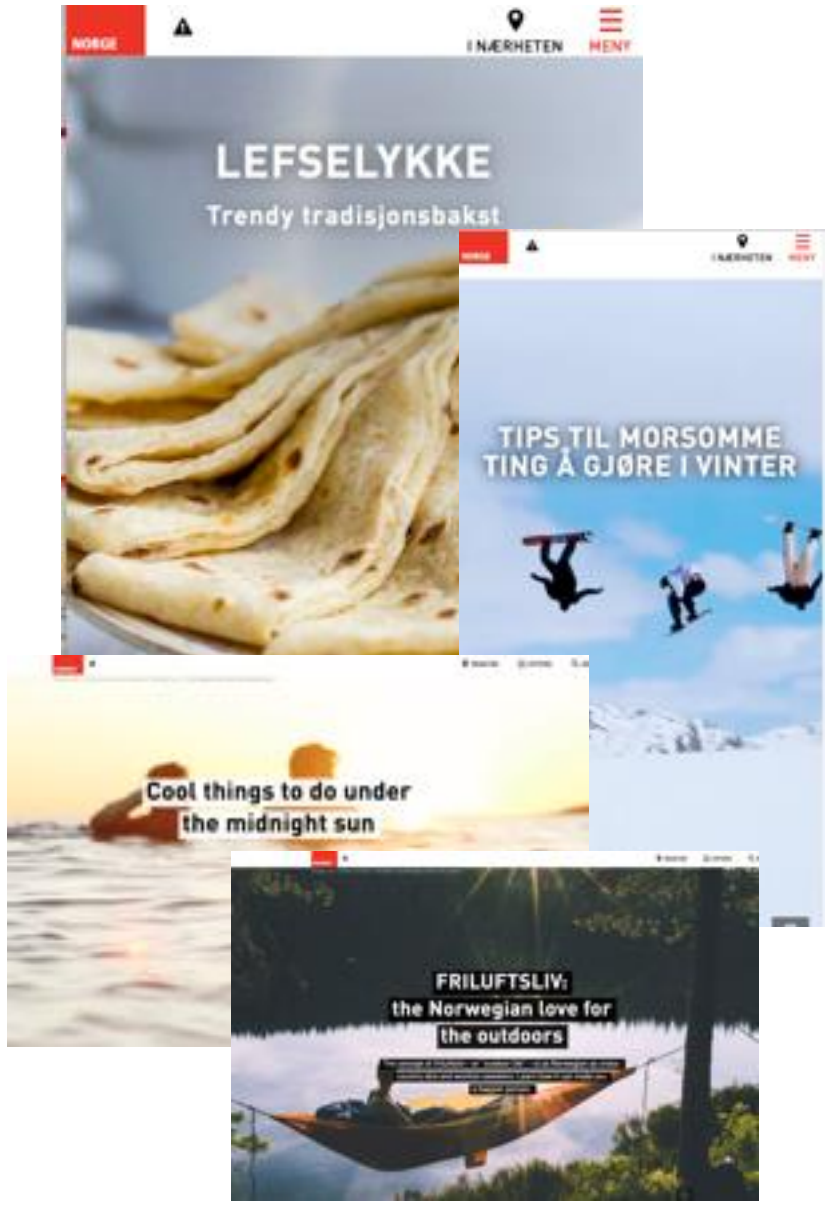
- Nyheter fra Norge
- Nye åpninger
- Arkitektur, design, kultur, livsstil
- Unike overnattingssteder
- Matopplevelser
- Naturbaserte aktiviteter og opplevelser
- Friluftsliv og "god plass", også i byene våre
- Listicles, kuriositeter, tradisjoner og *evergreen* stoff

A mindful hike. The Gudbrandsdalsleden over Dovrefjell, one of the nine St. Olav's Ways. Photo: David Tett

PRESS RELEASE - 09 MARCH 2021 13:31

Are you a modern pilgrim?

The St. Olav's Ways in Norway are the world's northernmost pilgrimage paths and are hikes with a deeper meaning.



