

Kan vi kjøpe mer fra våre samarbeidsland? Hvem vet hva og hvordan?

Arne Wiig, Ottar Mæstad, Anna Milford
og Ørjan Skare

R 2002: 4

Kan vi kjøpe mer fra våre samarbeidsland? Hvem vet hva og hvordan?

Arne Wiig, Ottar Mæstad, Anna Milford
og Ørjan Skare

Arne Wiig og Ottar Mæstad er forskere ved henholdsvis CMI og SNF.
Anna Milford og Ørjan Skare er studenter ved UiB og NHH

Report R 2002: 4



Chr. Michelsen Institute *Development Studies and Human Rights*

CMI Reports

This series can be ordered from:

Chr. Michelsen Institute

P.O. Box 6033 Postterminalen,

N-5892 Bergen, Norway

Tel: + 47 55 57 40 00

Fax: + 47 55 57 41 66

E-mail: cmi@cmi.no

Web/URL: <http://www.cmi.no>

Price: NOK 90

ISSN 0805-505X

ISBN 82-8062-017-6

Indexing terms

Imports

Developing countries

Access to markets

Norway

CMI Reports

This series can be ordered from:

Chr. Michelsen Institute

P.O. Box 6033 Postterminalen,

N-5892 Bergen, Norway

Tel: + 47 55 57 40 00

Fax: + 47 55 57 41 66

E-mail: cmi@cmi.no

Web/URL: <http://www.cmi.no>

Price: NOK 90

ISSN 0805-505X

ISBN 82-8062-017-6

Indexing terms

Imports

Developing countries

Access to markets

Norway

Innholdsfortegnelse

1	BAKGRUNN OG FORMÅL	1
1.1	OM OPPDRAGSBESKRIVELSEN (TOR) OG DET METODISKE OPPLEGGET	2
1.2	PLAN.....	5
2	LAV IMPORTMARKEDSANDEL I NORGE	6
2.1	IMPORT FORDELT PÅ LAND.....	6
2.2	IMPORT FORDELT PÅ LAND OG VAREGRUPPER	7
	<i>Bangladesh</i>	8
	<i>Nepal</i>	12
	<i>Malawi</i>	13
	<i>Mosambik</i>	14
	<i>Zambia</i>	14
	<i>Tanzania</i>	15
	<i>Uganda</i>	16
	<i>Oppsummering</i>	17
3	STRENGT IMPORTVERN I NORGE	18
	<i>Tollavgiftsinntektene i Norge</i>	18
	<i>Potensialet for økt import til Norge</i>	20
	<i>Potensial skapt av lavere toll på import fra MUL</i>	20
	<i>Oppsummering</i>	24
4	LAV UTNYTTELSE AV PREFERANSEORDNINGER	26
4.1	DET NORSKE GSP-SYSTEMET	26
	<i>Betingelser for GSP-preferansetollbehandling</i>	27
	<i>Utnyttelse av GSP preferanser</i>	28
	<i>Utnyttelse etter produktgruppe</i>	28
	<i>Fordeling på Norges samarbeidsland</i>	29
	<i>Oppsummering</i>	31
4.2	NORAD SOM STØTTESPILLER	32
	<i>Støtte til design og produktutvikling</i>	32
	<i>Støtte til markedsføring</i>	32
	<i>Garantiordningen</i>	32
	<i>Oppsummering</i>	33
5	BEDRIFTSINTERVJUER	34
5.1	INNLEDNING	34
5.2	OVERORDNETE ERFARINGER FRA ALLE SEKTORER	34
	<i>Kina og de andre</i>	34
	<i>Leverandørkjeden: Relasjonsbygging</i>	35
	<i>'Rettferdig' import- solidaritetshandel</i>	35
5.3	SEKTORDISKUSJON	37
	<i>Matvarer</i>	37
	<i>Korn</i>	37
	<i>Mel</i>	38
	<i>Kjøtt</i>	38
	<i>Andre matvarer</i>	39
	<i>Klær</i>	39
	<i>Leketøy</i>	41
	<i>Møbler</i>	42
	<i>Gaveartikler</i>	43
6	KOMPETANSE BLANT INSTITUSJONER	45
7	KONKLUSJON	46
	LITTERATURLISTE	49

Appendiks

Appendiks 1: TOR	50
Appendiks 2: Spørreskjema for kartlegging av norsk kompetanse	52
Appendiks 3: Oversikt over institusjoner	55
Appendiks 4: Kompetanseoversikt	71
Appendiks 5: Spørreskjema for bedrifter	79
Appendiks 6: Liste over bedrifter	81
Appendiks 7: Import fra samarbeidsland	84
Appendiks 8: Statistisk appendiks	93

Tabeller

1. Import fra norske samarbeidsland	7
2. Norsk import fra Bangladesh av utvalgte varer	8
3. Import av klær av trikotasje fra Bangladesh til Norge, EU og USA	10
4. Import av klær unntatt trikotasje til Norge, EU og USA 1998	11
5. Import av jordbruksvarer fra Bangladesh til Norge, EU og USA 1998	12
6. Norsk import fra Nepal	13
7. Import av jordbruksvarer fra Malawi til Norge, EU og USA	13
8. Import av jordbruksvarer fra Mosambik til Norge EU og USA 1998	14
9. Import av jordbruksvarer fra Zambia til Norge, EU og USA 1998	15
10. Import av jordbruksvarer fra Tanzania til Norge, EU og USA 1998	16
11. Import av jordbruksvarer fra Uganda til Norge, EU og USA 1998	17
12. Fordeling av tollavgiftsinntektene etter land og varegruppe i 2000	19
13. Gjennomsnittlig tollbelastning etter land og varegrupper i 200	20
14. Norske tollsatser ved import fra MUL og utvalgte verdensmarkedspriser	21
15. Produksjon og eksportoverskudd av korn og dyrefor i Norge i MUL landene	23
16. Kjøttproduksjon og handel i MUL landene og Norge 1999	24
17. Import fra GSP land første halvår 2001	29
18. Import til Norge fra preferanseberettigede land og områder	31

1 Bakgrunn og formål

Som et ledd i arbeidet med å øke norsk import av varer fra utviklingsland, har NORAD bedt CMI og SNF om å kartlegge norsk kompetanse innen det handelsrelaterte området. Både forskningsmessig kompetanse og mer detaljert vare/markedskunnskap har blitt kartlagt. Sentrale norske forskningsinstitusjoner har blitt bedt om å kartlegge sin egen kompetanse innen handel med u-land. Videre har det vært foretatt intervjuer med noen utvalgte bedrifter som er potensielle importører fra u-land. Ideen har vært at ved å foreta intervjuer med bedrifter som har et potensial for import fra utviklingsland, kan en identifisere hvilke problemer og erfaringer bedriftene har med slik import. Etter en identifikasjon av problemområder og hvilke institusjoner/personer som har kompetanse på området, vil det være lettere for NORAD å trekke på nødvendig fagkompetanse og iverksette eventuelle virkemidler på prioriterte innsatsområder. Dette er spesielt viktig i en situasjon hvor Regjeringen har gitt handelsorienterte bistandstiltak økt prioritet, og hvor Regjeringen er i ferd med å omlegge eksisterende ordninger for å øke importen til Norge.

Det er vanskelig å velge vinnere. Likeledes er det vanskelig å velge sektorer som har et potensial for økt import. Noen forutsetninger for økt import må imidlertid være til stede. På kort sikt må u-landene for det første ha varer å selge, dernest må det eksistere et tilgjengelig distribusjonsapparat. Det må videre eksistere et marked for den økte importen, f. eks. ved at importen fra u-land erstatter likeartet import fra andre land. For å identifisere produktgrupper hvor det kan være et potensial for økt norsk import fra u-land har vi sett etter 1) varer hvor u-landene har betydelig eksport, men hvor eksporten til Norge er relativt beskjedent, 2) varer hvor u-landene står overfor høye tolltariffer og 3) markeder hvor u-landene av ulike grunner ikke utnytter sine preferansefordeler i handelen.

Norge har i hovedsak to direkte virkemidler for øke importen fra u-land. For det første er det satt i verk et system med importstøtteordninger. Et viktigere virkemiddel er imidlertid at Norge i likhet med andre industriland benytter et tollpreferansesystem overfor utviklingslandene (GSP) som åpner for at det gis tollfrihet eller ilegges reduserte tollavgifter ved import av varer fra GSP-landene til Norge.

I henhold til den norske GSP-ordningen ble det fra 1995 gitt *tollfrihet* for import fra de minst utviklede landene (MUL) for alle produkter unntatt korn, mel og dyrefor. Regjeringen har nylig besluttet å innføre toll- og *kvotefri* markedsadgang for import fra MUL landene. Ordningen vil, med unntak for korn, mel og dyrefor, gjelde fra 1. januar 2002. For korn, mel og dyrefor trer ordningen i kraft fra 1. juli 2002. Vedtaket om nulltoll for MUL gir disse landene bedre rammebetingelser for eksport av storfekjøtt, korn, mel og dyrefor.

Norge er en liten importør, og det er derfor begrenset hvilken effekt slike isolerte tollpreferansetiltak har. Tiltaket må imidlertid ses i sammenheng med Norges bestrebelser i WTO og FN om å få etablert toll- og kvotefri markedsadgang for MUL i den rikere del av verden. Slike tiltak bidrar til å integrere utviklingslandene bedre i verdensøkonomien, og kan stimulere u-landenes oppslutning om en bred forhandlingsrunde i WTO.

1.1 Om oppdragsbeskrivelsen (TOR)¹ og det metodiske opplegget

I denne studien har NORAD bedt om en kartlegging av handelsrelatert kompetanse overfor utviklingsland for to hovedtyper aktører:

- i) Norske offentlige institusjoner, forskningsmiljøer, organisasjoner og andre kompetansemiljøer.
- ii) Bedrifter/bransjer som er potensielle importører fra norske samarbeidsland.

For den første gruppen aktører, gir oppdragsbeskrivelsen tre holdepunkter for hvilke typer kompetanse som skal kartlegges:

- Overordnet handelspolitikk, systemkompetanse og WTO regelverk,
- Institusjonsutvikling innenfor handel og utvikling, herunder toll, standarder og kvoter
- Regionalt og bilateralt handelssamarbeid.

Vi ønsker å relatere kartleggingen av kompetanse til problemer u-landene står overfor i sitt handelssamkvem med Norge. De ovenstående holdepunkter har vi derfor klassifisert under to forskjellige hovedrubrikker, hvorav en er handelsbegrensninger for u-land (toll, kvoter, standarder, opprinnelsesregler), en annen er samarbeidsavtaler der u-land deltar.

Vi har i tillegg valgt å kartlegge spesifikk kompetanse innenfor produksjonssektorer hvor u-landene presumptivt har et stort eksportpotensial (bl.a handel med tekstiler og matvarer), kompetanse om økonomisk politikk innad i u-landene som kan redusere mulighetene for økt eksport, betydning av multinasjonale selskaper, og sist men ikke minst, kompetanse omkring hvilken effekt handel har på økonomisk vekst, miljø og sosiale forhold i u-land. Dette er alle områder som kan ha en betydning for hvordan Norge bør innrette sin importpolitikk overfor utviklingslandene og for hvilke tiltak som kan settes i verk i u-land for å øke eksportkapasiteten. Appendiks 2 gir en detaljert oversikt over hvilke kompetanseområder som vi har kartlagt.

Vi har foretatt et utvalg av sentrale institusjoner og forskningsmiljøer som arbeider i grenseflaten mellom handels- og utviklingsspørsmål. I valget av institusjoner har vi tatt utgangspunkt i hvilke institusjoner som vi på grunnlag av lett tilgjengelig informasjon antar har kunnskap om problemfeltene som skisseres i oppdragsbeskrivelsen. Valget er derfor preget av skjønn, og det kan derfor være institusjoner som burde vært med, men som likevel er utelatt.²

¹ Appendiks 1

² Dette gjelder bl.a Patentstyret, Fiskeridirektoratet, Kopinor, Teknologisk institutt og Nemco Certification Services.

Etter avtale med NORAD, har vi ikke foretatt noen kartlegging av kompetanse innen de enkelte departementer (UD, Landbruksdepartementet, NHD), men vi har forsøkt å skaffe til veie informasjon fra utvalgte offentlige institusjoner som Tolldirektoratet, Justervesenet og Statens landbruksforvaltning. Kartlegging av kompetanse i universitetssystemet ligger også utenfor vårt mandat. Ved å inkludere sentrale forskningssentre knyttet til universitetene regner vi imidlertid med å ha dekket inn noe av denne kompetansen. Noen høyskoler er også tatt med på basis av kjennskap til den handelsrelaterte kompetansen som disse besitter. Fullstendig liste over institusjoner som er kontaktet er gitt i appendiks 3. Listen gir ingen uttømmende oversikt over institusjoner som har kompetanse på de ulike felt. Vi viser forøvrig til NORADs egen informasjonsbrosjyre over institusjoner som arbeider med norsk import fra utviklingsland (NORAD, 2001).

Vi skal også gi en vurdering av kompetansen til de ulike institusjoner. Siden det ligger langt utenfor rammen av dette oppdraget å evaluere eller sammenligne de ulike institusjonene, har vi etter diskusjon med NORAD latt de enkelte institusjoner selv foreta en evaluering. De er bedt om å svare hvorvidt de har kompetanse på et definert problemområde eller ikke, og dersom de har *kompetanse*, hvorvidt de har *spisskompetanse* på vedkommende område. Vi har latt de enkelte institusjoner selv definere hva de legger i de to begrepene siden dette kan variere mellom ulike typer organisasjoner. Det er imidlertid en svakhet at ulike personer/institusjoner kan vurdere ulikt hva som ligger i de to begrepene. Ved at institusjonen får muligheten til å gi referanser til personer ved den enkelte institusjon, er det imidlertid lettere i ettertid å foreta en vurdering av kompetansen til de enkelte institusjoner på et spesifikt problemområde. Enkelte av de offentlige institusjoner og organisasjoner har imidlertid valgt å ikke spesifisere navn på personer som besitter den relevante kompetansen, men kun formidlet at institusjonen som helhet har kompetanse på gitte områder eller henvist til en kontaktperson ved institusjonen. En spesifisert oversikt over hvem som har kompetanse på de ulike problemområdene er gitt i appendiks 4.

Oppdragsbeskrivelsen spør eksplisitt om hvorvidt overnevnte institusjoner har ressurser og et ønske om å inngå i samarbeid med NORAD om kapasitetsbygging innen handelsområdet. Siden NORAD foreløpig er i en fase hvor en ikke har avklart alternative former for en slik intern kompetanseoppbygging omkring handel, har vi operasjonalisert dette ved å spørre om de er positive til å bli kontaktet av NORAD vedrørende kompetanseoppbygging og hvilke kommentarer de har til dette.

For den *andre* gruppen aktører, dvs. potensielle importørbedrifter, skal rapporten i følge oppdragsbeskrivelsen inneholde:

- En oversikt over hvilke bedrifter/bransjer som har størst interesse av å importere varer fra norske hovedsamarbeidsland/samarbeidsland.
- En vurdering av hvilke bedrifter/bransjer som kan tenkes å være interessante samarbeidspartnere for NORAD i arbeidet med å utvikle handelsfremmende tiltak samt konkret øke handelen med ovennevnte land.

Norges *hovedsamarbeidsland* består av Malawi, Mosambik, Tanzania, Uganda og Zambia i Afrika, samt Bangladesh og Nepal i Asia. Øvrige samarbeidsland er Angola, Etiopia, Mali, Nigeria, Sør-Afrika og Zimbabwe i Afrika; India, Indonesia, Kina, Pakistan, Sri-Lanka, Vietnam og Øst-Timor i Asia; Guatemala og Nicaragua i Mellom-Amerika, samt Det palestinske området. Mens alle hovedsamarbeidslandene er MUL-land, består gruppen av samarbeidsland både av MUL land og andre utviklingsland.

Denne rapporten fokuserer på importen fra Norges hovedsamarbeidsland, selv om andre samarbeidsland og import fra u-land i sin alminnelighet også blir kommentert underveis. Grunnen til dette er for det første at det er i Norges hovedsamarbeidsland at Norge har størst mulighet til å bidra til å bygge opp eksportkapasitet. Videre er det klart at Norge ser det som særskilt viktig å øke importen fra MUL landene (jf. Norges vedtak om tollfrihet for import på alle produkter fra MUL).

I følge oppdragsbeskrivelsen skal vi intervjuer bedrifter som har stor interesse av å importere varer fra våre samarbeidsland. Spørreskjemaet for disse intervjuer er presentert i appendiks 5, og listen over bedrifter som er kontaktet er gitt i appendiks 6.

Vi har benyttet oss av tre indikatorer for å identifisere et potensial for økning av norsk import fra disse landene:

- Sektorer som allerede har et høyt importnivå fra samarbeidslandene og/eller hvor norsk import er lav samtidig som importen er høy i andre OECD land.
- Sektorer med høye tollsatser eller hvor importen genererer høye tollinntekter.
- Sektorer hvor det eksisterer et uutnyttet potensial for bruk av GSP ordningene.

Det viser seg at disse ulike indikatorene i all hovedsak identifiserer de samme sektorene som har et uutnyttet potensial. Den første gir et bilde av Norges importstruktur overfor våre samarbeidsland, og identifiserer hvor Norges import er relativt lav i forhold til importen fra sammenlignbare land. Den andre fokuserer på sektorer som har en lav import pga høye tollsatser. Den tredje fokuserer på sektorer hvor ikke-tollmessige hindringer kan ha redusert importen til Norge.

Høy import/lave importandeler

En måte å finne ut om det eksisterer et importpotensial er å identifisere de bedrifter som allerede importerer mye fra utviklingsland. Disse bedriftene er knyttet til en eksisterende distribusjonskanal. Vi har derfor søkt å identifisere sektorer hvor importen er høy og på denne bakgrunn, og i samarbeid med HSH og NORAD søkt å identifisere sentrale importbedrifter i vedkommende bransje. Vi har både intervjuet bedrifter som driver import fra u-land og bedrifter som ikke gjør det. En slik tilnærming er forøvrig i samsvar med oppdragsbeskrivelsen som ber om et fokus på klær/tekstiler, matvarer, møbler og leker og gaveartikler - dvs produktgrupper hvor samarbeidslandene har stor eksport i utgangspunktet.

En fare ved å bruke høy import som mål på importpotensial er at høy import også kan være et tegn på at potensialet allerede er utnyttet. Vi har derfor sammenlignet u-landenes markedsandeler i Norge med deres markedsandel i andre OECD land, spesielt EU og USA siden disse er u-landenes viktigste handelspartnere. Har samarbeidslandene lavere markedsandeler i Norge enn i andre OECD land, kan dette indikere at det eksisterer et uutnyttet markeds potensial i Norge. En slik tilnærming fanger opp at samarbeidslandene har etablert en distribusjonskanal til Norge eller andre land i OECD, men at denne distribusjonskanalen er relativt lite brukt i Norge.

Høye tollsatser eller tollinntekter

Vi har også søkt å identifisere sektorer hvor det eksisterer (prohibitive) tolltariffer på områder hvor vi antar at u-landene kan øke sin eksport enten gjennom økt produksjon eller en endring av eksisterende eksportmønster. I en situasjon hvor det er politisk mulig å endre slike tolltariffer, kan en si at det eksisterer et potensial for økt import. Eksempelvis foregår det en omlegging av vår import-politikk overfor MUL landene, og disse vil som følge av dette få bedre rammebetingelser for eksport av storfekjøtt, korn, mel og dyrefor. Vi har derfor sett eksplisitt på potensialet for økt import av disse produktkategorier.

Samtidig er tolltariffene for klær fortsatt høye i Norge, og mange klesprodukter kan ikke få GSP status. Ved en reduksjon i tollsatser for GSP land (gjennom en utvidelse av vareomfanget) eksisterer det også et potensial for økt import. En slik importøkning kan imidlertid gå på bekostning av importen fra våre hovedsamarbeidsland.

