

## VI KAN BLI ÄNNU BÄTTRE PÅ ATT SE DE NORSKA MÖJLIGHETERNA

Att de svensk-norska relationerna genom åren varit och är goda är ingen nyhet. Inte heller att en viktig ingrediens i desamma ofta stavas Värmland. De norska investeringarna i vår region fortsätter att öka. Olav Thons shoppingcenter i Töcksfors är ett färskt exempel, som redan från starten gav ca 400 nya jobb. Skogsföretaget Moelven Industrier som har ca 1200 anställda bara i Värmland är självklart en viktig arbetsgivare, liksom solcellstillverkande ScanModule i Glava, som på bara två år växt till 130 anställda. Ett annat företag är Flexit i Töcksfors som på ett år kommit upp i dryga 30 anställda. Listan skulle kunna göras lång på fina företag som etablerat sig i gränsregionen. Därtill är pendlingsströmmen över norsk-svenska gränsen är nästan tre gånger så stor som arbetspendlingen i Öresundsregionen. Fantastiska exempel och storartade siffror. Ändå vill vi hävda att vi kan bli långt mycket bättre på att utnyttja möjligheterna som vårt västra grannland har att erbjuda.

Enligt färsk statistik är det inget annat land som har så många miljonärer per tusen invånare som Norge. Siffror som förstås genererar otroliga affärsmöjligheter. Som läget är idag så är vi tämligen bra på att söka upp och göra affärer med norrmännen. Däremot anser vi, ovan nämnda exempel till trots, att vi fortfarande kan bli mycket bättre på att erbjuda norrmännen möjligheter till investeringar på den svenska sidan av gränsen. Och gärna samarbete mellan norska och svenska investeringar.

Inom handelssektorn är investeringarna visserligen många och stora och utvecklingen går åt rätt håll även när det gäller andra områden. Men det finns all anledning att satsa än mer krut. För vi har mycket att erbjuda i vår region, mycket att locka med. Däremot är vi mindre bra på att tala om det, dåliga på att visa den värmländska bredden, som är mer än vacker natur och bruksanda. I detta avseende är det pågående arbetet med att utveckla varumärket Värmland fundamentalt. Livsviktigt.

I Handelskammarens senaste webbenkät, som kvartalsvis skickas ut till dryga tusen medlemsföretag, angav hela 42 % att de ser Norge som sin viktigaste marknad de kommande åren. Inget överraskande i sig. Men förpliktigande. För Handelskammaren och för andra näringslivsorganisationer och aktörer, som med alla medel måste se till att utvecklingen inte stagnerar. Vi måste ta ansvaret och se till att bereda vägen. Vi måste slå ett slag för breddat tänkande och för nya innovativa idéer när det gäller norsk-svenska relationer.

I januari 2007 har Handelskammaren bjudit in ca 2000 norska företagare att delta i den gigantiska affärsresan på Östersjön, där vi chartrat hela M/S Cinderella och räknar med att samla tusen värmländska och norska företagare och beslutsfattare under ett dygn. En mötesplats med näst intill oändliga kontakt- och affärsmöjligheter.

I höst kommer Handelskammaren också att, tillsammans med Värmland Östfold Kommittén, ordna en näringslivskonferens i Norge, i syfte att synliggöra motorsportens betydelse för näringslivet i regionen. Enligt en studie, som Region Värmland låtit ta fram, så finns det hela 139 motorsportsrelaterade aktörer i regionen, vilka tillsammans omsätter ca 200 miljoner SEK per år. En utvecklingspotential som heter duga. Handelskammaren driver vidare, sedan ett antal år tillbaka, så kallade Business Clubs, för att stärka medlemsföretagens verksamheter i och kunnande om specifika länder. Här har Tillväxtkorridoren och Paper Province nyligen uttryckt starkt intresse att få till stånd en sådan Business Club med fokus på Norge. Något som vi hoppas kunna förverkliga inom en snar framtid.

Visst finns det all anledning för oss i Värmland att vara nöjda med de fina svensk-norska samarbeten, affärsrelationer och investeringar som blivit verklighet på senare tid. Inte tu tal om annat. Vi skulle till och med kunna kosta på oss att slå oss en aning för bröstet. Men detta är på intet sätt detsamma som att vara nöjd och slå sig till ro. Tvärtom, det är nu det börjar och det är nu vi har alla chanser i världen att dra nytta av en redan påbörjat positiv trend. Bredare och fortsatt utvecklade svensk-norska affärsrelationer kommer att vara en hörnsten i strävandet efter att göra Värmland till en än mer attraktiv tillväxtregion. Och vi är övertygade om att de värmländska företagen är både redo och väl rustade att anta utmaningarna, som detta innebär.

Ulf Ljungdahl  
Vd Handelskammaren i Värmland

Kjell Ericsson  
Kommunalråd i Årjäng och  
Ordf. i Gränskommittén Värmland - Östfold