Planer for Visitnorway.com 2021

- **Overgang til nytt byrå**

1. april overtar **Maverix** som ny leverandør av redaksjonelle tjenester på web. Ny prosjektleder og kontaktperson her blir Cecilie Sørdal Ulseth (cecilie@maverix.no).
Det er en stor jobb de overtar, så før de blir varme i trøya vil kapasiteten vår være noe redusert en god stund framover.

*** Nye destinasjonspresentasjoner** og **plan your trip-sider for resterende destinasjoner,** påbegynt i fjor.

*** Opprydding**

Vi produserte over 140 nye artikler i fjor, så vi gjennomfører nå en generell opprydding på webben og oppgradering av eksisterende temasider/universer.

- **Vi skal lage mange nye artikler i 2021 også, blant annet om**
- Grønnere/mer bærekraftige reiser
- Togreising
- Norges beste kunstdestinasjoner
- Åpning av Munch-museet
- Historiske vandreruter
- Innlandsbåtene
- Norge på kryss, tvers og langs
- En rekke nye aktivitetssider
- Den norske kokeboka, nytt matunivers med relatert innhold

Innovasjon Norge

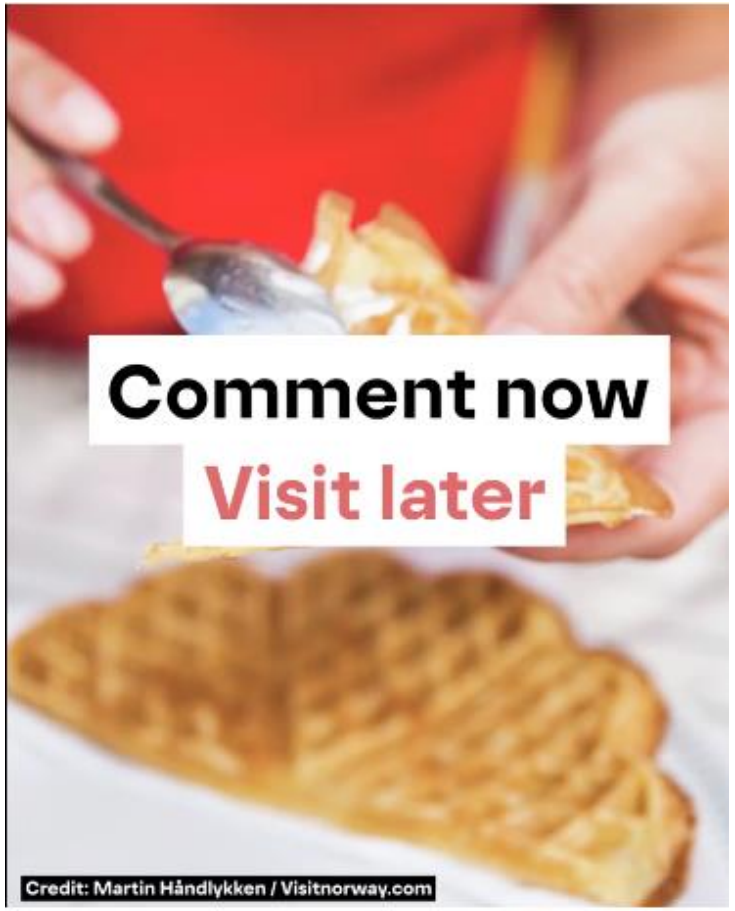
Sosiale medier

Evgenia Egorova

evgenia.egorova@innovasjonnorge.no

Visit Norway SoMe

- Aktive drømmer, daglig inspirasjon, edutainment & infotainment, historiefortelling på FB, IG, YouTube og Twitter
- "Always on" SoMe redaksjon
- Re-use, re-purpose, re-cycle, repeat



<u>Planer for 2021:</u>

- ✓ Oppbygging av "always-on" audiences for smart retargeting
- ✓ Insta turer ifm med lanseringer/kampanjer
- ✓ NorwayTube: YouTube løft og utvikling/produksjon av “YouTube-first” konsept
- ✓ Videreutvikling av Ukens Story

Visit Norway SoMe

Ukens Story:

- Korte edutainment/infotainment video om mennesker, mat, natur, byer, kultur, tradisjoner, opplevelser og kuriositeter fra hele Norge (ja, hele året.)