Dårlig utnyttelse av eksisterende preferanseordninger (GSP)

Et tredje mål er å se på utnyttelsesgraden av GSP preferanser. Lav utnyttelsesgrad representerer et potensial for økt import, særlig i en situasjon med høye ordinære tollsatser.

Vi vil avslutningsvis også redegjøre for hvordan importstøtteordninger kan bidra til økt import.

1.2 Plan

De tre indikatorene for importpotensial blir analysert i kapitlene 2-4. I kapittel 2 analyseres importmønsteret fra de norske samarbeidslandene. I kapittel 3 diskuterer vi importpotensialet i sektorer med høye tolltariffer i Norge. I dette kapitlet legges spesiell vekt på å analysere potensielle effekter av at Norge tar bort toll og andre importrestriksjoner på storfekjøtt, korn, melprodukter og dyrefor fra MUL landene. I kapittel 4 studerer vi utnyttelsen av den norske GSP ordningen nærmere. Kapitlene 5 og 6 oppsummer våre intervjuer med henholdsvis bedrifter, forskningsinstitusjoner og andre institusjoner og gir et innblikk i deres kompetanse på handel med u-land.

2 Lav importmarkedsandel i Norge

2.1 Import fordelt på land

Den viktigste handelspartneren av samarbeidslandene, målt i importverdi, er uten tvil Kina (se tabell 1).³ Norge importerte varer for nesten ni milliarder kroner fra Kina i 2000. Nest størst var India med 990,1 mill., deretter fulgte Indonesia med 652,1 mill. Andre land med eksportverdi over 250 mill. var Sør-Afrika, Vietnam, Pakistan og Bangladesh. For spesielle produktslag i disse landene eksisterer det følgelig etablerte distribusjonskanaler til Norge og dette kan gjøre det lettere å øke importen av eksisterende importkategorier. I den grad slike distribusjonskanaler også kan brukes til import av likeartede produkttyper eller andre typer produkter, forsterker dette ytterligere importpotensialet fra landene ovenfor.

Innledningsvis benyttes en svært grov metode for å studere det norske importpotensialet. Vi sammenligner norsk importandel fra hvert enkelt av våre samarbeidsland med OECD's importandel. Til dette formål har vi benyttet OECDs 'trade intensity index' eller handelsindeks.⁴ Dersom indeksens verdi er lavere enn 1, kan dette indikere at det eksisterer et uutnyttet importpotensial til Norge, fordi vedkommende land har en mindre andel av den norske importen enn av importen i sammenlignbare land. På grunn av ulikt ressursgrunnlag i ulike land (dvs ulike komparative fortrinn) er både produksjons- og importstrukturen forskjellig i ulike land. Lav import fra et land kan derfor like gjerne skyldes at Norge ikke trenger de varene som dette landet kan produsere som at det finnes et uutnyttet importpotensial. Det ligger imidlertid utenfor rammene av dette kapittel å forklare hvorfor markedsandelene eventuelt er lavere i Norge enn i andre OECD land.

I avsnitt 2.2 gjennomføres en tilsvarende analyse for spesifikke produktgrupper i de enkelte hovedsamarbeidsland.

Av tabell 1 framkommer det at det er kun med Tanzania og Uganda at Norge har høyere handelsintensitet enn OECD. Handelsintensiteten er for eksempel for Bangladesh (0,47), India (0,48), Indonesia (0,25), Kina (0,50) og Sør-Afrika (0,41). Den høye handelsintensitet for Tanzania og Uganda skyldes primært at vår import fra disse landene er konsentrert på få produkter hvor de har høye markedsandeler i Norge (særlig avskårne blomster). Tanzania har imidlertid mye annen type eksport til OECD, og dette betyr at det likevel kan

³ Verken Norge eller OECD har registrert import fra Øst Timor og Det palestinske området i 1998, og vi har derfor ikke mulighet innenfor vår tidsramme til å si noe om importpotensialet for disse samarbeidslandene.

⁴ 'Trade intensity index' er definert som et samarbeidslands andel av handelen med Norge dividert med OECDs handel med vedkommende samarbeidsland. Er indeksen høyere (lavere) enn 1, indikerer dette at den bilaterale handelsstrømmen med Norge er høyere (lavere) enn hva en vil vente på grunnlag av landets handel med OECD. Alle OECD-data er for 1998 og er hentet fra OECD (Tariffs and Trade 2000, CDROM 2001).

eksistere et stort importpotensial. Målt ved denne indikator, med alle dens svakheter, foreligger det et videre importpotensiale fra alle våre samarbeidsland.

Data for handelsintensitet er hentet fra 1998. Av de fem nevnte landene er det kun Bangladesh og Kina som siden har hatt en kraftig økning i eksporten til Norge (og dermed utnyttet noe av sitt potensial). Fra 1998 til 2000 økte importen fra Bangladesh med 75% og for Kina med 36%. Sør-Afrika, derimot, har til tross for et antatt handelspotensial redusert sin eksport til Norge. Det er også verdt å merke seg den sterke importveksten fra Nepal og Zambia i samme periode.

Tabell 1: Import fra norske samarbeidsland

<i>Land</i>	<i>Import 2000 (mill NOK)</i>	<i>Handels-intensitet 1998</i>	<i>% Endring 1998-2000</i>
<i>Hovedsamarbeids land</i>			
Bangladesh	263,6	0,47	75
Malawi	2,2	0,62	-86
Mosambik	0,0	0,01	-100
Nepal	5,0	0,12	85
Tanzania	41,8	1,13	31
Uganda	16,7	1,22	-54
Zambia	8,9	0,09	197
<i>Samarbeidsland</i>			
Angola	1,5	0,02	-68
Etiopia	6,3	0,21	7
Guatemala	96,0	0,61	-28
India	990,1	0,48	19
Indonesia	652,1	0,25	-1
Kina	8 707,5	0,50	36
Mali	6,1	0,08	578
Nicaragua	2,8	0,24	-76
Nigeria	1,4	0,03	-92
Pakistan	335,1	0,88	1
Sri Lanka	91,3	0,33	4
Sør-Afrika	397,5	0,41	-25
Vietnam	375,0	0,69	19
Zimbabwe	48,7	0,85	-34
Total import fra våre samarbeidsland	12 049		
Total import til Norge	302 852,1		

Kilde: SSB. Tabell 17. Utenrikshandel 2000. OECD 2001.

2.2 Import fordelt på land og varegrupper

Vi skal nå studere importpotensialet fra enkelte av våre samarbeidsland etter samme lest som ovenfor. Men i stedet for å sammenligne markedsandeler på aggregert nivå, bryter vi nå handelen ned på et utvalg av produktgrupper. Vi begrenser oss til å sammenligne markedsandeler i Norge med markedsandelene i EU og USA.

Det norske importmønsteret fra alle våre samarbeidsland er presentert i appendiks 7. I dette kapitlet konsentrerer vi oss imidlertid utelukkende om

hovedsamarbeidslandene og spesifikke produktgrupper, i tråd med oppdragsbeskrivelsen (se avsnitt 1.1).⁵ For hvert hovedsamarbeidsland har vi sortert produktene etter importverdi (på tosiffernivå i henhold til HS standarden). Vi har bare presentert data hvor importen var av en viss størrelse; som hovedregel har vi inkludert varegrupper hvor importen til Norge er over 50000 kroner for en enkeltvare på sekssiffernivå i 2000.

I jordbrukssektoren har vi foretatt identifikasjon av produktgrupper direkte på sekssiffernivå, dvs. et relativt detaljert aggregeringsnivå. Vi har bare sett på varer hvor vedkommende lands eksport er større enn en million USD til enten USA, EU eller Norge. Dette er altså varer hvor det finnes en betydelig produksjon for eksport, og dermed etablerte distribusjonskanaler, fra våre hovedsamarbeidsland. Uten en slik avgrensning, ville det vært svært tidkrevende å gjennomføre denne typen analyse.

Bangladesh

Klær er Norges viktigste importkategori fra Bangladesh. I følge OECD-data utgjorde klær 92,3% av vår import fra Bangladesh i 1998, og Bangladesh hadde en markedsandel på 1,3% av klesimporten til det norske markedet. Markedsandelen for klær har økt til 2,3% i 2000. Foruten klær importerer Norge relativt mye fisk og krepsdyr (hovedsaklig frosne reker), og denne importen er nesten doblet siden 1998. Importen av leketøy, spill og sportsartikler har økt med 50% i samme periode.⁶

Tabell 2: Norsk import fra Bangladesh av utvalgte varer

HS		1000 NOK 2000	% Endring 1998-00
62	Klær og tilbehør til klær, unntatt trikotasje	134 313	61
61	Klær og tilbehør til klær, av trikotasje	105 492	92
03	Fisk og krepsdyr, bløtdyr og andre virvelløse dyr som lever i vann	13 073	91
95	Leketøy, spill og sportsartikler samt deler og tilbehør dertil	2 710	49
16	Produkter av kjøtt, fleisk, fisk, krepsdyr, bløtdyr eller andre virvelløse dyr som lever i vann	837	654
63	Andre ferdige tekstilvarer; sett; brukte klær og andre brukte tekstilvarer; filler	672	-17
64	Fottøy, gamasjer og liknende; deler dertil	539	-11
65	Hodeplagg og deler dertil	284	95

Kilde: SSB

For klær er importverdien i 2000 nærmere 240 mill. kroner. Totalimporten fra Bangladesh har økt med 75% fra 1998 til 2000. Det er særlig importen av

⁵ Vi har analysert følgende HS-kategorier: 1-4, 8-11, 15-23, 35, 38-40, 42-43, 48, 50-65, 70, 87, 94-95. Merk at når vi skriver at et lands viktigste eksportkategori til Norge for eksempel er kaffe, innebærer det bare at kaffe er den største kategorien av de vi har undersøkt.

⁶ Norge importerte i tillegg deler til maskinvarer for NOK 3,9 mill. fra Bangladesh. Dette faller imidlertid utenfor de produktkategorier vi har fokusert på i denne rapporten.

strikkede klær (HS 61) som har økt (92%). Eksempelvis har importen av t-skjorter økt fra 34,9 mill. til 52,6 mill. Her har Bangladesh en andel på 5,9% av importen. Videre er importen av gensere fra Bangladesh nesten tredoblet i samme treårsperiode.⁷ Til tross for denne kraftige veksten har bare Bangladesh en importmarkedsandel på 2,3% i denne produktgruppen (se appendiks 8, tabell 1).

De største produktgruppene er t-skjorter (610910), shortser av bomull (620342 og 620462) og gensere av bomull eller syntetiske eller kunstige tekstilfibrer (611020 og 611030). Norge har i tillegg en høy import av herreskjorter (6205) og babyklær (6111) fra Bangladesh (se appendiks 8, tabell 1). Dette er samtidig de produktkategoriene som har høyest import til Norge, summert over alle importkilder. Vi importerer altså allerede fra Bangladesh på de områder hvor det norske markedet er stort.

Vi vil nå sammenligne Bangladesh sine markedsandeler i Norge, EU og USA for et utvalg av importkategorier. For produktkategorier hvor markedsandelene er lavere i Norge enn i EU og USA kan det, med de forbehold som er nevnt innledningsvis, finnes et videre importpotensial til Norge.

Markedspotensial for klær av trikotasje

Tabell 3 viser Bangladesh sin eksport til Norge, EU og USA av klær og tilbehør til klær, av trikotasje (i kategorier hvor Norges totale import over alle importkilder overstiger 20 000 USD). Tabellen er sortert på grunnlag av størrelsen på norsk totalimport på 4-siffer HS (6110 er følgelig den største importmarkedskategori i Norge for klær av trikotasje, mens 6111 er den minste som er over 20 000 USD). Som nevnt ovenfor, importerer Norge mye fra Bangladesh på de områder hvor det norske importmarkedet er stort. Av tabellen framgår det også at EU har en langt større handel med Bangladesh enn USA og Norge. Relativt sett er de over dobbelt så 'gode' som Norge siden Bangladesh har langt høyere markedsandeler i EU markedet. Det er for øvrig bemerkelsesverdig at markedsandelene er lavere i Norge enn i USA til tross for at Bangladesh står ovenfor kvotebegrensninger i USA. I Norge møter de verken toll eller kvotebegrensninger.

⁷ Importen i enkelte produktkategorier har økt med over 1000% i løpet av perioden 1998-2000, men dette er gjerne importkategorier hvor Norge i utgangspunktet har importert lite fra Bangladesh. Det er også tvilsomt om det er noe ytterligere signifikant markedspotensial for disse ekstreme vekstgruppene siden totalimporten til Norge er lav for disse kategoriene.

Tabell 3: Import av klær av trikotasje fra Bangladesh til Norge, EU og USA. Markedsandeler. 1998

Prod.	Eksport (1000\$) fra Bangladesh til			Importmarkedsandel i:		
	Norge	EU	USA	Norge	EU	USA
6110 Gensere, jumpere, pullover, vester	1326	310364	12942	0,7	3,2	1,5
6109 T-skjorter, singleter og andre undertrøyer	4685	374454	11863	4,7	6,5	0,4
6104 Drakter, ensembler, jakker, blazere, kjoler, skjørt, bukseskjørt, bukser	650	26515	9615	0,9	0,9	0,6
6115 Strømpebukser, strømper, ..	14	2646	0	0,0	0,1	0,0
6108 Underkjoler, undertøy, nattkjoler, pyjamas, badekåper, morgenkåper for damer eller piker.	26	4232	73199	0,1	0,2	4,3
6112 Treningsdrakter, skidresser, badedrakter og badebukser	121	35174	2834	0,4	2,8	0,9
6111 Babyklær	52	5451	28537	0,2	0,5	2,6
61 Klær og tilbehør til klær, av trikotasje	7297	897146	349363	1,2	2,9	1,6

Kilde: OECD 2001

Bangladesh hadde i 1998 en importmarkedsandel i Norge på 1,2% for klær av trikotasje. Dette utgjorde omlag 7,3 millioner USD. Bangladesh sine importandeler er lavere i Norge enn i EU for alle importkategorier unntatt t-skjorter. Vi har ovenfor vist at Bangladesh har utnyttet noe av dette potensialet ved en kraftig importvekst siden 1998 for import av gensere, t-skjorter og babyklær. De har imidlertid ikke utnyttet potensialet for import av underkjoler og treningsdrakter. Dette er kategorier hvor Bangladesh har en høy eksport til EU og USA, men hvor de fortsatt har en lav markedsandel i Norge.

Markedspotensial for import av klær unntatt trikotasje

Tabell 4 viser importen av vevde klær til Norge, EU og USA sortert etter verdien på norsk totalimport. Vi har bare presentert produktkategorier hvor Norge har en høy import (over 30000 USD).

Tabell 4: Import av klær unntatt trikotasje til Norge, EU og USA. 1998

Prod	Eksport (1000\$) fra Bangladesh til			Importmarkedsandel i:		
	Norge	EU	USA	Norge	EU	USA
6204 Drakter, jakker, blazere, kjoler, skjørt, skjørt, bukser, shorts for damer eller piker.	4071	90053	254459	1,8	0,8	2,9
6203 Dresser, jakker, blazere, bukser og shorts, for herrer eller gutter.	1348	142045	211480	0,8	1,5	3,2
6210 Klær framstilt av annet tekstilstoff	854	42089	34063	1,6	2,8	5,1
6206 Bluser, skjorter og skjortebuser, for damer eller piker.	212	57929	119855	0,4	1,9	5,1
6205 Skjorter for herrer eller gutter.	2188	471109	231823	4,8	13,4	7,3
6202 Ytterfrakker, kåper, anorakker for damer eller piker.	573	84665	74517	1,5	3,2	6,0
6201 Ytterfrakker, kjørefrakker, kapper, anorakker, vindjakker for herrer eller gutter,	1333	102756	98732	3,7	3,6	5,2
6211 Treningsdrakter, skidresser, badedrakter og badebukser; andre klær.	170	37247	86097	0,5	2,0	7,9
6208 Singleter og liknende undertrøyer, underkjoler for damer eller piker.	0	1469	51847	0,0	0,2	6,9
6209 Babyklær og tilbehør dertil.	220	6758	39559	3,3	1,3	10,2
62 Klær og tilbehør til klær, unntatt trikotasje	11063	1052831	1228915	1,6	2,6	4,2

Kilde: OECD 2001

Bangladesh har en importmarkedsandel i Norge på 1,6% for klær unntatt trikotasje. Vi ser at EU og USA relativt sett har større handel med Bangladesh enn Norge for alle de ovenstående produktkategorier. Det kan tyde på et stort potensial for økt import. Noe av dette potensialet er utnyttet gjennom en kraftig vekst i importen av konfeksjonsvarer (6203), mens importen av herreskjorter og drakter ikke har vist tilsvarende vekst.

Vi vil avslutningsvis identifisere importpotensial for matvarer.. Til dette formål har vi studert produktkategorier hvor eksportverdien fra Bangladesh på sekssiffernivå overstiger minimum 1 million USD til enten Norge, EU eller USA.

Tabell 5: Import av jordbruksvarer fra Bangladesh til Norge, EU og USA. 1998

HS		Total imp.	Eksport (1000\$) fra			Importmarkedsandel i:		
			Norge	Bangladesh til:			Norge	EU
			Norge	EU	USA	Norge	EU	USA
030613	Reker	36593	901	75818	92958	2,46	3,17	3,43
070990	Andre grønnsaker, friske, kjølte	4603	0	7458	0	0,00	1,56	0,00

Kilde:OECD, 2001

Eksporten av matvarer fra Bangladesh er liten. Norge importerte reker for 901000 USD fra Bangladesh, noe som utgjorde 2,5% av vår totale import. Bangladesh hadde en lavere markedsandel for reker i Norge enn i EU og USA. Imidlertid har rekeimporten vist en sterk vekst siden 1998 (92%).

For øvrig er det ingen import til Norge av 'andre grønnsaker', en varegruppe hvor EU importerer for 7,5 mill. USD fra Bangladesh.

Ut fra diskusjonen ovenfor, ser det ut til at det i tillegg til et ytterligere potensial for økt import av klær, er det særlig importen av reker som ser mest interessant ut.

Vi vil også vise til kapittel 3, hvor det framkommer at import av ris til dyrefor kan være en nye potensiell importvare fra Bangladesh.

Nepal

Norges viktigste importkategori fra Nepal er klær og naturlig honning. Klær utgjør 34% av vår import fra Nepal. Begge disse varegruppene har vist en sterk vekst de seinere år og forklarer den sterke importveksten vist i tabell 1.

Eksport av honning fra Nepal til Norge må imidlertid opphøre etter innføring av EU-direktiv 98/44 EC, hvor det bl.a. stilles særskilte krav til overvåkingsprogrammer for reststoffer og laboratorietesting.

Gensere av ull (611010) er Nepals største eksportvare til Norge (0,35 mill.). Det største enkeltproduktet utenom klær og honning er golvtepper av ull (570110) med 0,39 mill. kr.

Tabell 6: Norsk import fra Nepal

HS	Vareslag	1000 NOK 2000	Endring % 1998-00
04	Melk og meieriprodukter; naturlig honning	1 623	279
61	Klær og tilbehør til klær, av trikotasje	919	56
62	Klær og tilbehør til klær, unntatt trikotasje	805	82
57	Golvtepper og annet golvbelegg av tekstilmateriale	409	-20
65	Hodeplagg og deler dertil	337	33

Kilde: SSB

Nepal er en helt ubetydelig leverandør av klær til både Norge, EU og USA (med en markedsandel under 0,1%). Nepal har likevel en lavere markedsandel i Norge enn i USA og EU. Slikt sett representerer klær et potensial.

Vi har ikke identifisert noen jordbruksvarer som har tilfredstilt vårt utvalgsriterie (total eksport på over 1 million USD i ett av markedene).

Malawi

Norge hadde ingen import på over 50 000 kroner av noen av de relevante varegruppene i 2000. Vi importerte imidlertid tobakk for 2,2 mill. kroner. Tobakkimport utgjorde 96% av vår import fra Malawi.