- Over 120 Ukenes story er allerede produsert og publisert

Planer for 2021: 20 –25 nye Ukens Story

+ Nye versjoner av:

- ✓ Norwegian Cable Cars
- ✓ Norwegian Zip-lines
- ✓ Scenic Routes

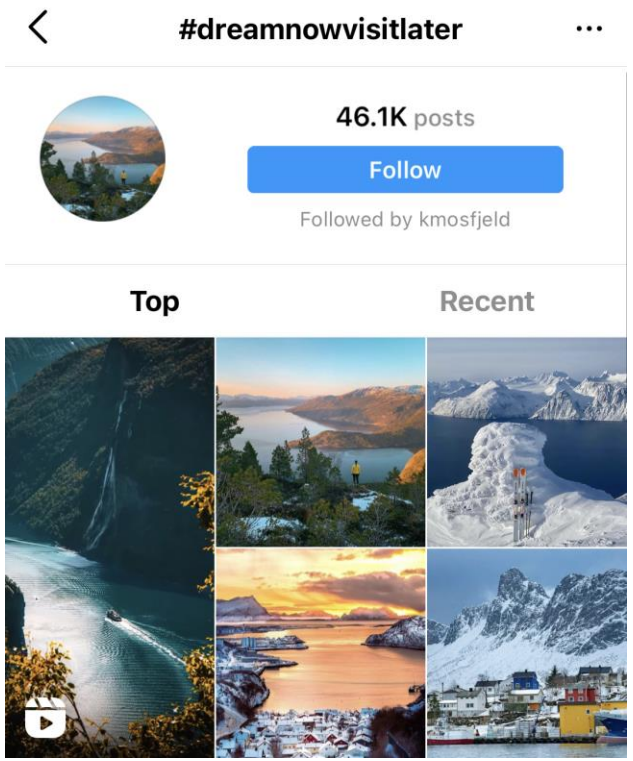
Innovasjon Norge

Visit Norway SoYOU

- SoMe, SoYou gruppen på FB – for å lære/dele/spørre om hva som skjer - bli med!
- #dreamnowvisitlater fylte 1 år
- Insta TakeOver – mer info kommer
- Takk at dere tagger oss på FB, IG og Twitter!

SoMe, SoYOU - idégruppen for norsk reiseliv ›

Public group · **210** members



Innovasjon Norge

Innovasjon Norge

Fritidsmarkedet og MICE

Frode Aasheim

frode.aasheim@innovasjonnorge.no

FRITIDSMARKEDET

FORRETNINGSMARKEDET

KONGRESS

ARRANGEMENTSTURISME

Innovasjon Norge

Markeder:

- Sverige
- Danmark
- Nederland/Belgia
- Tyskland/ Sveits/ Østerrike
- UK
- Frankrike
- Italia
- Spania
- Russland
- Asia
- Oversjøiske utviklingsmarkeder
- USA/Canada

Innovasjon Norge

Fokusområder B2B 2021

01
Holde kontakten med de internasjonale kundene

02
Holde oppe interessen for Norge i markedene

03
Holde norsk næring oppdatert med status fra markedene

04
Holde kundene oppdatert med status fra norsk næring

05
Tilrettelegge for arenaer hvor norsk næring kan møte potensielle kjøpere

06
Utvikle og forbedre Innovasjon Norges verktøykasse - som skal komme hele næringen til gode

Innovasjon Norge

Deler året i 2

1. Halvår: fokus på digitale globale aktiviteter

2. halvår: Markedsrettet aktiviteter

Vurdere digitale/ hybride/fysiske aktiviteter

Innovasjon Norge

Tilrettelegge for arenaer hvor norsk næring kan møte potensielle kjøpere

Ski Workshop 8-9. februar

Seminar 8. Februar, workshop 9.februar
Kunder fra Norge, Europa & Russland
Deltakere: ca. 100, 370 online møter

NTW, 13-15. april

Kunder fra alle våre markeder
Deltakere: 820 deltakere (i overkant av 600 bedrifter)
Møter: 7443 etter avtalefordelingen, 87% av alle ønsker infridd

MeetinNorway, 19-20. april

Kunder fra UK, Sverige, Danmark, Nederland, Tyskland, Russland
Deltakere: 60-70

Temaworkshop Sykling & vandring , 7-9. september

Kunder fra våre markeder
Mer informasjon kommer medio april
I mai, vil vi ta beslutning om denne blir fysisk /hybrid eller heldigital

Innovasjon Norge

Holde oppe interessen for Norge i markedene

Eksempler på aktiviteter

- Lokale webinarer – på markedene
- Digitale famtrips
- Internasjonale webinarer – visitNorway Insights

Norway Insights

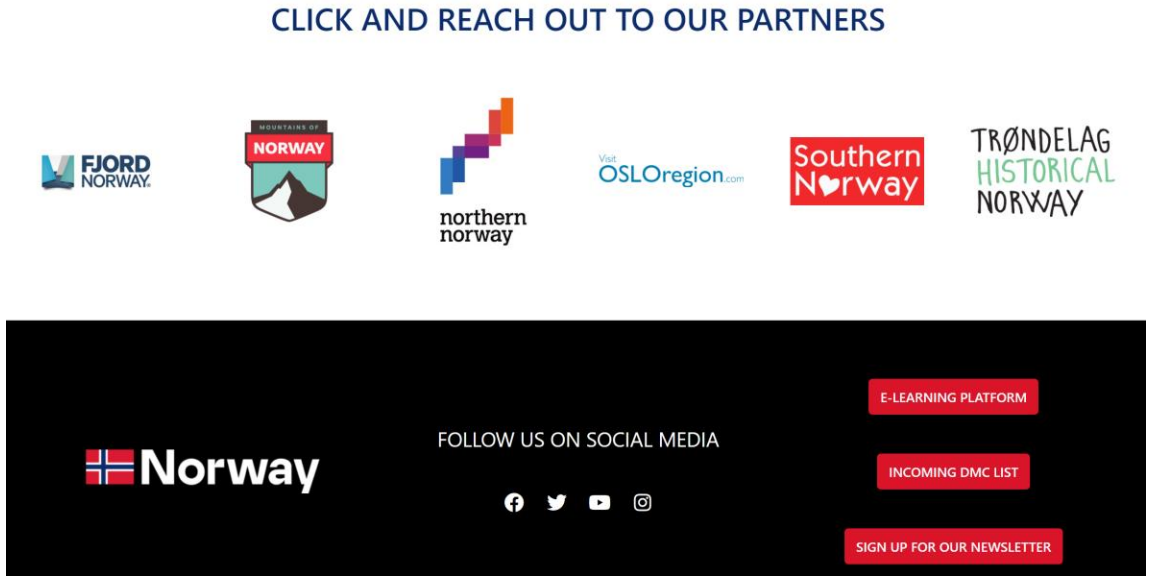
We proudly introduce Norway Insights, a monthly digital meeting place between Norwegian regional destinations and you, the travel trade - from all over the world. Through digital seminars and digital famtrips we want to inspire you, give you more in-depth knowledge, and interaction.
Our regional destinations are looking forward to meet you, and show you the highlights and hidden gems from their regions.

Monthly themes:
Travel green (March)
Travel slow (May)
Exclusive experiences (June)
Culture & food (September)

Read more and register her.

visitNorway Insights

Travel Green 18.mars: over 300 operatører påmeldt fra hele verden til webinaret
Famtrips: 15 operatører deltok på famtrip



Holde norsk næring oppdatert med status fra markedene

- Status fra markedene 15.-19.mars
- Ny runde planlegges før sommeren
- [Webinars - status updates (visitnorway.com)]

WEBINARS - STATUS UPDATES & REPORTS

Our webinar are held to keep the Norwegian tourism sector updated about the situation abroad, focusing on the B2B sector, regular basis.