La oss på grunnlag av OECD dataene forsøke å identifisere importpotensialet for jordbruksvarer.

Tabell 7: Import av jordbruksvarer fra Malawi til Norge, EU og USA. 1998

HS		Total imp. Norge	Eksport (1000\$) fra Malawi til:			Importmarkedsandel i:		
			Norge	EU	USA	Norge	EU	USA
090111	Kaffe, ubrent, koffeinholdig	117188	429	11120	112	0,37	0,17	0,00
090240	Sort te (gjæret)	819	0	18399	12123	0,00	3,30	8,38
090420	Frukter	1675	0	2396	49	0,00	1,77	0,05
170111	Råsukker uten tilsetn.	1303	0	21361	6112	0,00	1,99	0,81
170199	Sukker uten tilsetn.	62418	0	3088	0	0,00	0,20	0,00
240110	Tobakk, ubearbeidd, ikke strippet	20972	1515	9171	4	7,22	1,77	0,00
240120	Tobakk, ubearbeidd, helt eller delvis strippet	6477	107	112723	43173	1,65	4,88	12,82
240130	Avfall av tobakk, ubearbeidd	1057	0	2923	1612	0,00	3,12	5,50

Kilde: OECD, 2001

I 1998 hadde Malawi en importmarkedsandel i Norge på over 7% for ubearbeidet tobakk. For samtlige andre produktgrupper som er presentert i tabellen ovenfor har Malawi ingen eller svært liten eksport til Norge. At varene eksporteres til EU og USA, samtidig som varene importeres til Norge fra andre land, kan indikere at det finnes et potensial for økt eksport fra Malawi til Norge i disse varegruppene.

Når vi studerer importutviklingen for de enkelte varegruppene siden 1998 avtegner det seg et interessant bilde: Importen til Norge har nemlig stoppet opp i flere varegrupper! I 1998 importerte Norge ubrent koffeinholdig kaffe (HS 090111) for 3,2 mill. Denne importen har imidlertid stoppet opp. Malawi eksporterer også sukker og te til USA og EU uten at en finner noe import til Norge verken i 1998 eller 2000.

Når det gjelder frukt, som Malawi eksporterer til EU, viser tallene at her har også Norge begynt å importere etter 1998.

Mosambik

I 2000 hadde ikke Norge import i noen av de 'relevante' HS kategorier på sekssiffernivå. Vi importerte kun ulike ferdigvarer for to millioner kroner.

EU og USA derimot, importerer reker og akajounøtter fra Mosambik. Slike nøtter har en betydelig importmarkedsandel i USA (4,7%), mens Mosambik har en importmarkedsandel på nesten 3% for reker i EU.

Analysen indikerer derfor at reker og akajounøtter representerer et mulig importpotensial.

Tabell 8: Import av jordbruksvarer fra Mosambik til Norge, EU og USA. 1998

HS		Total imp. Norge	Eksport (1000\$) fra			Importmarkedsandel i:		
			Mosambik til:			Norge	EU	USA
			Norge	EU	USA			
030613	Reker	36593	0	56980	0	0,00	2,39	0,00
080132	Akajounøtter, friske/tørkede	1112	0	1783	14518	0,00	0,79	4,72

Kilde: OECD, 2001

Zambia

Norge importerte avskårne blomster fra Zambia for 6,7 mill. kroner i 2000 (opp fra 0,1 million i 1998). Dette utgjorde 75% av vår import fra Zambia.

I tillegg importerte Norge ubrent kaffe for 1,3 millioner kroner i 2000 (ned 45% fra 1998). Tabell 9 viser importen av jordbruksvarer fra Zambia.

Tabell 9: Import av jordbruksvarer fra Zambia til Norge EU og USA. 1998

HS		Total imp.	Eksport (1000\$) fra			Importmarkedsandel i:		
		Norge	Zambia					
			Norge	EU	USA	Norge	EU	USA
060310	Avskårne blomster etc	30826	10	13587	0	0,03	0,49	0,00
070810	Erter, med eller uten belg	284	7	3092	467	2,43	3,96	2,24
070820	Belgfrukter, unntatt erter, friske/kjølte	322	0	1907	0	0,00	0,96	0,00
070990	Andre grønnsaker, friske eller kjølte	4603	0	2070	0	0,00	0,43	0,00
090111	Kaffe, ubrent, koffeinholdig	118007	302	9439	683	0,26	0,15	0,02
170111	Råsukker uten tilsetn.	1303	0	12367	0	0,00	1,15	0,00
240120	Tobakk, uberarbeidd, helt eller delvis strippet	6477	0	3527	0	0,00	0,15	0,00

Kilde: OECD, 2001

Av tabellen framkommer det at importandelene er lavere i Norge enn i EU for de fleste identifiserte jordbrukskategorier. Det er spesielt verdt å merke seg at Zambia eksporterer mye sukker til EU, mens Norge ikke importerer noe sukker fra Zambia. Noe av dette importpotensialet er i imidlertid i ferd med å utnyttes. Siden 1998 har Norge startet å importere råsukker fra Zambia (0,6 mill. kroner i 2000).

Tanzania

Norge importerer avskårne blomster for omlag 35,6 mill. kroner i 2000 (opp fra 0,6 millioner i 1995) og tobakk for omlag 3 mill. kroner. Med disse unntakene har Norge nesten ingen handel med Tanzania i de relevante produktkategoriene.

Det er ellers bare kaffe (0,6 mill. kroner) og spiselige frukter (vindruer) av varer på sekssiffernivå hvor Norge importerer for mer enn 50 000 kroner i 2000. Begge disse kategorier har forøvrig vist en vekst siden 1998.

Følgende jordbrukskategorier hadde en eksport fra Tanzania til EU eller USA på mer enn en million USD.

Tabell 10: Import av jordbruksvarer fra Tanzania til Norge, EU og USA. 1998

HS	Total imp.	Eksport (1000\$) fra			Importmarkedsandel i:			
		Norge	Tanzania til:			Norge	EU	USA
			Norge	EU	USA			
030269	Fisk, fersk eller kjølt	3439	0	10618	82	0,00	0,92	0,03
030410	Fileter og annet fiskekjøtt etc	2101	0	20961	103	0,00	3,05	0,02
030420	Filet, fryst	19909	0	31741	4260	0,00	1,23	0,38
030613	Reker	36593	0	7616	0	0,00	0,32	0,00
060310	Avskårne blomster etc	30826	3975	6107	0	12,89	0,22	0,00
090111	Kaffe, ubrent, koffeinholdig	118007	72	63741	2981	0,06	1,00	0,11
090240	Sort te (gjæret)	819	0	6332	603	0,00	1,13	0,42
170111	Rå sukker uten tilsetn.	1303	0	13216	0	0,00	1,23	0,00
170310	Melasse, av rørsukker	6023	0	1136	0	0,00	0,56	0,00
240110	Tobakk, ubearbeidd, ikke strippet	20972	107	4998	36	0,51	0,96	0,01
240120	Tobakk, ubearbeidd, helt eller delvis strippet	6477	0	31404	641	0,00	1,36	0,19
240130	Avfall av tobakk, ubearbeidd	1057	0	2808	56	0,00	2,99	0,19

Kilde: OECD, 2001

Det framgår av tabellen at Tanzania er 'store' på en rekke områder i EU-markedet. Dette gjelder både for fisk, reker, kaffe og sukker. Dette er alle produktgrupper hvor importen til Norge fra Tanzania foreløpig er helt ubetydelig, og hvor det derfor kan eksistere et videre importpotensial. For avskårne blomster derimot, kan det se ut for at et videre markedspotensial først og fremst ligger utenfor Norge (de har allerede 13% markedsandel her i landet).

Uganda

Også Uganda eksporterer avskårne blomster til Norge (8,5 mill. kroner i 2000). Dette utgjør 51% av importen fra Uganda. Vi importerer videre tobakk for 6,7 millioner og kaffe for 1,5 millioner. Det er ingen industrivarer med eksport til Norge over 50 000 kroner. På grunnlag av vår indikator, med alle dens svakheter, ligger også her importpotensialet innen jordbrukssektoren.

Når vi studerer de produktgrupper hvor Uganda er store i enten EU, USA eller Norge, avtegner det seg samme mønster som ovenfor: Norge har en relativt lav importandel. Det er vel tvilsomt om det ligger noe videre potensial for import av fiskefilet, men for grønnsaker og kaffe kan dette indikere at det eksisterer et videre importpotensial til Norge for noen av produktgruppene som er nevnt nedenfor.

Tabell 11: Import av jordbruksvarer fra Uganda til Norge, EU og USA. 1998

HS		Total imp. Norge	Eksport (1000\$) fra			Importmarkedsandel i:		
			Uganda til:			Norge	EU	USA
			Norge	EU	USA			
030420	Filet, fryst	19909	0	13337	115	0,00	0,52	0,01
030410	Fileter og annet fiskekjøtt etc, fersk eller kjølt	2101	0	25483	406	0,00	3,71	0,09
060210	Stiklinger uten rot	2053	209	1366	0	10,16	1,28	0,00
060310	Avskårne blomster etc	30826	2905	5355	0	9,42	0,19	0,00
070990	Andre grønnsaker, friske eller kjølte	4603	1	2165	0	0,02	0,45	0,00
090111	Kaffe, ubrent, koffeinholdig	118007	1490	220867	10065	1,27	3,47	0,36
240110	Tobakk, uberarbeidd, ikke strippet	20972	164	1268	0	0,78	0,24	0,00
240120	Tobakk, uberarbeidd, helt eller delvis strippet	6477	0	7594	0	0,00	0,33	0,00

Kilde: OECD, 2001

Oppsummering

Ved å bruke en aggregert handelsintensitet som indikator, med alle dens svakheter, ligger det et potensial for økt import fra alle våre samarbeidsland, muligens med unntak av Tanzania og Uganda. Norge importerer relativt sett mindre fra samarbeidslandene enn hva EU og USA gjør. Når det gjelder jordbruksprodukter, har særlig EU relativt stor import fra våre hovedsamarbeidsland i forhold til Norge.

En mer disaggregert analyse på varenivå indikerer at det er særlig for spesifikke jordbruksprodukter som reker, kaffe, sukker, frukter og nøtter at det ligger et ytterligere importpotensial fra våre hovedsamarbeidsland. Det er imidlertid bare Bangladesh og delvis Nepal som har et videre importpotensial for klær. Vi har ikke ved denne analysen funnet andre produktgrupper (for eksempel leketøy eller møbler) hvor hovedsamarbeidslandene har en viss størrelse på sin eksport og hvor samtidig markedsandelene i Norge er lavere enn i sammenlignbare land.

3 Strengt importvern i Norge

Dette kapitlet forsøker også å identifisere produkter hvor u-landene har et eksportpotensial i det norske markedet, men med en annen metode enn i forrige kapittel. Her vil vi ta utgangspunkt i de importrestriksjoner som finnes i Norge, og prøve å si noe om vi ved å fjerne noen av disse kunne bidra til økt import til Norge fra u-land. Hovedfokuset vil fortsatt være på Norges hovedsamarbeidsland, men en større gruppe av u-land vil bli drøftet der det er naturlig og der hvor vi har tilgjengelige data.

Vi ønsker å identifisere de varegruppene hvor både 1) norske tollsatser er høye og 2) u-landene har et reelt eksportpotensial. Høye tollsatser i varegrupper som ikke produseres i u-land er altså ikke av interesse her.

Alle vet vi at det norske importvernet særlig gjør seg gjeldende i jordbrukssektoren. Varer som produseres i Norge er beskyttet med til dels meget høye tollmurer. Når det gjelder import av jordbruksvarer fra Norges hovedsamarbeidsland er situasjonen imidlertid en annen. Disse landene har, i egenskap av å tilhøre gruppen av MUL land, spesielt gunstige importvilkår gjennom den norske GSP ordningen, også for jordbruksprodukter. Siden 1995 har alle MUL land hatt tollfri adgang til det norske markedet for alle produkter unntatt korn, mel og dyrefor. For enkeltprodukter (storfekjøtt) har det imidlertid vært tollfrihet bare innenfor visse kvoter.

I inneværende år vil det norske importvernet overfor MUL land, og dermed overfor våre hovedsamarbeidsland, bli ytterligere liberalisert ved at det blir innført full toll- og kvotefrihet på alle varer. I denne sammenheng er det grunn til å spørre hvilke muligheter dette skaper for MUL landene til å øke sin eksport til Norge. Dette vil være et hovedspørsmål i dette kapitlet. Før vi går nærmere inn på denne problemstillingen vil vi gi et mer generelt overblikk over de importbegrensningene som andre u-land står overfor i Norge.

Tollavgiftsinntektene i Norge

Tabell 12 viser fordeling av de norske tollavgiftene etter land og varegrupper i 2000. Av de totale tollavgiftene på 2015 millioner kroner, var hele 43% toll på import fra utviklingsland. Til sammenligning utgjorde importen fra disse landene ikke mer enn 14% av Norges samlede import. Dette reflekterer at den type varer som u-landene kan eksportere, typisk har et ganske strengt importvern i Norge.

Ikke alle u-land rammes like hardt av det norske importvernet. Vi har tidligere nevnt at importen fra MUL landene er tollfri (unntatt mel, korn og dyrefor). Bare 1% av de norske tollinntektene er knyttet til import fra MUL landene, i følge Finansdepartementet. Dette betyr at noe av importen fra MUL ikke tilfredsstiller opprinnelsesregler eller andre formelle krav for å få tollfrihet.

Mesteparten av de norske tollinntektene på import fra u-land er knyttet til import av klær (ca. 67%). Omlag halvparten av disse tollinntektene kommer fra importen av klær fra Kina.

Tabell 12: Fordeling av tollavgiftsinntektene etter land og varegrupper i 2000. Pst

	EU	USA	U-land	Alle land
Alle varegrupper	39	6	43	100
Klær og tilbehør	2	0	29	35
Korn og kornvarer	11	1	4	18
Frukt og grønnsaker	10	0	1	12

Kilde: Statsbudsjettet 2002. Skatte, avgifts- og tollvedtak.

Høye tollinntekter på klær skyldes at tollsatsene er høye, men likevel lave nok til at importen av klær har et betydelig omfang. Tollsatsene varierer i området 0-17% (se Appendiks 8, tabell 2). I gjennomsnitt betaler u-landene 9,5% toll på eksport av klær til Norge, ned fra 13,3% i 1998.

Tollsatsene er vesentlig høyere for jordbruksprodukter som produseres i Norge. For enkelte varegrupper er tollsatsene flere hundre prosent. Gjennom den norske GSP-ordningen gis u-land visse tollrabatter, men rabattene er oftest små (10-15%) på varer som anses som sensitive (for eksempel kjøtt, korn, mel, en rekke grønnsaker og frukter). Det er vanskelig å se at disse tollrabattene i vesentlig grad bidrar til å fremme u-landenes eksport av jordbruksprodukter til Norge.

Tabell 13 viser gjennomsnittlig betalt toll i prosent av importverdien fordelt på enkelte varegrupper og land i 2000. Tabellen indikerer høye importtariffer i Norge for korn og kornvarer, særlig på den importen som kommer fra u-land. Men det er viktig å være oppmerksom på at i flere varekategorier er tollsatsene så høye at importen er nær null. Slike prohibitive tollsatser vil ikke synes i denne typen gjennomsnittsberegninger. Merk for øvrig at tekstiler, klær og sko omfattes av EØS avtalen, og det er derfor minimale tollinntekter fra import av klær fra EU. Slik sett virker det norske importvern for tekovarer beskyttende både overfor norsk produksjon og produksjon i EU.⁸

⁸ Se ECON 2001:13.

Tabell 13: Gjennomsnittlig tollbelastning etter land og varegrupper i 2000. Pst.

	EU	USA	U-land	Alle land
Alle varer	0,3	0,4	1,8	0,6
Korn og kornvarer	12,3	18,3	45,8	17,3
Frukt og grønnsaker	7,6	1,4	1,6	5,2
Klær og tilbehør	0,6	10,9	9,5	5,2

Statsbudsjettet 2002. Skatte, avgifts- og tollvedtak.

Potensialet for økt import til Norge

Diskusjonen ovenfor indikerer at det kan være et potensial for økt import til Norge ved å redusere tollbarrierene i klessektoren og i jordbrukssektoren. Dette er varer hvor flere u-land typisk har evne til å hevde seg i den internasjonale konkurransen. Lavere tollsatser har derfor potensielt positiv innvirkning på norsk import fra u-land. Det betyr imidlertid ikke nødvendigvis at u-landene vil tjene på generelle reduksjoner i tollbarrierene. Generelle tollnedsettelse kan komme i-land til gode snarere enn u-land, og generelle reduksjoner i GSP satsene kan komme de "ordinære" u-landene til gode og i enkelte tilfeller gå på bekostning av de minst utviklede landene dersom disse har særskilte preferanser i utgangspunktet.

Når det gjelder importen av klær til Norge, er det Bangladesh blant de norske hovedsamarbeidslandene og Kina blant de øvrige samarbeidslandene som er de dominerende aktørene. Tollnedsettelse vil trolig komme Kina til gode, mens utfallet for Bangladesh er mer usikkert.⁹ Bangladesh vil på den ene siden få reduserte tollpreferanser. På den andre siden vil fjerningen av importvernet i klessektoren gi Bangladesh muligheter til å bygge seg opp som klesprodusent uten å bli hemmet av spesifikke opprinnelsesregler for GSP ordningen (som det blir mindre viktig å få tilfredstilt siden gevinsten ved GSP ordningen reduseres).

Når det gjelder jordbruksvarer, finnes det et udiskutabelt potensial for økt import fra u-land. De fleste av de jordbruksvarene som produseres i Norge kan alternativt produseres i u-land til langt lavere kostnader. Men det norske importvernet for jordbrukvarer er, som kjent, tett sammenvevd med den norske jordbrukspolitikken. Uten en vesentlig omlegging i hele den norske jordbrukspolitikken, er det lite som kan gjøres fra NORADs side for å øke den norske importen av denne typen varer. Derfor vil vi i denne rapporten ikke behandle jordbrukssektoren i sin fulle bredde. I stedet vil vi fokusere på de liberaliseringene som er i ferd med å implementeres overfor MUL landene og spørre om dette er områder hvor det finnes potensial for økt import til Norge.

Potensial skapt av lavere toll på import fra MUL

Regjeringen vedtok våren 2001 at MUL landene med virkning fra 1. juli 2002 skal ha full toll og kvotefrihet i det norske markedet. Vedtaket innebærer

⁹ Norsk import av klær fra Kina er presentert i tabell 3, appendiks 8.

lavere tollsatser for korn, mel og dyrefor, samt opphevelse av kvoteordningen på import av storfekjøtt (gjelder fra 1. januar 2002). Tabell 14 viser klart at disse tollnedsettelsene representerer en vesentlig bedring av markedsadgangen til det norske markedet for denne typen produkter.

Tabell 14: Norske tollsatser ved import fra MUL og utvalgte verdensmarkedspriser (kr/kg)

Vare	Tollsats for MUL (70% av ordinære MFN tollsats)	Verdensmarkedspris
Korn		
Hvete	1,49	0,99
Rug	1,49	-
Bygg	1,22	-
Havre	1,06	0,78
Mel		
Hvete	2,23	-
Rug	2,31	-
Dyrefor		
Ris	1,22	0,99
Mais	1,25	0,81
Sorghum	1,27	-
Soyabønner	1,88	1,65
Andre oljeholdige frø	2,39	-

Kilde: Tollvesenet (www.toll.no), Chicago Board of Trade (www.cbot.com).

Tollnedsettelse er ikke i seg selv tilstrekkelig for å øke importen. Et minstekrav er at MUL landene produserer disse varene. Noen vil kanskje også si at produksjonen må være så stor at den mer enn dekker det innenlandske forbruket, altså at MUL landene har et eksportoverskudd. Det siste er strengt tatt ikke nødvendig, fordi det kan tenkes at MUL landene importerer varer for dekke innenlandsk behov, samtidig som de eksporterer sin egen avling til Norge. Siden importen til Norge skjer i ly av høye tollmurer overfor andre land, vil man kunne selge sin egen avling til Norge til en høyere pris enn det man må betale for importert korn til eget forbruk. På den annen side er det ikke utenkelig at norske importører vil vegre seg for å kjøpe matvarer fra fattige land som ikke er selvforsynte. Slikt har tidligere medført negativ presseomtale.