Home - English → B2B activities → Webinars - status updates

Our contacts:

Siri Tallaksen
Prosjektkoordinator B2B Leisure / Prosjektleder NTW
siri.tallaksen@innovasjonnorge.no
+47 952 21 491

Kari Anne Schwach

MEET OUR MARKETS IN MARCH 2021

	Monday 15th	Tuesday 16th	Wednesday 17th	Thursday 18th	Friday 19th
09:00-09:45				Russia	
10:00-10:45			Italy		France
10:30-11:15	Asia				
11:00-11:45		UK		Germany/Austria/ Switzerland	
12:00-12:45			Spain		
12:30-13:15	DK, NL/BE				
13:00-13:45		Sweden			
14:00-14:45				USA/Canada	

MEETINGROOM LINKS

ASIA & EMERGING MARKETS
https://visitnorway.whereby.com/meetinasia/

RUSSIA
https://visitnorway.whereby.com/visitnorway russia

FRANCE
https://visitnorway.whereby.com/meet-in-

SPAIN

Innovasjon Norge

Utvikle og forbedre Innovasjon Norges verktøykasse

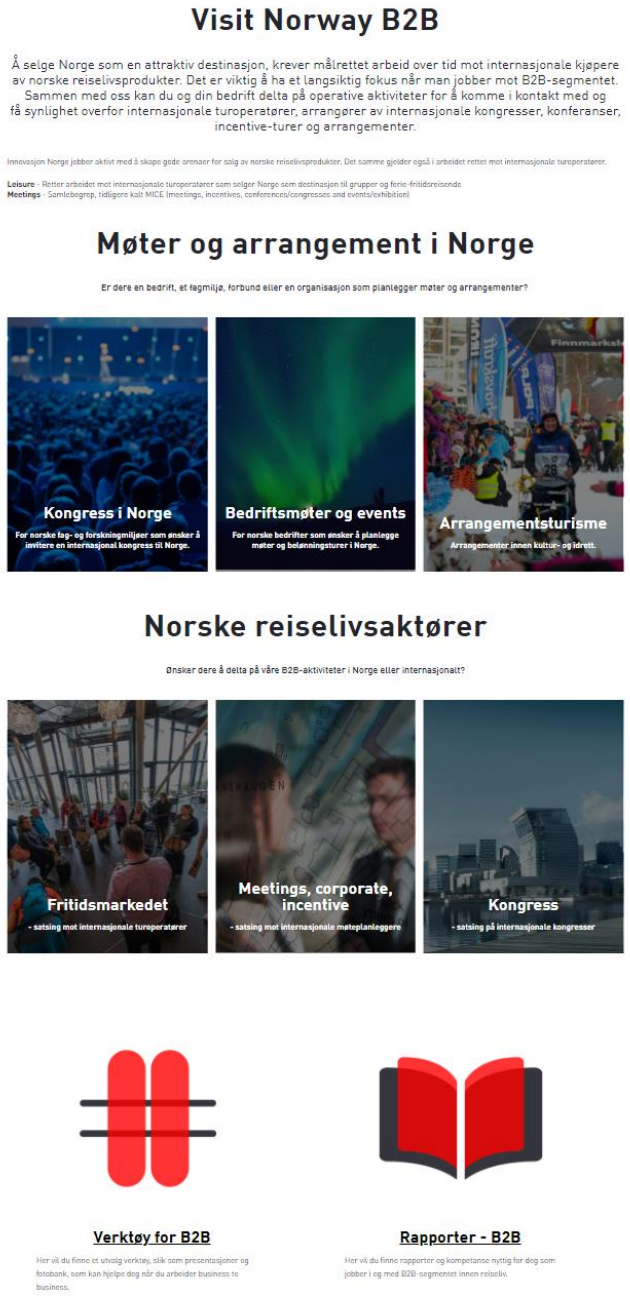
- E-learning Norway Expert (for operatører)
- Bedriftsdatabasen (for næringen) - begynner test periode nå, lansering før sommer. Produkt manual som blir online – hvor alle som jobber mot B2B leddet kan få synlighet, slik at våre internasjonale kunder lett finner dem. Betalende tjeneste
- Filmer: Leisure, Meetings, Kongress, Arrangement
- Presentasjoner
- Nye bilder i Innovasjon Norges innholdsbank

Norway Expert

Become a Norway Expert with our free and fun e-learning program. Through videos, images and fun facts, you will get all the answers you need to sell Norway as a tourist destination.

Norway Expert
Official eLearning

Innovasjon Norge



Alle aktiviteter/rapporter/ verktøy m.m. finner dere på:

[B2B (visitnorway.com)]

Business.visitnorway.com/b2b

Innovasjon Norge

Innovasjon Norge

Utvikling og finansiering

Audun Pettersen

audun.pettersen@innovasjonnorge.no

Finansiering

- Omstillingsordning for **eventbransjen**: MNOK 50. Søknadsfrist 07.04.2021
- Ekstraordinært **innovasjonstilskudd**: MNOK 600. Ingen søknadsfrister
- Ekstra ramme på MNOK 300 til omstilling og gjenåpning av **event- og reiselivsnæringen**. Søknadsfrist utgått

Foto: Ingrid Nernæs/Visitnorway.com

Innovasjon Norge

Hva vet vi kommer?

Tilskuddsordning for store **publikumsåpne arrangementer II**:

- Publikumsåpne arrangementer med over **200 deltakere** i perioden **1. januar-1. juli** 2021
- Maksimalt **60 pst**. av arrangementets faktiske underskudd
- Direkte og indirekte kostnader knyttet til arrangementet
- Ramme **MNOK 260**
- **Søknadsfrist ikke bestemt**

Foto: Alexander Benjaminsen Visitnorway.com

Innovasjon Norge

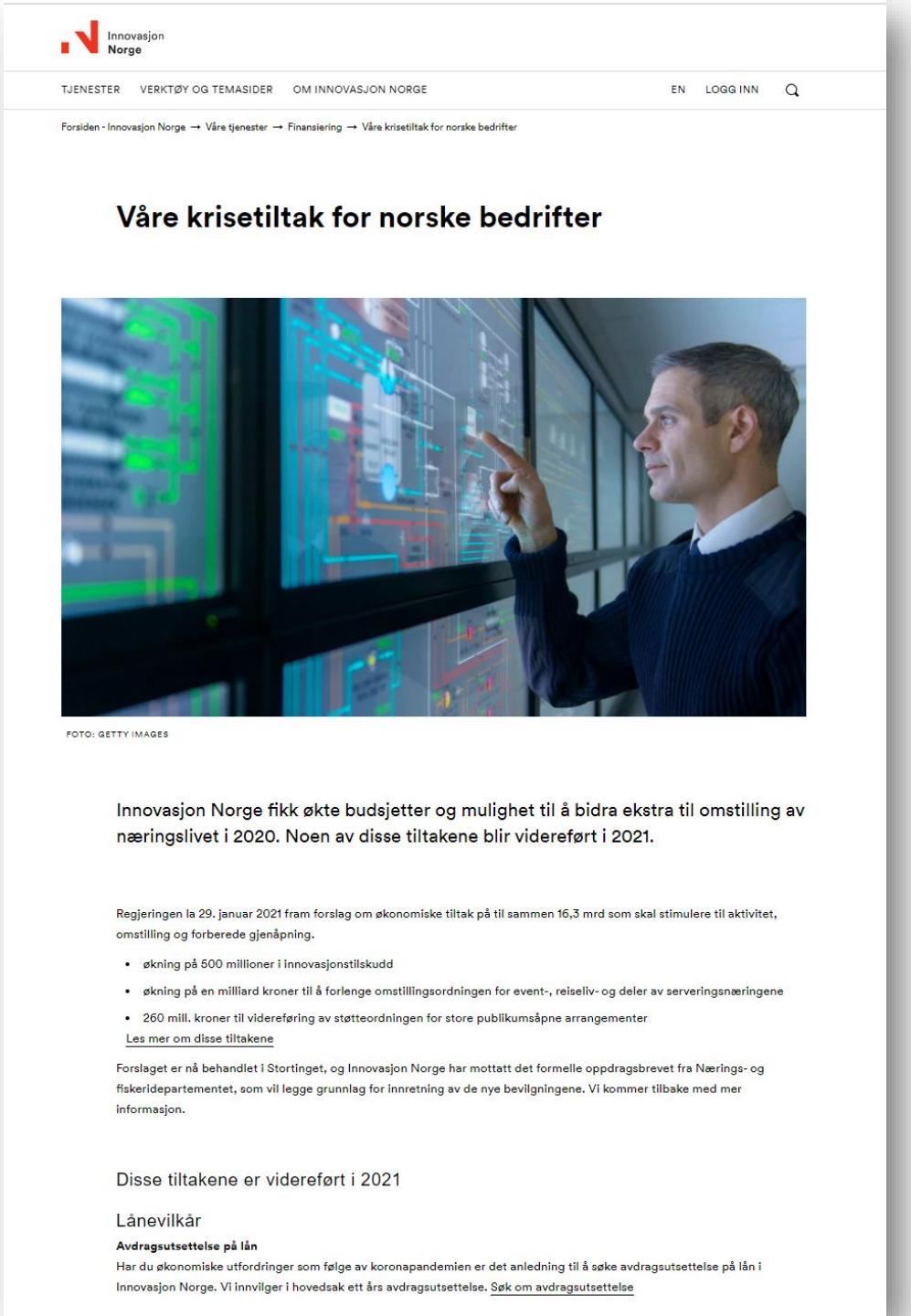
Hva vet vi kommer?