Tabell 15 illustrerer MUL landenes kapasitet til å øke eksporten til Norge av noen av de varene som nå vil bli liberalisert. Første rad viser produksjon og importvolum i Norge for de aktuelle produktene. Alle disse varene importeres i betydelige kvanta; særlig importen av hvete og soyabønner er stor. Andre rad viser MUL landenes samlede produksjon og eksport. Det mest slående ved disse tallene er at også MUL landene er nettoimportører av disse varene, med unntak av soyabønner. Altså finnes det ikke noe netto eksportoverskudd som enkelt kan "omdirigeres" til Norge for å dra fordel av eventuelle prisøkninger ved slag til Norge. Dette forhindrer selvsagt ikke at enkeltland kan ha

betydelige eksportoverskudd, men også når vi ser på enkeltland er bildet forholdsvis entydig; de aller fleste MUL land er nettoimportører av de aktuelle varene. For å eksportere til Norge vil de fleste av disse landene derfor være avhengig av samtidig å øke sin egen import for å tilfredsstille det innenlandske forbruket.

La oss kommentere de enkelte produktene noe mer i detalj. Når det gjelder korn, kan vi for det første slå fast at det ikke er noen MUL land som produserer rug, så import til Norge er dermed utelukket. Det samme kan sies om havre, skjønt Etiopia har en viss produksjon til innenlandsk bruk. Hvete produseres i betydelige kvanta i Bangladesh, Afghanistan, Nepal og Etiopia, men det er ingen MUL land som er netto eksportør av hvete. Nepal er imidlertid nær selvforsynt og kunne derfor være en aktuell eksportør til Norge. Om hvete fra Nepal tilfredsstiller kvalitetskravene som stilles, er imidlertid ikke kjent. Bygg produseres bare i noen få av MUL landene, og ingen av disse er netto eksportører. Etiopia, som er selvforsynt med bygg, framstår som den eneste aktuelle eksportøren.

Når det gjelder dyrefor, er det ikke mulig å tegne et fullstendig bilde innenfor rammen av denne rapporten, fordi dyrefor kan framstilles av så mange ulike råvarer. Vi skal likevel kort kommentere situasjonen for produkter som mais, ris, sorghum og soyabønner. Både mais og ris produseres i betydelige mengder i flere MUL land, og flere land vil med en begrenset økning i sitt produksjonsvolum være i stand til å dekke det norske importbehovet. For mais gjelder dette land som Kongo, Etiopia, Malawi, Nepal og Tanzania. For ris gjelder det i første rekke asiatiske land som Bangladesh, Kambodsja, Laos, Burma og Nepal. Madagaskar kan være en aktuell handelspartner for ris i Afrika. Sorghum produseres i betydelige mengder, og av ypperlig kvalitet, i Sudan, som også har eksportoverskudd av dette kornslaget. Andre aktuelle eksportører kan være Etiopia og Burkina Faso. Soyabønner produseres i svært begrenset målestokk i MUL landene. En liten del av det norske importbehovet kan imidlertid dekkes gjennom eksportoverskuddet som finnes i asiatiske land, som Burma, Laos og Kambodsja.

Eksport av mel til Norge fra MUL land er lite aktuelt. For det første har MUL landene svært begrenset med råvarer til meleksport. Videre må mel transporteres i sekker, noe som fordyrer transporten vesentlig. Mel er heller ikke en standardvare, men produseres i en rekke ulike kvaliteter. Dette gjør det vanskelig å få innpass i eksportmarkedene. Endelig er det usikkert om MUL landene har møllekapasitet til produksjon av mel av ønsket kvalitet.

For å oppsummere; potensialet for import av korn og mel til Norge fra MUL landene synes svært begrenset, fordi MUL landene er nettoimportører av disse varene. Mest aktuelt synes å være import av mais (hovedsakelig av afrikanske land) og ris (hovedsakelig fra asiatiske land) til bruk i dyrefor.

Tabell 15: Produksjon og eksportoverskudd av korn og dyrefor i Norge og i MUL landene

Tall i 1000 tonn (eller % der det er angitt)

Land	Majs		Hvete		Bvogg		Ris		Sorghum		Sovabønner	
	Produksjon	Eksportoverskud	Produksjon	Eksportoverskud	Produksjon	Eksportoverskud	Produksjon	Eksportoverskud	Produksjon	Eksportoverskud	Produksjon	Eksportoverskud
Norge	0	-72	239	-420	657	-65	0	-25	0	-39	0	-361
Alle MUL land	17614	-1665	7410	-9082	1318	-191	68913	-7712	9423	-19	327	17
	...i % av produksjon		...i % av produksjon		...i % av produksjon		...i % av produksjon		...i % av produksjon		...i % av produksjon	
Afghanistan	240	0	2499	-7	216	0	420	-35	0	0	0	0
Angola	428	-20	4	-7413	0	0	16	-289	0	0	0	0
Bangladesh	2	-8884	1988	-122	5	-1	34427	-10	1	0	0	0
Benin	679	-1	0	0	0	0	37	-518	142	0	2	0
Burkina Faso	350	1	0	0	0	0	88	-271	1100	0	4	0
Burundi	129	-3	7	-130	0	0	59	-3	60	0	0	0
Cambodia	53	-1	0	0	0	0	4041	-1	0	0	35	14
Cape Verde	11	-345	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Central African Republic	95	-1	0	0	0	0	21	-11	45	0	0	0
Chad	97	0	5	-908	0	0	131	-3	436	0	0	0
Comoros	4	0	0	0	0	0	17	-265	0	0	0	0
Congo, Dem Republic of	1199	-1	10	-1983	0	-4444	350	-24	50	0	10	0
Djibouti	0	-30769	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Eritrea	20	0	19	-366	45	-13	0	0	180	-3	0	0
Ethiopia	2840	-1	1150	-49	970	-1	0	0	1340	-4	25	0
Gambia	21	0	0	0	0	0	29	-518	18	0	0	0
Guinea	90	-32	0	0	0	0	750	-25	5	0	0	0
Guinea-Bissau	10	0	0	0	0	0	138	-20	26	-3	0	0
Haiti	250	-3	0	0	0	0	100	-346	100	0	0	0
Laos	96	0	0	0	0	0	2103	0	33	-1	6	67
Lesotho	125	-183	15	-413	0	0	200	-31	0	0	0	0
Liberia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0
Madagascar	181	0	10	-755	0	0	2637	-5	1	0	0	-15
Malawi	2480	-7	2	-3818	0	0	93	7	60	-1	0	0
Mali	438	-1	15	-485	0	0	810	-11	714	0	0	0
Mauritania	8	-9	0	-90845	0	-400	99	-184	75	-3	0	0
Mozambique	1246	-12	2	-9943	0	0	186	-28	326	0	0	0
Myanmar	303	29	93	-103	0	0	17000	1	0	0	85	6
Nepal	1346	0	1086	-1	32	-8	3710	0	0	0	18	0
Niger	8	-1103	6	-1300	0	0	73	-37	481	0	0	0
Rwanda	55	-273	4	-268	0	0	9	-179	108	0	9	0
Sao Tome and Principe	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Senegal	66	-34	0	0	0	0	240	-389	147	0	0	0
Sierra Leone	9	0	0	0	0	0	247	-151	17	0	0	0
Solomon Islands	0	0	0	0	0	0	5	-821	0	0	0	0
Somalia	143	-18	1	-5843	0	0	2	-4559	62	-8	0	0
Sudan	37	-211	172	-293	0	0	11	-197	2347	3	0	0
Tanzania, United Rep of	2458	-8	82	-426	6	-361	676	-10	561	0	2	-1
Togo	494	-1	0	0	0	0	81	-453	142	0	0	0
Uganda	700	-2	11	-695	0	0	95	-63	413	0	101	0
Vanuatu	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Yemen	47	-329	137	-1451	42	-2	0	0	409	0	0	0
Zambia	856	-6	90	-33	2	-108	15	-68	25	-21	27	0

Kilde: FAO

La oss til slutt kort kommentere potensialet for import av storfekjøtt til Norge. All kjøttimport til Norge har vært tollfritt siden 1995, men for storfekjøtt har det bare vært tollfrihet innenfor en nærmere angitt kvote. Bare Botswana og Namibia har benyttet seg av muligheten til å eksportere storfekjøtt tollfritt til Norge, men den tollfrie kvoten har ikke vært fullt utnyttet. Samtidig som Norge nå fjerner alle kvoter på kjøttimport fra MUL landene, har man lempet Botswana og Namibia ut av listen over MUL land.¹⁰ Dermed finnes det per i dag ikke MUL land som eksporterer kjøtt til Norge.

Tabell 16: Kjøttproduksjon og handel i MUL landene og Norge 1999 (tonn)

	Produksjon	Import	Eksport
Storfekjøtt			
MUL	2594484	33591	5312
Norge	91000	4305	8958
Svinekjøtt			
MUL	609808	19891	69
Norge	108610	12375	13477
Kylling			
MUL	996914	121584	104
Norge	29540	227	9

Kilde: FAO (www.fao.org).

MUL landene har svært liten eksport av kjøtt. De fleste land er noenlunde selvforsynte med kjøtt, og de som handler med andre land importerer gjennomgående mer enn de eksporterer. Eventuell kjøtteksport til Norge må derfor komme gjennom produksjonsøkninger eller ved at MUL landene importerer større kvanta for å dekke egne behov.

Av de kjøttslagene som er studert i tabellen over, er det bare storfekjøtt som eksporteres i signifikante kvanta fra MUL landene. Nesten all denne eksporten kommer fra Sudan og Vanuatu, som begge har et eksportoverskudd på storfekjøtt. Det kan være verd å undersøke om disse landene kan være aktuelle handelspartnere for Norge.

Oppsummering

Vi har i dette kapitlet forsøkt å identifisere varegrupper der det finnes potensial for økt import til Norge gjennom bedring av importvilkårene. To sektorer peker seg ut; tekstiler/klær og jordbruksvarer. Tekstiler/klær er i dag tollfrie for MUL land mens "ordinære" u-land ikke har noen tollpreferanser i forhold til i-landene. Tvert i mot; i forhold til EØS-landene representerer dagens importregime en klar konkurranseulempe for u-landene. Å utvide tollpreferansene for "ordinære" u-land vil stimulere importen fra disse landene, særlig fra Kina. For MUL landene (for eksempel Bangladesh) kan virkningen imidlertid være negativ siden preferansemarginen til de øvrige u-land blir mindre.

¹⁰ Disse landene er da heller ikke MUL land etter FNs klassifikasjon. De har imidlertid inntil nå blitt behandlet av Norge som om de var MUL land.

Når det gjelder jordbruksvarer, eksisterer det et betydelig potensial for økt import fra u-land. Dette vil imidlertid kreve en radikal omlegging av jordbrukspolitikken, og en bred studie av potensialet for jordbruksimport anses derfor å være utenfor rammene av dette prosjektet. I jordbrukssektoren har vi derfor valgt å konsentrere oppmerksomheten om potensialet for økt import som følge av at Norge i løpet av 2002 innfører full toll og kvotefrihet på all import fra MUL land. De varene som berøres av dette vedtaket er korn, mel, dyrefor og storfekjøtt. Vi finner at potensialet for eksport fra MUL land er begrenset innen de fleste av disse varegruppene, fordi MUL landene har liten produksjon og/eller fordi de har en betydelig nettoimport av disse varene. Mest aktuelt synes å være import av mais og ris til dyrefor.

MUL landene er også netto importører av de viktigste kjøttslagene. Ingen av (dagens) MUL land har klart å benytte seg av mulighetene til tollfri import av kjøtt til Norge. De eneste landene med et visst eksportoverskudd er Sudan og Vanuatu, som eksporterer noe storfekjøtt.

4 Lav utnyttelse av preferanse-ordninger

Selv om WTO forhandlingene under Uruguayrunden medførte en kraftig reduksjon og fjerning av tollsatser på industrivarer, er det fortsatt en fjerdepart av industrivaregruppene som har positive tollsatser. Av kapittel 3 framgikk det at det var særlig tekstilvarer som hadde høye tollsatser. Regjeringen varsler for inneværende år at tollen skal bort for ytterligere varer. Dette gjelder imidlertid i liten grad produkter som er relevante for utviklingslandene. Tekstilvarer er eksempelvis holdt utenfor.

Det er imidlertid ikke gitt at u-landene har interesse av generelle tollreduksjoner. Erfaringsmessig er de ofte mer interessert i preferanseordninger. Gjennom preferanseordninger kan de få økte priser for sine produkter siden de står overfor lavere tolltariffer enn sine konkurrenter. Generelle tollreduksjoner vil typisk redusere preferansemarginene.

I kapittel 3 viste vi at tollsatsene i Norge er høye særlig for matvarer og klær. Samarbeidslandene kan derfor få en stor prisgevinst ved at slike produkter gis preferanser. Prisgevinsten er imidlertid mindre jo flere som omfattes av ordningen (jo mindre markedsandel de preferanseberettigede land har i utgangspunktet). I tillegg kan samarbeidslandene få økte inntekter gjennom å øke salget.¹¹ Skal slike ordninger ha noen effekt, må imidlertid eksportørene ha mulighet til å utnytte de preferanser som foreligger. Det er ikke uvanlig at produkter som faller inn under preferanseordningen likevel ikke gis preferansebehandling fordi det settes tilleggsbetingelser (for eksempel opprinnelsesregler og krav til arbeidsstandarder) som gjør at u-landene har begrenset nytte av slike preferanseordninger.

I dette kapittelet skal vi fokusere på hvordan utnyttelse av tollpreferanseordninger kan stimulere til økt import fra våre samarbeidsland. Vi vil også kort diskutere importstøtteordninger som et direkte virkemiddel for å stimulere importen fra u-landene.

4.1 Det norske GSP-systemet

Norge iverksatte et system med generelle tollpreferanser (GSP) for import av varer fra utviklingsland, med virkning fra 1. oktober 1971.¹² GSP-systemet representerer et akseptert unntak fra prinsippet om "bestevilkårsbehandling" under WTO bestemmelsene. Industrilandene kan gjennom GSP innrømme ensidig preferansetollbehandling for produkter fra utviklingslandene. De kan

¹¹ For en nærmere diskusjon av virkninger av tollpreferanseordninger vises til Hagen, Mæstad og Wiig (2001).

¹² For en god oversikt over den norske GSP-ordningen, se følgende dokumenter: 1) Toll- og avgiftsdirektoratet: Rundskriv 96/379-66. Generelle tollpreferanser for import av varer fra utviklingsland – GSP. 2) Særmelding nr. 6A/2000 Vedrørende det Norske GSP systemet. Toll- og avgiftsdirektoratet.

selv bestemme hvilke land og produkter som kommer inn under ordningen og hvilke preferansesatser, sikkerhetsmekanismer og opprinnelsesregler som skal gjelde. Ordningene kan til enhver tid trekkes tilbake.

EU, Australia, New Zealand, USA, Canada, Japan, Sveits samt enkelte land i Øst-Europa har også ulike former for GSP ordninger.

I det norske GSP-systemet har ordinære GSP-land stort sett tollfrihet alle industriprodukter, med unntak for enkelte såkalte 'sensitive' tekstilvarer og fottøy. Disse sensitive produkter er spesifisert ved en unntaksliste. Sensitiviteten er relatert til omfanget av norsk produksjon av vedkommende varegruppe.

Når det gjelder varer innen landbrukssektoren, fremkommer tollpreferansene av et antall varelister som spesifiserer hvordan ulike varer skal behandles. For å beskytte det norske landbruket, gir GSP-ordningen forholdsvis begrensede tollreduksjoner til ordinære GSP land.

Særsilt gunstige regler gjelder for import fra MUL land. Fra og juli 2002 vil det være full tollfrihet ved import til Norge for alle varer fra MUL.

Betingelser for GSP-preferansetollbehandling

De viktigste betingelsene for å oppnå preferansetollbehandling ved innførsel av en GSP-vare til Norge er som følger:

- Varen må være produsert i et preferanseberettiget utviklingsland som det norske GSP-systemet har trådt i kraft for. Med unntak av Øst Timor og Det Palestinske området er alle norske samarbeidsland allerede med i ordningen.
- Varen må være produsert i det aktuelle preferanseberettigete utviklingsland i samsvar med gjeldende opprinnelsesregler. Dette krever at den innenlandske produksjon transformerer produktet i vesentlig grad. Opprinnelsesreglene er spesielt relevante for produksjon av klær, særlig for land som ikke produserer tekstilstoffene selv. Dette gjelder bl.a for import av vevde klær fra Bangladesh. Strenge opprinnelseskrav kan føre til lav utnyttelse av GSP-preferanser. Opprinnelsesregelverket i Norge er forøvrig harmonisert med reglene i EU og i Sveits. Reglene åpner adgang til regional kumulasjon for ASEAN gruppen (men av våre samarbeidsland, har dette bare relevans for Vietnam). Ved regional kumulasjon kan et land bruke innsatsfaktorer fra andre land i gruppen som om de var produsert innad i landet. Så lenge vedkommende land øker verdien av produktet med 100%, vil en kunne få opprinnelsestatus i det landet hvor bearbeidingen har skjedd. I motsetning til EU, gir imidlertid ikke Norge landene i SARC mulighet for regional kumulasjon.
- Den aktuelle vare må omfattes av det norske preferansetilbudet som gjelder overfor det berørte utviklingslandet. Eksempelvis er import av enkelte jordbruksprodukter og endel trikotasjeprodukter unntatt fra ordningen (jf. appendiks 8, tabell 2).

- Varen må være transportert til Norge "direkte" fra det berørte eksportlandet. Dette kan være et problem for de bedrifter som importerer via et tredje land. Av våre bedriftsintervjuer framkom det at slik import blir gjort både for kjeder av typen H&M og for mindre importører. Vi har imidlertid ikke forfulgt denne problemstilling nærmere.

Utnyttelse av GSP preferanser

Vi vil først gi en oversikt over den gjennomsnittlige utnyttelsen av GSP-preferanser for noen hovedgrupper av produkter. Deretter vil vi se nærmere på de enkelte norske samarbeidslandenes utnyttelse av ordningen.

Utnyttelse etter produktgruppe

Tabell 17 tegner et bilde av utnyttelsesgraden av det norske GSP-systemet fordelt på varegrupper. Første tallkolonne viser hvor stor del av den tollpliktige importen fra GSP-landene som kan få tollpreferanser, gitt at kravene til opprinnelse og dokumentasjon er oppfylt. Andre tallkolonne viser andelen av tollpliktig import som det faktisk kreves preferansebehandling for. Forskjellen mellom disse to kolonnene reflekterer manglende utnyttelse av preferansene.

Det kan være flere forklaringer på lav utnyttelsesgrad. En forklaring er at varene som importeres ikke oppfyller opprinnelsesreglene. En annen grunn kan være at preferansemarinerne er så små at det ikke er bryet verdt å kreve GSP-behandling. En tredje mulighet er at GSP ordningen er for dårlig kjent, eller at det gjøres formelle feil slik at det ikke kan gis GSP preferanser. Vi vil ikke her være i stand til å fastslå med sikkerhet hvilken forklaring som er den viktigste i det enkelte tilfelle. En dypere analyse er derfor nødvendig for å fastslå hvilke tiltak som er de mest effektive med tanke på å øke utnyttelsesgraden.

Tabell 17: Import fra GSP-land første halvår 2001. Prosent

	Andel av tollpliktig import som kan få GSP behandling	Andel av tollpliktig import som det ble krevd GSP-behandling for
Alle GSP-land (inkl. MUL)		
Landbruksvarer	87	62
Industrivarer, inkl. fisk	71	61
Tekstiler og tekstilvarer	65	55
Klær og tilbehør	59	49
Alle varer	73	61
MUL		
Landbruksvarer	100	99
Industrivarer, inkl. fisk	100	73
Klær og tilbehør	100	74
Alle varer	100	79

Kilde: Statsbudsjett 2002

Av tabellen framgår det at MUL landene har et videre vareomfang og en høyere utnyttelsesgrad enn de øvrige GSP berettigede land for alle produktgrupper. Vi ser videre at utnyttelsesgraden for klær er relativt lav - under 50% for gruppen under ett. Siden tollsatsene for klær er så vidt høye som de er, er det grunn til å tro at strenge opprinnelsesregler bidrar til å redusere andelen av varene som kan gis GSP behandling.

I første halvår 2001 ble det krevd tollpreferanser gjennom GSP for kun 20 pst. av importen fra landene som er inkludert i ordningen. Den viktigste årsaken til den lave andelen er at en stor andel (72%, se tabell 18) av varene som importeres fra GSP-land er tollfrie i utgangspunktet.

Fordeling på Norges samarbeidsland

Vi skal nå se nærmere på hvordan Norges samarbeidsland utnytter GSP-ordningen. Den importen fra våre samarbeidsland som fikk GSP støtte i 2000, utgjorde omlag 4,3 mrd. kroner, eller 56% av den tollpliktige importen fra disse landene. I 1998 var nivået bare 2,8 mrd. Det er primært Kina som nyter godt av ordningen. Import for om lag 3,5 mrd. kroner fra Kina fikk faktisk støtte under denne ordningen.

For å studere utnyttelsen av GSP, har vi i tillegg til de to kolonner for vareomfang og utnyttelsesgrad som ble presentert i tabell 17, også vist nivået på den tollpliktige importen for de enkelte land. Vi har nederst i tabellen sammenlignet alle landene som inngår i GSP ordningen (detaljert statistikk for fordeling på varegrupper er gitt i appendiks 8, tabell 4).

Av tabellen kan vi trekke følgende konklusjoner:

- Hovedsamarbeidslandene har en høyere tollpliktig andel av total import enn våre samarbeidsland (en større del av vår import fra disse landene er i

utgangspunktet varer som tollbelegges). Dette skulle tilsi at de har mer å vinne på å utnytte preferanseordningene.

- Det finnes imidlertid store samarbeidsland som også har en høy andel tollpliktig import (særlig Kina og Vietnam). Kina er for øvrig den viktigste bruker av GSP-ordningen.
- Mens alle import fra våre hovedsamarbeidsland har GSP status, er det under 50% av den tollpliktige import fra Vietnam og Indonesia som kan få GSP.
- Våre hovedsamarbeidsland har jevnt over en svært høy utnyttelsesgrad (nær 100%). Bangladesh representerer imidlertid et unntak. Dette skyldes hovedsaklig at det er en del klær, særlig vevde klær, som ikke oppfyller kravene til opprinnelse. Dette er bekymringsfullt siden Bangladesh er det eneste av våre hovedsamarbeidsland som har klart å utvikle en klesindustri med et visst omfang. Også de andre hovedsamarbeidslandene vil være avhengig av importerte råvarer/halvfabrikata for å bygge opp slik industri. Men de norske opprinnelsesreglene er sannsynligvis til hinder for en slik utvikling.
- Av de øvrige samarbeidslandene med et visst omfang av tollpliktig eksport til Norge, er det særlig Indonesia og Sri Lanka som har spesielt lav utnyttelsesgrad. For begge disse landene er det lav utnyttelsesgrad for kleseksport som gjør utslaget.
- Utnyttelsesgraden er omtrent den samme for begge gruppene samarbeidsland til tross for at MUL landene presumptivt har mest å vinne på å bruke GSP-ordningene.

Tabell 18: Import til Norge fra preferanseberettigede land og områder (verdier i 1000 kroner). 2000

	Tollpliktig import	Tollpliktig import i % av total import	Andel av tollpliktig import som kan få GSP	Andel av tollpliktig import som har fått GSP	Utnyttelsesgrad %
Hovedsamarbeidsland					
Bangladesh	244723	92.8 %	99.9 %	78.0 %	78.1 %
Malawi	39	1.7 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Mosambik					
Nepal	4309	86.9 %	99.3 %	95.7 %	96.4 %
Tanzania	36041	86.1 %	100.0 %	98.0 %	98.0 %
Uganda	8461	50.5 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Zambia	6784	76.5 %	100.0 %	98.8 %	98.8 %
Samarbeids-land					
Angola	871	56.9 %	100.0 %	99.5 %	99.5 %
Etiopia	88	1.4 %	100.0 %	96.6 %	96.6 %
Guatemala	8972	9.3 %	99.5 %	76.1 %	76.5 %
India	504609	51.0 %	59.8 %	42.8 %	71.6 %
Indonesia	258093	39.6 %	47.1 %	32.4 %	68.8 %
Kina	6074823	69.8 %	70.3 %	57.4 %	81.6 %
Mali	448	7.3 %	100.0 %	70.1 %	70.1 %
Nicaragua	332	11.8 %	100.0 %	55.4 %	55.4 %
Nigeria	3	0.2 %			
Pakistan	220155	65.7 %	75.7 %	70.3 %	92.8 %
Sri Lanka	72242	79.1 %	88.2 %	48.5 %	55.0 %
Sør-Afrika	122914	30.9 %	91.9 %	76.0 %	82.7 %
Vietnam	271374	72.4 %	47.0 %	36.7 %	78.1 %
Zimbabwe	2268	4.7 %	79.0 %	36.2 %	45.8 %
Alle norske samarbeids land	7837551	65.0 %	69.9 %	56.4 %	80.8 %
Alle MUL					
Landbruksvarer	101883	68.9 %	99.8 %	98.5 %	98.7 %
Industrivarer	319297	11.6 %	100.0 %	68.2 %	68.2 %
Totalt	421180	14.5 %	99.9 %	75.5 %	75.6 %
Alle GSP land					
Landbruksvarer	1079842	28.0 %	98.1 %	60.3 %	61.4 %
Industrivarer	9443055	28.0 %	68.6 %	53.6 %	78.1 %
Totalt	10522897	28.0 %	71.6 %	54.3 %	75.7 %

Kilde: SSB

Oppsummering

Omlag 80% av den importen fra våre samarbeidsland som faktisk får GSP-støtte, kommer fra Kina. Det er derfor betimelig å spørre seg om den norske GSP-ordningen er nok målrettet ved valget av land – særlig fordi det primære siktemålet med slike preferanseordninger er å favorisere de svakeste landene.

Det er særlig bekymringsfullt at for de hovedsamarbeidsland hvor GSP-ordningen har størst betydning, dvs. de landene som eksporterer varer som normalt er underlagt tollplikt, er utnyttelsesgraden lavest. Det er vanskelig å tenke seg andre forklaringer på dette enn at opprinnelsesreglene er for strenge. Lav utnyttelsesgrad for import av klær kan eksempelvis neppe skyldes at importørene ikke tar seg bryet med å kreve GSP-status, fordi tollsatsene er betydelige (opptil 17%).

I andre tilfeller kan det være mangel på informasjon, formelle feil og lignende som er årsaken til lav utnyttelsesgrad. Her kan NORAD antakelig sette i verk tiltak med sikte på å øke utnyttelsesgraden og dermed importen til Norge.

Blant tiltak som krever politisk behandling, vil vi i tillegg til en generell liberalisering av opprinnelsesreglene (reduerte krav til nasjonal bearbeiding) nevne forslaget om å utvide mulighetene for såkalt regional kumulasjon, for eksempel mellom SARC-landene eller mellom alle MUL-land.

4.2 NORAD som støttespiller

Vi vil her gi en kort oppsummering av NORADs eksisterende importstøtteordninger.¹³ Overfor norske importører tilbyr NORAD tre typer finansielle støtteordninger. De tre ordningene gjelder for produkter fra land som til enhver tid er definert som samarbeidsland og som har GSP status. Støtten gis etterskuddsvis mot foreskrevet dokumentasjon, men det må søkes om støtte før aktuelle tiltak iverksettes.

Støtte til design og produktutvikling

Under de gjeldende regler for 2001 kan NORAD gi støtte på normalt inntil 50 prosent av godkjente utgifter direkte tilknyttet design og produktutvikling. Ordningen omfatter ikke støtte til drift eller anskaffelse av produksjonsutstyr.

Støtte til markedsføring

NORAD tilbyr finansiell markedsføringsstøtte for å introdusere varer fra utviklingsland i det norske markedet. Ut fra gjeldende regler kan det gis støtte på inntil 50 prosent av godkjente utgifter inklusive egeninnsats som er direkte tilknyttet markedsføring av produkter omfattet av ordningen. Støtten gis inntil tre ganger for samme produkt fra samme eksportør.

Garantiordningen

Formålet med garantiordningen er å bidra til å redusere risikoen ved direkte import fra utviklingsland. Garantien dekker inntil 90 prosent av importørens eventuelle tap som skyldes forsinket levering og/eller mangler ved varen såfremt NORADs øvrige forutsetninger for garantiordningen er innfridd.

¹³ Oversikten er hentet fra NORAD (2001).
Se <http://www.norad.no/norsk/files/importveiledning.doc>

Importfremmende tiltak i Norge utgjorde omlag 4 mill. kroner i 2001, altså et relativt ubetydelig beløp. Likevel hevder NORAD at denne støtten er relativt lett tilgjengelig når det gjelder import av produkter fra samarbeidslandene. Dette kan indikere at importørene ikke er kjent med ordningene. Eksportfremmende tiltak i samarbeidslandene utgjorde til sammenligning omlag 15 mill. kroner i 2001.

Det var i 2001 omlag 30 forskjellige importører, fortrinnsvis små, som mottok importstøtte. Det gjennomsnittlige støttebeløpet var følgelig relativt lavt.

Oppsummering

Det ligger utenfor rammen av denne rapporten å gi en evaluering av importstøtten, men som det framgår av det ovenstående har den norske importstøtten hittil hatt et relativt begrenset omfang. NORAD ser forøvrig ut til å hatt mest kontakt med små og relativt 'ubetydelige' importører sett fra et handels- og utviklingsperspektiv. De store og betydningsfulle aktører glimrer ved sitt fravær. Ordningene er også i liten grad innrettet mot de sektorer hvor vi har identifisert at det foreligger et importpotensial (klær og matvarer). Forøvrig er ingen av virkemidlene innrettet mot å gi informasjon til potensielle importører om forhold av betydning i eksportlandene, for eksempel sosiale rettigheter og lovgivning. Virkemidlene er heller ikke innrettet ovenfor konsumentene f.eks. ved å bidra til positive holdningskampanjer ovenfor import fra u-land.

5 Bedriftsintervjuer

5.1 Innledning

Vi har forsøkt å identifisere og intervjuer de bedriftene innen hver sektor som har størst import fra u-land, ettersom deres adferd og en eventuell endring i denne har sterk innvirkning på Norges totale import fra u-landene. For å avgrense studiens omfang har vi konsentrert oss om norske bedrifter. Utenlandske kjeder som har stor import til Norge, slik som Hennes og Mauritz og Lindex, er derfor utelatt. Vi har også intervjuet et utvalg av bedrifter som har mottatt importstøtte fra NORAD. Disse bedriftene er alle relativt små. Informasjon om bedriftene har vi fått fra HSH, Statens landbruksforvaltning samt diverse bransjeråd som Bransjerådet for leker, hobby og forming og Norske gavegrossisters forening.

5.2 Overordnede erfaringer fra alle sektorer

Kina og de andre

En stor andel av produksjonen av leker, gaveartikler, møbler og klær foregår i Kina. Siden 1995 har økningen i importen derfra vært enorm, bare for leker har importverdien økt fra 330 millioner til 717 millioner kroner. Også importen av klær fra Kina har hatt eventyrlige vekstrater, og vi importerer i alt for omlag 3 mrd. kroner. Norsk import av strikkede klær fra Kina økte eksempelvis med 76% i perioden 1995-98, mens vevde klær hadde en vekstrate på 63% i perioden 1998-2000. Årsakene til disse høye vekstratene er først og fremst at Kina har svært lave priser, dernest er kvaliteten på produktene deres god, utvalget veldig stort og leverandørene lette å samarbeide med. Den nye politiske åpenheten gjør det også lettere å handle direkte med leverandører herfra. Norske importører opplever videre at det er mindre 'red tape' i Kina enn i Norge. De har minimale problemer med myndighetene i Kina, mens det norske importsystemet kan være vanskelig å holde oversikt over.

De fleste importørene spår at i framtiden vil en stadig økende del av produksjonen innenfor de nevnte produktgruppene flyttes til Kina, og det regnes som svært vanskelig for andre land å kunne konkurrere med kineserne. Det er blitt hevdet at de fleste produkter som lages i andre land, enten det er leker, klær eller møbler, vil kunne sendes til Kina og bli produsert der til en lavere pris. En vareutvidelse av GSP ordningen ved at eksempelvis flere tekovarer innlemmes, vil stimulere importveksten fra Kina ytterligere. En del av denne veksten vil ramme de søreuropeiske landene, men også MUL-land kan bli berørt.

Mye av det som kjøpes fra land som Malaysia og Indonesia er også via etniske kinesere, og innkjøpskontorer som er lokalisert i Hong Kong trekker på leverandører over hele Sørøst Asia.

Norske importører har stort sett bare positive erfaringer med Kina, og en eventuell varetutvidelse av GSP ordningen for klær ønskes velkommen. Kinas WTO medlemskap forventes også å stimulere importen fra Kina ytterligere.

Leverandørkjeden: Relasjonsbygging

Det å 'pløye ny mark', gå inn på et ukjent marked og handle med mindre utviklede land, kan fortegne seg som lite hensiktsmessig for bedrifter som driver ensrettet kommersielt. Det innebærer en risiko man ikke har når man kjøper fra leverandører i land man er kjent med.

Importørene foretrekker å benytte seg av de leverandørene man allerede har etablert kontakt med, og som man vet man kan stole på. De fleste er åpne for å prøve nye produsenter en gang i blant. Det er imidlertid først og fremst produktets pris og kvalitet som i siste instans avgjør om en norsk importør er interessert i å kjøpe det, ikke hvorvidt produktet er lagd i et u-land eller ikke.

Vi registrerer en stor forskjell mellom matvareimportører og klesimportører med hensyn på relasjonsbygging. Mens klesimportører gjennom en årrekke har klart å etablere relasjoner til eksportkontorer eller bedrifter i Østen, er importen av matvarer 'nyere' og en har i mindre grad klart å etablere slike relasjoner. Relasjonsbygging er viktig for å redusere usikkerhet knyttet til import.

Manglende infrastruktur kan også gjøre leveringstiden usikker, og man regner også med at kvaliteten på varene ikke alltid vil holde mål.

Importører utenom matvareimportører tar ofte ut varene sine på messer, og benytter seg i liten grad av egne innkjøpskontorer og agenter. For en produsent er det å være tilstede på en messe viktig, men det er også relativt kostbart, og mindre produsenter med færre midler vil ikke ha de samme mulighetene til å markedsføre seg selv. Dette bidrar til at importørene gjerne handler med 'store' produsenter. De er lettest å nå.

Det synes også å være en oppfatning blant norske importører at MUL-land har et lavt image blant norske konsumenter, og man vil helst unngå at det står 'made in Bangladesh' på en vare. Man forventer med andre ord ikke at disse landene skal kunne produsere varer med høy kvalitet. For enkelte varegrupper som klær har imidlertid u-landene forbedret sitt image. Kina og Bangladesh representerer eksempler på dette.

'Rettferdig' import- solidaritetshandel

I Norge som i resten av Europa finnes det en del import fra utviklingsland som er iverksatt ut fra altruistiske motiver. Dette er ofte bedrifter som handler med småprodusenter som lager ting for hånd, og som gjerne er tilknyttet et bistandsprosjekt. Produsentene får på denne måten muligheten til både å tjene penger, og skaffe seg erfaring med produksjon og salg. Salg av matvarer som kaffe, te og bananer gjennom Max Havelaar (tidligere 'rettferdig handel')

merkeordning er én type såkalt solidaritetshandel, hvor produsentens ve og vel er i fokus. Denne typen handel har pågått i flere tiår. Mens man i andre europeiske land finner mange såkalte 'world shops' hvor slike produkter selges, både gaver og matvarer, har en liknende type institusjon vært fraværende i Norge siden grossisten 'Alternativ handel', et prosjekt i regi av Norsk Folkehjelp, ble lagt ned for noen år siden.

Det kan se ut som en ny trend er i ferd med å utvikle seg innen solidaritetshandel. Tidligere kjøpte man mest tradisjonelle produkter som gjenspeilet den kulturen produsentene levde i, og ikke nødvendigvis produkter som norske konsumenter ønsket seg. Verken produsenter eller norske konsumenter er imidlertid tjent med at handelen primært skal være en kulturformidling. En ser en ny trend hvor en ikke bare appellerer til nordmenns solidaritetsfølelse, men også deres smak og behov. Varene blir i større grad tilpasset norske konsumenters preferanser, og en søker å framstå annerledes enn andre produkter på markedet, og fortrinnsvis med høy kvalitet.

Både konsumenter som er ute etter et særegent produkt, og de som er opptatt av solidaritet med den tredje verden vil kunne akseptere en høyere pris for slike produkter. Denne typen solidaritetshandel vil sannsynligvis fortsette å være et nisjemarked, men vi skal ikke se bort fra at mer satsing på kvalitet og særegenhet vil gi økte markedsandeler for disse prosjektene.

NORAD gir i dag støtte til flere prosjekter som både har et idealistisk og kommersielt utgangspunkt, f.eks. støtte til Max Havelaar, Future & Hope og Isandi. Solidaritetshandel uten noe kommersielt grunnlag kan vanskelig bidra til noen vedvarende importøkning fra u-landene.

Hensyntaken blant importører til sosiale forhold i u-landene trenger imidlertid ikke alltid være motivert ut fra altruistiske hensyn. Konsumenter er på mange måter blitt mer 'sosialt ansvarlige' og liker ikke å kjøpe produkter som er produsert under dårlige arbeidsbetingelser eller som skaper negative miljøvirkninger.

Ett eksempel på hvordan miljøbevisste konsumenter forsøker å påvirke importmønsteret er de årlige kampanjene mot såkalte regnskogmøbler, hagemøbler laget av tropisk tømmer. Konsumentene stiller krav til møbelbransjen om at tropisk tømmer skal ha et sertifikat som beviser at treet ikke er hugget i truet regnskog, og norske importører av denne typen møbler har stort sett fulgt opp.

Informasjonssamfunnet gir oss økte muligheter for å avsløre arbeidsforholdene i utviklingsland. Importbedrifter som leverer produkter som er produsert under dårlige arbeidsforhold, kan dermed risikere å bli avslørt og bli stilt ovenfor boikottaksjoner fra konsumenter. Dette kan skje selv om importøren ikke har hatt noe kunnskap om arbeidsforholdene. Olympiatroppens boikott av undertøymerket Triumph er et eksempel på dette. At merket hadde en bedrift i Burma var nok til å boikotte selv om alle produktene deltakerne benyttet var produsert i andre land med presumptivt gode arbeidsbetingelser. Problemet er særlig aktuelt for store produsenter av klær og leketøy.

Majoriteten av våre importører av klær oppfatter det som et problem at konsumentene var splittede i sitt syn på import fra utviklingsland. På den ene siden er det bra å importere fra u-land. På den annen side er ikke en slik import 'ren' fordi arbeidsstandardene er for lave. Importører av matvarer møter samme problem. På den ene siden er en slik økt import positiv, på den annen side hevdes det at en slik import fører til mindre mat til fattige mennesker i u-land.

I valget mellom land og produsenter ser vi en tendens til at en velger leverandører som allerede leverer til andre land med store krav til sanitære og sosiale standarder, for eksempel EU. En er da lettere sikret at disse bedriftene også oppfyller tekniske og sosiale standarder i Norge.