Tilskudd til likviditetsstyrking som muliggjør **omstilling og gjenåpning av event- og reiselivsnæringen III:**

- Spesifikke **næringskoder**
- Krav om **30%** omsetningsfall
- Ramme **MNOK 700**
- **Søknadsfrist ikke bestemt**

Foto: Tord_Baklund, VisitOslo

Innovasjon Norge



Innovasjon Norge

TJENESTER VERKTØY OG TEMASIDER OM INNOVASJON NORGE EN LOGG INN

Forsiden - Innovasjon Norge → Våre tjenester → Finansiering → Våre krisetiltak for norske bedrifter

Våre krisetiltak for norske bedrifter

FOTO: GETTY IMAGES

Innovasjon Norge fikk økte budsjetter og mulighet til å bidra ekstra til omstilling av næringslivet i 2020. Noen av disse tiltakene blir videreført i 2021.

Regjeringen la 29. januar 2021 fram forslag om økonomiske tiltak på til sammen 16,3 mrd som skal stimulere til aktivitet, omstilling og forberede gjenåpning.

- økning på 500 millioner i innovasjonstilskudd
- økning på en milliard kroner til å forlenge omstillingsordningen for event-, reiseliv- og deler av serveringsnæringene
- 260 mill. kroner til videreføring av støtteordningen for store publikumsåpne arrangementer

Les mer om disse tiltakene

Forslaget er nå behandlet i Stortinget, og Innovasjon Norge har mottatt det formelle oppdragsbrevet fra Nærings- og fiskeridepartementet, som vil legge grunnlag for innretning av de nye bevilgningene. Vi kommer tilbake med mer informasjon.

Disse tiltakene er videreført i 2021

Lånevilkår

Avdragsutsettelse på lån

Har du økonomiske utfordringer som følge av koronapandemien er det anledning til å søke avdragsutsettelse på lån i Innovasjon Norge. Vi innvilger i hovedsak ett års avdragsutsettelse. Søk om avdragsutsettelse

https://www.innovasjonnorge.no

Innovasjon Norge

Innovasjon Norge

Foto: Erik Jørgensen/Visitnorway.com

Innovasjon Norge

Takk for denne gang!

Opptak av webinaret blir tilgjengelig på våre Innsikt-sider senere i uken: https://business.visitnorway.com/no/

Har du spørsmål eller kommentarer?

innsikt@visitnorway.com