Mer generelt opplevde mange av importbedriftene at de trengte veiledning i forhold til kunnskap om de enkelte eksportland, herunder kunnskap om menneskerettigheter og lovgivning. NORAD ble oppfattet som en aktør som kan bidra til økt informasjon og holdningsendringer på dette feltet.

5.3 Sektordiskusjon

Vi skal i dette avsnittet oppsummere de viktigste resultatene fra bedriftsintervjuene i sektorene matvarer, tekstiler, gaver og leketøy.

Matvarer

Vi har intervjuet bedrifter som driver med import av korn og kjøtt til Norge. Disse varene ble valgt ut på bakgrunn av Norges nedbygging av importvernet overfor MUL landene på disse områdene. Til dels betydelige tollreduksjoner gjorde at vi her ventet å finne et uutnyttet potensial for norsk import. I etterkant kan vi fastslå at potensialet for import av disse produktene er forholdsvis begrenset. En eventuell vekst i importen av matvarer fra u-land må derfor i første rekke komme innen andre varegrupper, inkludert andre matvarer.

Korn

Disse bedriftene er blitt intervjuet; Unikorn, Felleskjøpet, Norgesmøllene og Cerealia. Noen av disse bedriftene importerer i dag korn fra u-land, men ikke alle. Ikke alle bedriftene var kjent med at tollene på import fra MUL land oppheves fra 1. juli.

Norge importerer korn både til menneskeføde og til bruk i dyrefor. Alt som brukes av ris, mais, sorghum og soyabønner (for å nevne noen aktuelle produkter) blir importert. Også hveteimporten er betydelig, mens importen av bygg er på om lag 10% av den norske produksjonen (FAO, 1999). Flere bedrifter uttrykker til dels stor interesse for å importere mer korn når importbetingelsene blir bedre. Det er imidlertid betegnende at de mest entusiastiske er de som har minst erfaring med import fra u-land. Bedrifter

med erfaring med handel med u-land er til dels skeptiske til om det finnes muligheter for å øke importen til Norge av disse varene.

Motivet for å starte import fra u-land av disse varene er i første rekke gunstig pris. Noen u-land har dessuten ypperlig kvalitet på noen av sine kornslag.

Det er flere problemer med import av matvarer fra u-land. For det første er det et problem at det blir framstilt som negativt i norske media når man importerer mat fra fattige land. Importørene er derfor først og fremst interessert i å samarbeide med land som har et eksportoverskudd av vedkommende vare. Som vist i kapittel 3, er det svært få MUL land som har eksportoverskudd av korn.

Et annet problem er knyttet til den usikkerheten som råder omkring langsiktigheten i de gunstige importordningene som MUL landene nå vil få. Det finnes i dag ingen garantier for at det ikke vil komme innstramninger i politikken dersom importen rammer norske bønder. Slike innstramninger, eller såkalte "sikkerhetsmekanismer", kan implementeres for eksempel gjennom et "tak" (en kvote) på hvor mye som kan importeres tollfritt. Utstrakt import av korn fra u-land vil kreve visse investeringer fra norske importørers side, og derfor er det avgjørende med langsiktige, stabile rammebetingelser. Den norske GSP-ordningen gir ikke tilstrekkelig sikkerhet i så måte.

Av andre problemer ved import av korn fra u-land nevnes lang og til dels usikker leveringstid/forsinkelser og problemer knyttet til salmonella i visse typer dyrefor.

Flere importører nevner at NORAD kan spille en rolle som kontaktformidler og til å skaffe oversikt over aktuelle produsenter/eksportører i u-land.

Mel

Kornimportørene mener at import av mel til Norge fra u-land er lite aktuelt. Dette skyldes dels høye kostnader ved å transportere mel i sekk og dels problemer med å få innpass for importert mel i det norske markedet grunnet strenge krav til kvalitet.

Kjøtt

Vi har vært i kontakt med følgende bedrifter; F.W. Holst International, BM_Food Hanssen & Sandborg, Norsk Kjøtthandel og Norsk Polar. Flere av disse bedriftene importerer kjøtt fra u-land, særlig fra Botswana og Namibia. Totalt sett importerer Norge 5% av vårt forbruk av storfekjøtt og 12% av forbruket av svinekjøtt (FAO, 1999).

Bedriftene har gode erfaringer med import av kjøtt fra u-land. De framhever både pris og kvalitet som meget fordelaktig.

Av problemer med importen fra u-land nevnes stort byråkrati i Norge, negativ holdning til importert kjøtt blant norske konsumenter, dårlig tilgang på informasjon om potensielle eksportører i u-land og høye transportkostnader. Den største hindringen for å få til økt import av kjøtt til Norge er imidlertid at norske bønder føler seg truet av kjøttimporten, og at dette kan gi seg utslag i politiske vedtak som rammer importørene. Et annet potensielt problem/hindring kan være at norske bedrifter bare kan handle med land som er godkjent av EU (jf. veterinæravtalen).

Det påstås at det foregår svindel i det norske kjøttmarkedet ved at importert kjøtt blir merket som "godt norsk". Økt kontroll fra myndighetenes side etterlyses.

NORAD antas å kunne spille en rolle for kjøttimporten gjennom garantiordninger og ved å kunne rettlede norske bedrifter, særlig med tanke med å finne fram til aktuelle eksportører med interessante produkter. Enkelte produsenter i u-land trenger også hjelp til å forbedre designet på produktene sine.

Andre matvarer

Norge importerer en rekke matvarer fra u-land som ikke er omtalt i dette kapitlet. Det dreier seg om frukt, grønnsaker, sukker m.v. Våre analyser indikerer at det er liten grunn til å tro på en stor økning i importen av de jordbruksvarene hvor det er i ferd med å skje liberalisering i forhold til MUL landene. Potensialet for økt import er derfor antakelig størst innenfor de mer tradisjonelle importkategoriene. Vi viser til kapittel 2 for en nærmere redegjøring omkring tradisjonell import av matvarer til Norge fra våre hovedsamarbeidsland. Vi vil imidlertid understreke at det gjennom de bedriftsintervjuene som er foretatt, fester seg et bilde av at det er mangel på informasjon om potensielle eksportører i u-land. Tiltak innen markedsføring synes derfor å være av potensielt stor betydning.

Klær

Vi har valgt å konsentrere oss om norske importører av klær, og har intervjuet de største norske selskapene i klesbransjen: Voice ASA (holdingselskap for Voice Norge, Voice Europa, Boys Europe og Vic), og Varnergruppen (holdingselskap for Cubus, Dressmann, Carling, Bik Bok, Vivekes, Varners og Warehouse). Deres omsetning for år 2000 var på henholdsvis 1,7 mrd og 4 mrd. kroner. Vi har i tillegg vært i kontakt med noen mindre importører, Skjelland engros og Namasté. Det eksisterer i tillegg store utenlandske kjeder som Hennes & Mauritz, Kappahl og Lindex som står for en høy import av klær til Norge. All deres import styres imidlertid fra deres hovedkontorer i Sverige. Kjedene dominerer det norske detaljomsetningsmarkedet for klær.

Norsk import av klær (HS 61 og HS 62) utgjorde omlag 10,7 mrd kroner i 2000, og importen utgjør mer enn 90% av omsetningen av klær. Kina har en importmarkedsandel på 26%, og for enkelte produktkategorier er den over 60%. Norges samarbeidsland har en importmarkedsandel på 40%. Det

importeres ellers mye fra Sør-Europa. Bransjen forventer en økning i importmarkedsandelen fra u-land, særlig Kina.

De store kjedene benytter seg av eksportkontorer i Hong Kong, og i mindre grad av agenter. Det ser ellers ut til å være en utvikling mot at de store importørene tar mer direkte kontakt med fabrikantene eller deres representanter. De mindre importørene kommer gjerne i kontakt med eksportører på messer, og handler mer via mellommenn.

Klessimportørene opplever at toll- og kvoteordninger, standarder og opprinnelsesregler kan være et problem. I følge HSH er dette en av grunnene til at det er så få norskeidde bedrifter som importerer direkte fra utviklingsland eller andre land. Med unntak av noen få store aktører, er importbedriftene simpelthen ikke store nok til å bære transaksjonskostnadene ved en slik handel. Regelverket for import av klær er vanskelig å forholde seg til, og mindre selskaper har ikke kapasitet til å opprette egne innkjøpskontorer i Hongkong for å ta seg av problemene der eller ansette folk hjemme for å holde orden på det innfløkte regelverket. For å slippe slike problemer, importeres produkter heller via tredjeland hvor en lar andre store importører ta seg av slike transaksjonskostnader. Innfløkte opprinnelsesregler, nye krav til sprøytemiddelbruk og forventninger om at bedrifter skal oppføre seg sosialt ansvarlig gjør det enda mer komplisert, ettersom slike krav er svært vanskelig å kontrollere.

Varnergruppen er opptatt av norske holdninger til varer produsert i utviklingsland, og mener at presset om å overholde sosiale standarder gjør det vanskeligere å importere fra fattige land hvor barnearbeid og lave standarder kan være et problem. De andre importørene synes ikke å legge like stor vekt på dette.

Begge de to store kjedene som er intervjuet foretrekker å kjøpe produkter på FOB basis (produktet leveres da ferdig ved havn) slik at de unngår å organisere innkjøp av stoffer og tilbehør på egen hånd. I Kina finnes det et marked for både tekstiler, tilbehør og klær. Dette gjør det lettere å handle med Kina enn med Bangladesh, fordi produsentbedriftene får tilgang til stoffene umiddelbart mens i Bangladesh må slike stoffer importeres. De små importbedriftene er forøvrig varsomme med å spre seg mellom mange importland.

Det finnes eksempler på små importører som importerer håndlagde klær fra andre utviklingsland enn Kina, som Indonesia og Nepal. Disse frakter gjerne varene med fly, og utsalgsprisen for varene blir dermed svært høy. Slike klær vil neppe bli noe mer enn et nisjeprodukt, men det er interessant å merke seg at tiltak av denne typen både skaper arbeidsplasser blant småprodusenter i utviklingsland og ser ut til å være økonomisk lønnsomme for eierne av bedriftene.

Ingen av bedriftene som ble intervjuet kjente til NORADs importstøtteordninger. NORAD bør derfor informere klessimportørene om sine importstøtteordninger. Videre kan de informere politiske beslutningstakere om

problemer som u-landene har som følge av at regelverket for klær er veldig uoversiktlig og restriktivt (f.eks. mhp opprinnelsesland). NORAD innehar også en betydelig landkunnskap som kan være verdifull for bransjen ved valg av nye leverandørland. Også positive holdningskampanjer til import av varer fra u-land ble framhevet av enkelte representanter fra bransjen.

Leketøy

Det norske markedet for import av leker består av noen få, relativt store aktører. Vi har vært i kontakt med BRIO, J. L. Carlsen, Ringo og InterToy. Importen fra utviklingsland dreier seg i hovedsak om import fra Kina. I 2000 var verdien av import av leker fra Kina på 717 millioner. Av Norges totale import av leketøy utgjør dette mellom 40 og 50 prosent. Import fra utviklingsland utgjør omtrent halvparten av den totale importen av leketøy. Av denne kommer omtrent 90% fra Kina. Andre samarbeidsland som er representert med relativt høye importtall for leker, spill og sportsartikler (HS-kode 95) er Pakistan med 18 millioner. Bangladesh, Indonesia, Sri Lanka, Vietnam og India har alle eksport til Norge på over 5 millioner (Bangladesh har 2,7 millioner). Leketøysforhandlere importerer også mye fra EU og USA, men produktene som kommer derfra har ofte deler som igjen kommer fra utviklingsland.

Importørene tar som oftest ut varene sine på messer, og benytter seg i liten grad av egne innkjøpskontorer og agenter. Man skifter i liten grad ut leverandører man har etablert et samarbeid med.

Importører av leketøy har et potensielt problem når de skal kjøpe varer fra utviklingsland, fordi man må overholde visse standarder som gjelder for leker. De unngår dette problemet ved å benytte seg av fabrikker som allerede produserer for andre europeiske land, og som derfor holder EU-standard på varene. Med kjente leverandører er det også mindre sjanser for å få feil på varene.

På grunn av medieoppmerksomhet omkring problemet med barnearbeid, drar gjerne importørens egne representanter på fabrikkbesøk for å sjekke forholdene der. Det er en fordel å handle med få land, fordi de da kan besøke mange fabrikker på en reise.

Leketøysimportører bruker sjelden eget design når de får lekene produsert. Dette kan skyldes at mye av lekene er støpt i plast, og kostnadene per enhet tilsier at man må opp i et stort volum for at det skal lønne seg. I utgangspunktet er importørene interessert i å finne produsenter som allerede har produkter som norske konsumenter etterspør, men det vil også være mulig å få egne produkter laget for seg. Det er også mulig å få eget design på tøyleketøy som bamser o.l.

Importører av leker er i varierende grad kjent med NORADs importtiltak. Utskiftninger av personale kan være en av årsakene, og nye krefter vil kanskje være interessert i å prøve på nytt. En av leketøysimportørene hadde tidligere et utstrakt samarbeid med NORAD. Dette samarbeidet tok slutt fordi

importøren mente NORAD brukte for mye av sine midler på egne reiser. Det ble i den sammenheng påpekt at det til syvende og sist er et salgbart produkt som er avgjørende for om bedriften vil gå over til å bruke leverandører i MUL-land. NORAD kan bare spille en liten rolle i så måte.

Møbler

Disse bedriftene har blitt intervjuet: Bohus, Møbelringen, Skeidar, Interstil, Martinsen-gruppen. Antallet norske importører av møbler fra utviklingsland er sannsynligvis noe mindre enn for leker og gaver. De store møbelkjedene har lite eller ingen direkte import, men benytter seg av grossistfirmaer, norske eller skandinaviske. Disse norske kjedene hadde en årsomsetning på rundt 1,5 mrd. i 2000.

Norske konsumenter etterspør i stor grad furumøbler. Disse kan vanskelig produseres i utviklingsland, men det importeres en del fra Balkan. En stor del av møblene som importeres fra utviklingsland er hagemøbler av foredledetresorter, eller kurvmøbler. Det handles mye med Kina, men også Indonesia, Vietnam og India.

Leverandørkjeden til de norske importører er organisert på forskjellig vis, noen har egne innkjøpskontorer, andre reiser bare på messer og fabrikkbesøk. Som for de andre sektorene, blir det sett på som viktig å skape lojale bånd til leverandørene.

Det å importere møbler anses i seg selv som svært tungvint, og dette er årsaken til at de store møbelkjedene har valgt å ikke drive med direkte import selv. Blant de vanskeligheter importørene har støtt på nevnes særlig problemer med transport. Forsinkelser oppstår lett dersom det er kapasitetsproblemer, i tillegg til at transportkostnadene øker. Etersom de bestiller mindre kvanta enn andre land, får ofte deres leveringer lavest prioritet, men dette problemet er kanskje mer utbredt når det importeres fra Europa og USA. Enkelte importører mener også at tollsystemet har gitt dem unødig mye vanskeligheter.

Det at møbelimportører tilsynelatende er svært avhengige av et velfungerende transportsystem gjør at de nødvendig vil begynne å handle med et land hvor de ikke kjenner til infrastruktur og transportmuligheter.

Møbelimportørene er i varierende grad kjent med NORADs tiltak for økt import fra utviklingsland, og de mener at den beste måten å øke import fra disse landene er å oppdrive salgbare varer.

En representant for en større møbelkjede påpekte problemet med holdninger i Norge til varer fra utviklingsland. Møbelbransjen har opplevd et negativt fokus på handel med utviklingsland gjennom kampanjer mot hagemøbler av regnskog, og gjennom norske myndigheters oppfordring om å boikotte Burma (en del av importen herfra var, og er fortsatt, møbler). Det blir foreslått at man på samme måte som Bondevik i 1997 oppfordret til boikott av Burma, burde oppfordre til økt import fra utviklingsland.

Som tidligere nevnt er mye av det som importeres eksklusive tresorter som teak. Etter påtrykk fra norske miljøorganisasjoner vil norske grossister ikke kjøpe slike tresorter med mindre det foreligger et sertifikat på at de kommer fra plantasjer og ikke fra truet regnskog. For store bedrifter er det ikke noe problem å kjøpe slike sertifikater, men mindre produsenter har ikke råd til dette og ekskluderes dermed fra markedet. En importør hevdet også at sertifikatene ikke hadde noen verdi, idet fabrikantene som fikk dem i like stor grad benyttet seg av trær hogget i regnskog som usertifiserte fabrikanter.

Det aller meste av møbler som importeres til Norge er fabrikkerte varer. Men mye produksjon gjøres også for hånd, og en importør mente at det her kunne være muligheter for produsenter i mindre utviklede land. Møbler som er laget for hånd regnes som kvalitetsmessig bedre enn de som er fabrikklaget, og oppnår en langt høyere pris. Det vil kreves av importøren at man gir nøye instruksjoner i hvordan møblene skal tillages, men dette er instruksjoner som også gis til større fabrikker i for eksempel Kina, slik at det vil ikke nødvendigvis være en ekstra belastning for importøren. En annet problem er selvfølgelig om norske konsumenter vil etterspørre håndlagde møbler fra MUL-land dersom de er mer kostbare enn andre møbler. Derest kommer spørsmålet om infrastrukturen i landet fungerer, slik at transport og transaksjoner kan gå greit for seg.

Gaveartikler

Vi har intervjuet Brødrene Flaarønning AS, Perfect Home AS, Isandi, Future & Hope, Scangifts og Gave- og Interiørgrossisten. I kategorien gave- og interiør regner man produkter som keramikk, smijern, trefigurer, porselen m.m. Det finnes svært mange norske importører av gaver, Norske gavegrossisters forening har rundt 120 medlemmer. De fleste er veldig små, og svært få har en årsomsetning på mer enn 70 millioner kroner.

Mange av grossistene handler med utviklingsland i Asia, spesielt Kina, og til dels India. En del handler også med Malaysia, Indonesia, Thailand og Fillipinene. De asiatiske landene tilbyr først og fremst lave priser. Men de er også i stand til å lage de produktene norske konsumenter ønsker, gjerne produkter med en norsk design. Kvaliteten på varene herfra blir stadig bedre.

Noen få, svært små grossister handler med Afrika. Disse startet med et idealistisk utgangspunkt, men det er for tidlig å si om de er kommersielt selv bærende. Erfaringene de har gjort seg tyder også på at denne typen handel er tidkrevende og risikofyllt.

De fleste importørene reiser på messer til Europa eller Asia og tar ut varene sine der. Noen drar også på fabrikkbesøk. Det er ikke noe problem å oppnå kontakt med nye leverandører, men det er mest praktisk å bruke de man allerede har etablert kontakt med.

Det problemet som nevnes oftest, er feil på varer på grunn av mangelfull utføring eller pakking. Dette gjelder i mindre grad Kina. Mange har hatt uheldige episoder med India. Generelt kan leveringstid også være et problem.

Tollsatser og tekniske standarder ser ikke ut til å være et problem for norske gavegrossister. Etersom de fleste er små med ukjente merker, er norske konsumenters holdninger ikke noe de trenger å frykte i forbindelse med overholdelse av sosiale standarder under produksjon.

Kategorien 'gaver' omfatter en stor mengde forskjellige produkter, og det er mulig å finne produkter og leverandører som er interessante, også i MUL-land. En produsent med den rette kompetansen vil kunne være i stand til å produsere de varene norske grossister ønsker seg. Men ikke alle importører vil være villige til å ta den risikoen det innebærer å handle med land hvor infrastrukturen kan forårsake problemer for transporten, og hvor manglende erfaring tilsier at kvaliteten på varen som kommer frem kan variere. Noen vil det likevel være, og det kan lønne seg å sende ut informasjon om NORADs støtteordninger for økt import til bedrifter i denne kategorien. En del, men langt fra alle, er fra før kjent med disse tiltakene.

En av de intervjuede gavegrossistene hadde ønsket seg at NORAD arrangerte kvalitetskontroll av varepartiet før de ble sendt av gårde. Mange utviklingsland krever forhåndsbetaling for varene, og det er svært vanskelig å få noe igjen på reklamasjon dersom det er store feil på levering. NORAD kan iverksette garantiordninger for å redusere slike problemer.

6. Kompetanse blant institusjoner

37 institusjoner ble kontaktet i forbindelse med kartleggingen av norsk kompetanse innen handel med utviklingsland. Blant disse var det 26 som returnerte et utfylt skjema, 15 forskningsinstitusjoner og 12 andre organisasjoner. Vi har valgt å presentere resultatene av denne kartleggingen i appendiks 3 og 4. Appendiks 3 gir en oversikt over de forskjellige institusjonene som har deltatt i kartleggingen, med adresse og i de fleste tilfeller også navn på aktuelle ressurspersoner i institusjonen. Appendiks 4 gir en oversikt over de fagområdene som er blitt kartlagt og hvilke institusjoner som besitter kompetanse på de forskjellige områdene.

Samtlige ble bedt om å oppgi navn på personer i institusjonen med relevant kompetanse, og hvorvidt disse kunne bli kontaktet av NORAD for eventuell kapasitetsoppbygging. I de tilfellene hvor navn ble oppgitt, svarte de fleste ja på dette spørsmålet. Enkelte unnlot å besvare spørsmålet, men dette kan skyldes at den som returnerte skjemaet ikke hadde anledning til å spørre de aktuelle personene. Ingen besvarte spørsmålet med et nei. NORAD har med andre ord fått signaler som indikerer at respondentene er åpne for et eventuelt samarbeid med NORAD. Et slikt samarbeid må imidlertid ha et klart innhold før noen av partene kan forplikte seg.

Av kartleggingsprosjektet kommer det fram at man i Norge har drevet utbredt forskning på virkninger av handel i utviklingsland, spesielt økonomisk vekst, fattigdomsreduksjon og miljø. Også når det gjelder formelle handelsbegrensninger for utviklingsland, som toll og kvoteordninger, opprinnelsesregler og GSP er det mye kompetanse å hente både fra forskningsmiljøer og ellers.

Samtidig ser vi at på de områdene som gjelder hvordan man i praksis kan øke importen fra utviklingsland, for eksempel angående informasjon om salgsmuligheter i eksportmarkedet (kunder, priser, konsumentpreferanser m.m.), og eksportfinansiering, er det gjort lite forskning. SNF, CMI, NUPI og ECON har noen få personer som mener de har kompetanse på området. Av andre organisasjoner enn forskningsinstitusjoner er det bare Max Havelaar som har notert seg her.

7. Konklusjon

Vi har i denne rapporten søkt å identifisere varer og varegrupper hvor det er et potensial for økt import til Norge fra våre samarbeidsland. Gjennom intervjuer med bedrifter som handler med u-land eller opererer i bransjer hvor det finnes et potensial for slik handel, har vi også søkt å identifisere hvilke problemer og erfaringer bedriftene har med u-landsimport. Endelig har vi kartlagt institusjoner og ressurspersoner i Norge med kompetanse på disse problemområdene.

Rapporten har fokusert på muligheten for å øke importen fra Norges hovedsamarbeidsland, selv om andre samarbeidsland og import fra u-land i sin alminnelighet også blir kommentert underveis. Grunnen til dette er for det første at det er i våre hovedsamarbeidsland at vi har størst mulighet til å bidra til å bygge opp nødvendig eksportkapasitet. Videre er det klart at Norge ser det som særlig viktig å øke importen fra MUL landene (jf. Norges vedtak om tollfrihet for import på alle produkter fra MUL). Rapporten har også et særskilt fokus på følgende varegrupper; matvarer og andre jordbruksvarer, tekstiler og klær, møbler, gaver og leketøy.

Vi har benyttet tre ulike indikatorer for å identifisere varer hvor det finnes et potensial for økt norsk import fra disse landene: i) varer som samarbeidslandene eksporterer mye av, samtidig som den norske importen fra disse landene er lav sammenlignet med andre OECD land; ii) varer hvor norske tollsatser/tollinntekter er høye; iii) varer hvor eksisterende preferanseordninger er mangelfullt utnyttet.

Kapittel 2 tar utgangspunkt i den første tilnærmingen, altså i en sammenligning av importmarksandelene i Norge med de tilsvarende importmarksandeler i et utvalg av OECD land. Slike beregninger sier noe om hvorvidt Norge relativt sett importerer mye eller lite av produkter hvor samarbeidslandene allerede har etablert distribusjonskanaler til andre land.

Når vi ser alle varegrupper under ett, finner vi at Norge importerer relativt sett mindre fra de aller fleste av våre samarbeidsland enn det EU og USA gjør. Bare Tanzania og Uganda har en høyere andel av den norske importen enn de har av importen til EU og USA. Til tross for at sammenligninger av denne art har klare svakheter, kan dette tyde på at det finnes et potensial for økt import til Norge fra de fleste samarbeidsland.

Når vi bryter analysen ned på produktgrupper, finner vi at særlig EU's import av jordbruksvarer i større grad kommer fra våre hovedsamarbeidsland enn hva tilfellet er med vår egen jordbruksvareimport. Videre finner vi at det er særlig for spesifikke jordbruksprodukter som reker, kaffe, sukker, frukter og nøtter at det ligger et ytterligere importpotensial fra våre hovedsamarbeidsland. Det er imidlertid bare fra Bangladesh og delvis fra Nepal det finnes et videre importpotensial for klær. Vi har ikke lyktes med å

identifisert andre produktgrupper (f.eks leketøy) hvor hovedsamarbeidslandene har en viss størrelse på sin eksport og hvor samtidig markedsandelene i Norge er lavere enn i sammenlignbare land.

I kapittel 3 har vi forsøkt å identifisere varegrupper der det finnes potensial for økt import til Norge gjennom bedring av importvilkårene. To sektorer peker seg ut; tekstiler/klær og jordbruksvarer. Tekstiler/klær er i dag tollfrie for MUL land, mens "ordinære" u-land har tollpreferanser (dvs. nulltoll) bare for noen produktkategorier. I forhold til EØS-landene representerer dagens importregime en klar konkurranseulempe for u-land som produserer varer som ikke faller innunder GSP ordningen. Å utvide tollpreferansene for "ordinære" u-land vil stimulere importen fra disse landene, særlig fra Kina. For MUL landene (for eksempel Bangladesh) kan virkningen imidlertid være negativ fordi de møter sterkere konkurranse fra Kina og andre ordinære u-land.

Når det gjelder jordbruksvarer, eksisterer det et betydelig potensial for å stimulere importen fra u-land gjennom å gi større tollpreferanser. Dette vil imidlertid kreve en betydelig omlegging av hele den norske jordbrukspolitikken, og en bred studie av potensialet for jordbruksimport anses derfor å være utenfor rammene av dette prosjektet. I jordbrukssektoren har vi derfor valgt å konsentrere oppmerksomheten om potensialet for økt import som følge av at Norge i løpet av 2002 innfører full toll og kvotefrihet på all import fra MUL land. De varene som berøres av dette vedtaket er korn, mel, dyrefor og storfekjøtt. Vi finner at potensialet for eksport fra MUL land er begrenset innen de fleste av disse varegruppene, fordi MUL landene har liten produksjon og/eller fordi de har en betydelig nettoimport av disse varene. Mest aktuelt synes å være import av mais og ris til dyrefor. Det er imidlertid et problem for norske importører av jordbruksvarer at GSP ordningen er lite forutsigbar, noe som hemmer lystene til å satse på u-landene som matvareleverandør.

I kapittel 4 studerer vi landenes utnyttelse av den norske GSP ordningen med tanke på å identifisere varer hvor importen kan stimuleres gjennom en bedre utnyttelse av dagens preferanseordning. Vi finner at utnyttelsesgraden er rundt 80% i gjennomsnitt for våre samarbeidsland, dvs. at 80% av den importen som faller inn under GSP-ordningen faktisk innvilges GSP behandling. Utnyttelsesgraden er lavest for de hovedsamarbeidsland hvor GSP-ordningen har størst betydning, dvs. de landene som eksporterer varer som normalt er underlagt tollplikt. Det er vanskelig å tenke seg andre forklaringer på dette enn strenge opprinnelsesregler. Men vi kan ikke utelukke at også mangel på kunnskap om GSP ordningen kan forklare noe av den lave utnyttelsesgraden. NORAD bør undersøke om de i så fall kan bidra til å bedre utnyttelsen av dagens preferanseordninger.

Omlag 80% av den importen fra våre samarbeidsland som faktisk får GSP-støtte, kommer fra Kina. Det er derfor betimelig å spørre om den norske GSP-ordningen er nok målrettet ved valg av land – særlig fordi det primære siktemålet med slike preferanseordninger er å favorisere de svakeste landene.

Vi har identifisert bedrifter som er aktuelle som importører av varer fra u-land (se liste i Appendiks 6). På denne listen er det stort sett relativt store selskaper som er representert. Det betyr selvsagt ikke at det ikke også finnes en mengde mindre bedrifter som er potensielle importører av varer fra u-land. Gjennom intervjuer med representanter for bedriftene har vi dannet oss et bilde av hvilke faktorer som hindrer import fra våre u-landene. Dette er nærmere omtalt for de enkelte varegrupper i kapittel 5. Konklusjoner av mer overordnet art som kan trekkes ut av bedriftsintervjuene er blant annet følgende; i) Det er vanskelig for andre u-land å konkurrere med Kina. ii) Stabile relasjoner til leverandørene er ønskelig. Leveringsdyktighet over tid er derfor sentralt. iii) Konsumentene har et ambivalent forhold til import fra u-land. På den ene siden oppfattes slik import bra ut fra solidaritetshensyn, men på den andre side er det problemfullt på grunn av dårlige arbeidsstandarder i u-land og på grunn av at import av mat fra fattige land kan vekke negative reaksjoner. iv) Å handle med u-land oppleves som risikofyllt. v) Vi ser en økt trend i retning av at handel med u-land ikke bare skal baseres på solidaritetsfølelse, men også på at produktene faktisk tilfredsstillende forbrukernes smak og behov. vi) Langt fra alle bedrifter er kjent med NORADs støtteordninger til import. vii) Til syvende og sist er det produktets pris og kvalitet som avgjør om det blir importert til Norge, ikke om det kommer fra et u-land eller ikke.

Gjennom våre bedriftsintervjuer, fester det seg et bilde av at det er mangel på informasjon om potensielle eksportører i u-land. Tiltak innen markedsføring synes derfor å være av potensielt stor betydning.

Ved siden av importbedriftene finnes det en rekke forskningsmiljøer og andre organisasjoner i Norge med betydelig kompetanse omkring import fra u-land. Kapittel 6 gir en kort introduksjon til det materialet som er samlet inn om tilgjengelig kompetanse innen denne type institusjoner (se Appendiks 3 og 4). Det viser seg at det finnes mye kompetanse omkring virkninger av handel for u-landene, spesielt virkninger på økonomisk vekst, fattigdomsreduksjon og miljø. Også når det gjelder spørsmål omkring formelle handelsbegrensninger for u-land, så som toll og kvoteordninger, opprinnelsesregler og preferanseordninger er det mye kompetanse å hente både i forskningsmiljøene og ellers. Samtidig ser vi at på de områdene som gjelder hvordan man i praksis kan øke importen fra utviklingsland, for eksempel angående informasjon om salgsmuligheter i eksportmarkedet (kunder, priser, forbrukerholdninger m.m.), og eksportfinansiering, finnes det ikke en like sterk kompetansebase, i hvert fall ikke i de institusjonene som vi vært i kontakt med.

Litteraturliste

NORAD. 2001. Veiledning for norske bedrifter som vurderer import fra utviklingsland. Avdeling for sivilt samfunn og næringsutvikling, Seksjon for handel og næringsliv. Juni 2001.

ECON. 2001. Det norske importvern. Rapport 87/01

Finansdepartementet. St.prp 1. (2001/2002.) Statsbudsjettet 2002

Finansdepartementet. St. meld. nr. 2 (2000-2001) Revidert nasjonalbudsjett 2001. (<http://odin.dep.no/fin/norsk/publ/stmeld/006001-040010/index-ind001-b-n-a.html>)

Hagen Rune Jansen, Ottar Mæstad og Arne Wiig. 2001. Economic impacts on the least developed countries of the elimination of import tariffs on their products. Evaluation Report 2/2001. Royal Norwegian Ministry of Foreign Affairs. http://odin.dep.no/archive/udvedlegg/01/02/2073_004.pdf

OECD. 2001. Tariffs and Trade 2000. CDROM

Statistisk Sentralbyrå (SSB). 2001. Utenrikshandel 2000.

Toll- og avgiftsdirektoratet: Rundskriv 96/379-66. Generelle tollpreferanser for import av varer fra utviklingsland - GSP.

Toll- og avgiftsdirektoratet. Toll- og avgiftsdirektoratet. Særmelding nr 6A/2000 Vedrørende det Norske GSP systemet.

Appendiks 1

MANDAT FOR GJENNOMGANG AV NORSK KOMPETANSE INNEN HANDEL OG UTVIKLING

Mellom

Chr. Michelsens Institutt
(heretter kalt CMI)
Postboks 6033 Postterminalen
5892 Bergen

og

NORAD
Postboks 8034 Dep.
0030 Oslo

1. Bakgrunn

Med utgangspunkt i den økte prioritering som er gitt til handel innen norsk bistand både på det multilaterale og bilaterale felt, er det ønskelig å utdype kunnskapen om og kartlegge norsk kompetanse innen det handelsrelaterte området. Som en følge av innføring av null-toll for MUL, er det også ønskelig å bidra til økt import av varer til Norge som kan bidra til å gi mer inntekter til eksportører i sør.

2. Formål

Hovedformålet med NORADs handelsrettede virksomhet er å bidra til å bedre de nasjonale rammevilkår for handel samt bygge opp nasjonal kompetanse og næringsvirksomhet for å øke handelen og eksporten fra utviklingsland til det internasjonale og norske marked. NORAD skal også bidra til at utviklingslandene styrker sin deltakelse og posisjon i internasjonale forhandlinger WTO. Forbedret markedsadgang og justeringer i regelverket for å bedre ivareta utviklingslandenes særlige behov er sentrale tema i denne forbindelse. Det er satt i gang en revidering av ordningene for å øke import til Norge for i større grad å tilpasse retningslinjene nye behov i markedet. En slik revidering tvinges også frem som følge av vedtaket om avbinding av all norsk bistand fra og med 1. januar 2002. Det er i denne forbindelse ønskelig at CMI/SNF foretar en kartlegging av handelsrelaterte miljøer i Norge - organisasjoner, institusjoner, bransjer/bedrifter/importører.

3. Oppdraget

Studiet skal begrenses til kompetanse på handel med norske hovedsamarbeidsland og samarbeidsland (gruppe 2). Utredningen skal fokusere på to ulike typer aktører:

- A. Norske offentlige institusjoner, forskningsmiljøer, organisasjoner og andre kompetansemiljøer. Aktuelle aktører kan være UD, NHD, NUPI, NHO, SUM, Max Havelaar og Oslo handelskammer. Disse aktørene vil være sentrale i en institusjonsutviklingssammenheng. Det vil være opp til CMI å gjøre en vurdering av hvilke aktører som skal inkluderes i studiet, men NORAD vil være

behjelpelig med råd. Det vil ikke være nødvendig å vurdere alle aktører like inngående, men det vil være viktig at sentrale aktører som ikke vurderes nevnes for oversiktens skyld.

- B. Bedrifter/bransjer med potensiale for import fra norske samarbeidsland. Det skal hovedsaklig fokuseres på grossitleddet innenfor følgende bransjer: klær, matvarer, møbler, leker og gaveartikler

Utredningen som fokuserer på aktører i gruppe A skal omfatte en kartlegging og vurdering av norsk kompetanse innenfor følgende fagområder:

- Overordnet handelspolitikk, systemkompetanse og WTO regelverk
- Institusjonsutvikling innen for handel og utvikling, herunder toll, standarder og kvoter
- Regionalt og bilateralt handelssamarbeid

Studien som fokuserer på aktører i gruppe A skal blant annet forsøke å besvare følgende spørsmål:

- Hvilke norske miljøer har kompetanse innenfor de ovennevnte fagområder? En skal her basere seg på lett tilgjengelig informasjon.
- Har de ressurser og et ønske om å gå inn med kapasitetsbygging i samarbeid med NORAD?

For aktører under gruppe B skal utredningsrapporten konkret inneholde:

- a) En oversikt over hvilke bedrifter/bransjer som har størst interesse av å importere varer fra norske hovedsamarbeidsland/samarbeidsland.
- b) En vurdering av hvilke bedrifter/bransjer som kan tenkes å være interessante samarbeidspartnere for NORAD i arbeidet med å utvikle handelsfremmende tiltak samt konkret øke handelen med ovennevnte land.

Studien skal begrenses til siste del av 1990-tallet. CMI skal tilrettelegge data fra SSB etter avtale med NORAD.

4. Metode

Undersøkelsen skal gjennomføres ved at CMI og SNF systematiserer egen kunnskap og innsikt og tar i bruk tilgjengelig informasjon i NORAD, UD, NHD, Statistisk Sentralbyrå og andre kilder, inkludert ulike forskningsmiljøer. Omfanget av de undersøkelser som skal foretas skal ses i sammenheng med hva man kan forvente å oppnå med den enkelte henvendelse, idet både tids- og økonomiske ramme skal være begrenset. Korte telefonintervjuer av enkelte aktører i gruppe A bør gjennomføres basert på spørsmålene listet opp under 3. Aktører under gruppe B bør spørres om de har samhandel med de nevnte landene og hvorfor/hvorfor ikke slik handel foregår.

5. Ramme

Kostnadene ved oppdraget vil dekkes i henhold til rammeavtale mellom NORAD og CMI av 22.5 2001. Studiet skal foreligge på norsk 1. februar 2002.

Appendiks 2

Spørreskjema for kartlegging av norsk kompetanse

Handel har fått økt prioritering innen norsk bistand, og i den forbindelse ønsker NORAD en oversikt over norsk kompetanse innen det handelsrelaterte området.

CMI/SNF foretar en kartlegging av norske forskningsinstitusjoner, organisasjoner, bransjer/bedrifter/importører med kompetanse innen handel og utvikling. Vi foretar i tillegg statistiske analyser av norsk import fra utviklingsland og intervjuer med faktiske og potensielle importører.

Oversikten vil brukes til å identifisere ressurspersoner/institusjoner på felt som er av betydning for u-landenes handelssamkvem med Norge eller som kan være mulige samarbeidspartnere for NORAD.

Det vil være til stor hjelp om dere kan fylle ut (fortrinnsvis elektronisk) vedlagte skjema for kartlegging av kompetanseområder og returnere det til oss det innen 07.01.02.

Skjemaet skal fylles ut etter følgende mal:

- På listen over fagområder, skriv opp initialer (eller navn) på personer hos dere som har kompetanse på området. Dersom det finnes kompetanse på fagområder dere mener er relevante, men som vi har utelatt, kan disse føres inn under 'annet'.
- På listen etter skjemaet, før inn fullt navn og initialer på de personene som har relevant kompetanse, og eventuelle landområder de har som spesialfelt.
- Svar ja eller nei på spørsmålet om disse personene har ressurser og et ønske om å inngå i kapasitetsbygging med NORAD innen det handelsrelaterte området.

Eventuelle spørsmål kan rettes til Anna Milford eller til prosjektleder Dr. Arne Wiig, CMI

Spm. til institusjoner og organisasjoner		
Fagområde:		
	Kompetanse	Spisskompetanse
1. Handelsbegrensninger for u-land		
a) Toll og kvoteordninger (herunder WTO regelverk)		
b) Standarder (bl.a. sanitære og phytosanitære)		
c) Opprinnelsesregler		
d) Informasjon om salgsmuligheter i eksportmarkedet (kunder, priser, konsumentpreferanser m.m.)		
e) Konkurransforhold i eksportmarkedet		
f) Annet (spesifiser)		
2. Samarbeidsavtaler der u-land inngår		
a) Regionale handelsavtaler		
b) Preferanseordninger (GSP)		
c) Annet (spesifiser)		
3. Multinasjonale selskapers betydning for u-land		
a) FDI (utenlandske investeringer i u-land)		
b) Kompetanse og teknologioverføringer		
c) Annet (spesifiser)		
3. U-landshandel med spesifikke varer		
a) Matvarer		
b) Tjenester		
c) Tekstiler		
d) Naturressurser (olje, mineraler, tømmer etc.)		
e) Annet (spesifiser)		
5. U-landenes egen handelspolitikk		
a) Strukturelle tilpasningsprogrammer		
b) Valutakurspolitikk		
c) Eksportfinansiering		
d) Annet (spesifiser)		
6. Virkninger av handel		
a) Økonomisk vekst		
b) Inntektsfordeling/fattigdomsreduksjon		
c) Miljø		
d) Etske aspekter og sosiale konsekvenser ved handel (arbeidsforhold, barnarbeid, merkeordninger, sertifisering)		
f) Annet (spesifiser)		

Navn på personer med relevant kompetanse:	Ev. landområder som spesialfelt:	Kan bli kontaktet av NORAD for eventuell kapasitetsoppbygging: Eventuelle kommentarer:
---	----------------------------------	---

Eventuelle andre kommentarer:

Appendiks 3

Oversikt over kartlagte institusjoner

Chr. Michelsens Institutt	56
ECON	56
FAFO	57
Fridtjof Nansen Institute	57
NORAGRIC (Centre for International Environment and Development Studies)	58
Norges Handelshøyskole (NHH)	58
Norges Landbrukshøyskole (NLH)	59
Norsk institutt for landbruksøkonomisk forskning (NILF)	59
Norsk Utenrikspolitisk Institutt (NUPI)	69
Samfunns- og næringslivsforskning AS (SNF)	60
Senter for flerkulturelt og internasjonalt arbeid (SEFIA)	61
Senter for miljø og utviklingsstudier (SEMUT)	61
Senter for utvikling og miljø (SUM)	61
 <i>Institusjoner/organisasjoner</i>	
Det norske veritas (DNV)	62
Fiskeridirektoratets kontrollverk	62
Handels og servicenæringens hovedorganisasjon (HSH)	63
Justervesenet	63
Kirkens nødhjelp	64
Max Havelaar Norge	65
Norges standardiseringsforbund	65
Næringslivets hovedorganisasjon (NHO)	65
Oslo Handelskammer	66
Statens landbruksforvaltning	67
Statens næringsmiddeltilsyn	67
Toll og avgiftsdirektoratet	68
Organisasjoner som har blitt forespurt, men som ikke har kompetanse	68
Organisasjoner som ikke har besvart forespørselen	68

Forskningsinstitusjoner:

Chr Michelsens Institutt

<http://www.cmi.no/>

Chr. Michelsens Institutt er et frittstående og flerfaglig samfunnsvitenskapelig forskningsinstitutt som spesialiserer seg på utviklingsstudier og menneskerettigheter i Sør. Det geografiske fokuset er Afrika, Sør- og Sørøst-Asia og Midt-Østen. Instituttet har institusjonelt samarbeid med en rekke forskningsinstitusjoner i Sør.

Postadresse: P.O. Box 6033 Postterminalen, 5892 Bergen

Besøksadresse: Fantoftvegen 38, Fantoft

Tlf: 55 57 40 00

Faks: 55 57 41 66

E-post: cmi@cmi.no

Aktuelle ressurspersoner m/spesialfelt:

Arne Wiig	Bangladesh, Angola, Namibia
Arve Ofstad	Sri Lanka
Jan Isaksen	Sørlige Afrika
Tina Søreide	
Odd-Helge Fjellstad	Øst- og Sørlige Afrika, Midtøsten (Palestina)
Espen Villanger	Noe kjennskap til Afrika generelt, Sør Asia generelt (handel), Nepal og Pakistan

ECON

<http://www.econ.no/>

ECON Senter for økonomisk analyse er en uavhengig, medarbeidereid kompetansebedrift for utredning, forskning og rådgivning innenfor samfunnsøkonomiske problemstillinger.

Postadresse hovedkontor Oslo: Postboks 6823 St. Olavs plass, 0130 OSLO

Besøksadresse: C.J. Hambros plass 2c

Tlf: 22 98 98 50

Faks: 22 11 00 80

E-post: econ.oslo@econ.no

Aktuelle ressurspersoner m/spesialfelt:

Leiv Lunde	bl.a. Kina, Asia
Audun Gleinsvik	Uganda
Ola Nafstad	Cuba
Ivar Pettersen	Baltikum, Romania, Bulgaria, Spania
Per Wijkman	Baltikum, Balkanlandene
Kjell Roland	bl.a. Nepal, Mosambik, Angola
Torleif Haugland	Sør-Afrika, Uganda, Mosambik, Kina, Angola
Per Schreiner	Cuba
Haakon Vennemo	Kina

FAFO

<http://www.faf.no/>

Forskningsstiftelsen Fafo er et samfunnsvitenskapelig forskningsinstitutt. De arbeider med problemstillinger innen arbeidsliv, velferdspolitik og levekår nasjonalt og internasjonalt.

Postadresse: Fafo, Pb 2947 Tøyen, 0608 Oslo

Besøksadresse: Borggata 2b

Tlf: 22 08 86 00

Faks: 22 08 87 00

E-post: . fafo@faf.no

Aktuelle ressurspersoner m/spesialfelt:

Bjørne Grimsrud (VS gruppa)

Liv Tørres (LIT)

Line Eldring (Fafo Sør Afrika)

Jon Erik Dølvik (Arbeidslivsgruppa)

Jon Hanssen-Bauer (AIS)

Sørlige Afrika

Sørlige Afrika

Midtøsten

Kommentarer fra institusjonen:

Fafo er fra 1.1.02 organisert i to institutter: Institutt for Arbeidslivs og velferdsforskning (AVF) og Institutt for anvendte internasjonale studier (AIS). AIS sin kjernekompetanse er levekårsforskning. Under AVF er forskningen delt inn i:

- VS gruppa som har sammenheng mellom arbeidslivsrelasjoner/arbeidsstandarder og vekst, verdiskaping(inkludert handel) og produktivitet som kjerneområde.
- Arbeidslivsgruppa som her fagbevegelse og forhandlingsregimer som kjerneområde.
- Labour Interantional Think Thank (LIT) som er et internasjonalt nettverk av forskere og kompetansepersoner innen sosiale standarder og globaliseringsstrategier for fagbevegelsen.
- Sør Afrika kontoret som er et regionalt orientert arbeidslivsforskningscenter for det sørlige Afrika.

Fridtjof Nansen Institute

<http://www.fni.no/>

Fridtjof Nansen Institute er en uavhengig stiftelse engasjert i forskning på internasjonal miljø-, energi- og ressurspolitikk. Insituttet forsøker å holde en multi-disiplinær profil, med fokus på statsvitenskap, samfunnsøkonomi og internasjonal rett.

Postadresse: P. O. Box 326, N-1326 Lysaker, Norway.

Besøksadresse:

Tlf: 67 11 19 00

Faks: 6711 1910

E-post: sentralbord@fni.no

Aktuelle ressurspersoner m/spesialfelt:

Regine Andersen Filippinene, Etiopia, Costa Rica
 Kristin Rosendal
 Morten Walløe Tvedt

Kommentarer fra institusjonen:

Kontaktperson ved FNI er G. Kristin Rosendal (kristin.rosendal@fni.no)

Noragric (Centre for International Environment and Development Studies)

<http://www.nlh.no/noragric>

Noragric er Norges Landbrukshøgskoles internasjonale senter for utvikling og miljø. Noragric fokuserer på bærekraftig jordbruk, matvaresikkerhet, naturlig ressursforvaltning og samfunnsutvikling gjennom forskning, utdanning og feltarbeid. Noragrics viktigste formål er å fremme utvikling ved å generere og spre kunnskap.

Adresse: P.O. Box 5001, NLH, N-1432 Ås, Norway
 Tlf: 64 94 99 50
 Faks: 64 94 07 60
 E-post: noragric@noragric.nlh.no

Aktuelle ressurspersoner m/spesialfelt:

Pål Vedeld
 Nadarajah Shanmugaratnam Sri Lanka
 Fred Håkon Johnsen Tanzania

Kommentarer fra institusjonen:

Ingen i Noragric kan sies å ha handel som sitt primære arbeidsfelt eller forskningstema. Imidlertid finnes det noe kompetanse, og noe er skrevet når det gjelder lokale og nasjonale virkninger av internasjonal handel, spesielt handel med matvarer og naturressurser. Dersom det skulle komme opp spesifikke problemstillinger innenfor miljøvirkninger og virkninger på nasjonalt landbruk, kan nok flere personer enn de som er nevnt være aktuelle.

Norges handelshøgskole (NHH)

<http://www.nhh.no/>

Norges Handelshøgskole er landets ledende vitenskapelige høyskole innen økonomisk-administrative fag.

Postadresse: NHH, Helleveien 30, 5045 Bergen
 Besøksadresse:
 Tlf: 5595 9000
 Faks: 5595 9100
 E-post: NHH.postmottak@nhh.no Norges Handelshøgskole

Aktuelle ressurspersoner m/spesialfelt:

Bertil Tungodden Sørilige Afrika
Jan I. Haaland
Tor Wergeland
Kjetil Bjorvatn

Norges landbrukshøyskole (NLH)

www.nlh.no

Adresse: postboks 5003, 1432 Ås,
Tlf: 64 94 75 00
Faks: 64 94 75 05

Aktuelle ressurspersoner m/spesialfelt:

Roberto Garcia
Ragnar Øygaard
Arild Angelsen
Stein Holden
Mette Wik
Ole Gjølberg

Østlige/Sørilige Afrika (Tanzania, Zambia, Malawi, Uganda, Etiopia), Sørøst Asia (Indonesia), Albania

Norsk institutt for landbruksøkonomisk forskning (NILF)

<http://www.nilf.no/>

Norsk institutt for landbruksøkonomisk forskning (NILF) er et frittstående og uavhengig statlig forskningsinstitutt med tilknytning til Landbruksdepartementet. NILF skal bidra til god ressursutnyttelse i samfunnet og til et godt grunnlag for landbrukspolitiske beslutninger og for økonomiske avgjørelser i tilknytning til produksjon, foredling og omsetning av landbruksprodukter.

Postadresse: Postboks 8024 Dep, 0030 OSLO
Besøksadresse: Schweigaards gate 33B, OSLO
Tlf: 22 36 72 00
Faks: 22 36 72 99
E-post: postmottak@nilf.no

Aktuelle ressurspersoner m/spesialfelt:

Nils Kristian Nersten
Frode Veggeland
Svein Ole Borgen
Mari Vengnes

Norsk Utenrikspolitisk Institutt (NUPI)

<http://www.nupi.no/>

Etter mer enn 40 års forskning er NUPI et av Norges ledende, uavhengige kompetansesentre for forskning og informasjon innenfor internasjonale politiske og økonomiske spørsmål

Postadresse: NUPI, Pb. 8159 Dep., 0033 OSLO
 Besøksadresse: Grønlandsleiret 25, Oslo. Resepsjon i 6 etg
 Tlf: 22 05 65 00
 Faks: 22 17 70 15
 E-post: info@nupi.no

Aktuelle ressurspersoner m/spesialfelt:

Hege Medin	Handelshindringer, miljøproblematikk, handel og handelspolitikk, sektorkompetanse fisk
Per Botolf Maurseth	Teknologi, patenter, teknologioverføring, vekst/handel og inntektsforskjeller, teknologi og handel
Leo A Grünfeld	Teknologioverføring og multinasjonale selskaper, internasjonale investeringer, sektorkompetanse IKT
Jens Chr. Andvig	Korrupsjon, barnarbeid, etiske aspekter ved handel, landkompetanse en del afrikanske land
Amit Shrivastava	Korrupsjon, landkompetanse Sør-Asia
Valter Angell	Miljøtiltak, miljøavtaler, Asia/Kina/miljø, handelspolitikk
Arne Melchior	Handel og handelspolitikk (WTO, regionale handelsavtaler, generelt om virkninger av handel), sektorkompetanse (tekstil, fisk, dels IKT), handel og ulikhet, arbeidsstandarder, handelsrettet bistand, dels oversiktskompetanse (f.eks. ”globalisering”, finans, IMF)
Henrik Wiig	Latinamerika, inntekstfordeling, landbruk

Samfunns- og næringslivsforskning AS (SNF)

<http://www.snf.no/>

SNF er et selskap opprettet med formål å drive oppdragsforskning og fremme anvendt forskning, nasjonalt og internasjonalt, innenfor økonomi, administrasjon og tilhørende fagområder. Selskapet har et tett samarbeid med fagmiljøene ved Norges Handelshøyskole og Universitetet i Bergen.

Postadresse: SNF, Breiviksveien 40, NO-5045 BERGEN
 Besøksadresse:
 Tlf: 55 95 95 00
 Faks: 55 95 94 39
 E-post: snf@snf.no

Aktuelle ressurspersoner m/spesialfelt:

Hans Jarle Kind	Asia
Hildegunn Kyvik Nordås	Sør-Afrika, Tanzania, Botswana
Olav Kvitastein	Malawi
Ottar Mæstad	
Rune Jansen Hagen	

Senter for flerkulturelt og internasjonalt arbeid (SEFIA)

<http://www.hio.no/sefia/>

Senter for flerkulturelt og internasjonalt arbeid - SEFIA, er et utdannings- og forskningscenter ved Høgskolen i Oslo. Utviklingsstudiet er en enhet innenfor SEFIA

Postadresse: SEFIA (Senter for flerkulturelt og internasjonalt arbeid), Høgskolen i Oslo, Pilestredet 38, 0167 Oslo

Tlf: 22452100

Faks: 22 45 21 05

E-post, resepsjon: IngunnJulianne.Hjertaas@adm.hio.no

Aktuelle ressurspersoner m/spesialfelt:

Oddvar Smukkestad, siviløkonom/utviklingsgeograf Spesialfelt: Øst-Afrika, Sør-Asia, Sørøst-Asia

Senter for miljø og utviklingsstudier (SEMUT)

<http://www.uit.no/semut/>

SEMUT ble etablert ved Universitetet i Tromsø for å følge opp rapporten *Vår felles framtid* fra Verdenskommisjonen for miljø og utvikling. Senteret er en liten administrativ enhet med kontakter til alle universitetets fakulteter. Hovedoppgaven er å legge tilrette for et gjensidig engasjement i miljø- og utviklingsforskning med ikke-industrialiserte land i Sør.

Adresse: Universitetet i Tromsø, Senter for miljø- og utviklingsstudier, 9037

Tromsø

Tlf: 7764 5527

Faks:

Aktuelle ressurspersoner m/spesialfelt:

Carl-Erik Schulz

Senter for utvikling og miljø (SUM)

<http://www.sum.uio.no/>

Senter for utvikling og miljø er hovedsakelig en forskningsinstitusjon. Det ble etablert av universitetet i Oslo i 1990 som følge av Brundtlandrapporten 'Vår felles framtid'.

Postadresse: Senter for utvikling og miljø, Universitetet i Oslo

Postboks 1116 Blindern, 0317 Oslo.

Tlf: 22 85 89 00

Faks: 22 85 89 20

E-post: informasjon@prosus.uio.no

Aktuelle ressurspersoner m/spesialfelt:

Morten Bøås (Afrika sør for Sahara og Sørøst Asia)

Mads Greaker

Institusjoner/organisasjoner:

Det norske veritas (DNV)

<http://www.dnv.no/>

Det Norske Veritas (DNV) er en uavhengig, selveid stiftelse som har til formål å arbeide for sikring av liv, verdier og miljø. DNV er et internasjonalt selskap med 300 kontorer i mer enn 100 land. Våre kunder arbeider innenfor maritim og landbasert industri, olje-, gass- og prosessindustri og offentlig sektor.

DNV tilbyr sine tjenester innenfor tre ulike områder, nemlig klassifikasjon, sertifisering og rådgivning. Vi har delt våre markeder inn i henholdsvis: maritim industri; olje, gass og prosessindustri; generell industri.

Adresse: Veritasveien 1, 1322 Høvik

Tlf: : 67 57 99 00

Faks: 67 57 99 11

Aktuelle ressurspersoner m/spesialfelt:

Spesialister på bistandsmarkedet:

Einar Telnes

Tim Lund

Hans-Martin Førsvund

Sertifisering/verifikasjon

Miljø

Kystsoner/maritim

Fiskeridirektoratets kontrollverk

<http://www.fiskeridir.no/>

Fiskeridirektoratet er Fiskeridepartementets fremste rådgivende og utøvende organ i fiskeri-, havbruks- og havmiljøspørsmål.

Postadresse: Fiskeridirektoratet, Postboks 185 Sentrum, 5804 Bergen.

Besøksadresse: Strandgaten 229

Tlf: 55 23 80 00

Faks: 55 23 80 90

E-post: postmottak@fiskeridir.dep.telemax.no

Aktuelle ressurspersoner m/spesialfelt:

Seksjonsleder Helga Vik

Kommentarer fra institusjonen:

Som en del av EØS-samarbeidet er Norge forpliktet til å kontrollere innførsel av matvarer fra tredjeland. Fiskeridirektoratet har ansvaret for kontrollen av fisk og fiskevarer. Seksjonen i Bergen administrerer kontrollen som gjøres langs kysten, og er involvert i arbeidet med å utvikle kontrollen av matvarer til EØS-området (regelverk, samarbeid og eventuell kontakt med tredjeland osv.)

Handels og servicenæringens hovedorganisasjon (HSH)

<http://www.hsh-org.no/>

HSH er hovedorganisasjonen for privat tjenesteyting i Norge. HSH organiserer virksomheter innen reiseliv, forlag, apotek, IT, vikar-, regnskaps- og økonomiske tjenester, helse og omsorg, kultur, forskning, undervisning samt interesseorganisasjoner og foreninger. Innenfor HSH fellesskapet er det tilsluttet i alt 14 600 virksomheter, som omfatter 250 000 ansatte. HSH tilbyr tjenester innen arbeidsgiver-, næringslivs- og samfunnsspørsmål. Organisasjonen har i dag 90 fast ansatte.

Postadresse: HSH, Boks 2900 Solli, 0230 Oslo

Besøksadresse: Drammensv. 30

Tlf: 22 54 17 00

Faks: 22 56 17 00

Aktuelle ressurspersoner m/spesialfelt:

Leif Olsen

H. Thrap-Meyer

Ayse Hagelia, Kristin Alsos

Lars E. Haartveit

Kommentarer fra institusjonen:

HSH har i flere år hatt god kontakt med tidl. NORIMPOD. Det ble årlig arrangert et kurs/seminar "Import fra U-land" som hadde stor oppslutning. Seminaret ble arrangert fast i Oslo, Bergen, Trondheim og Stavanger. Det ble noen år også holdt seminar i byer som Fredrikstad, Tønsberg, Ålesund og Kristiansand.

Tidligere utga NORIMPOD en bulletin hvor forretningsforespørsler fra U-land ble formidlet. Denne bulletinen var gratis og meget populær blant etablerte så vel som nykommer som ønsket kontakter med produsenter/eksportører i U-land.

Import- og Export-Agenter Forening har jevnlig formidlet forretningsforespørsler fra utlandet til sine medlemmer – dette gjelder også forespørsler fra U-land. Oslo Handelskammer gjør også dette gjennom sitt handelskammernetverk verden over (WCN)

For noen år tilbake ble det gjort en intensjonsavtale mellom NORAD og HSH hvor man ble enige om å være hverandre til hjelp og støtte der dette var naturlig. Tanken var her ved mottak av utenlandske delegasjoner som kommer til Norge eller omvendt planlegging av norske delegasjoner til U-land samt en eventuell oppfølging av seminarsamarbeidet.

Justervesenet

<http://www.justervesenet.no/>

Justervesenet har ansvaret for at Norge har en måleteknisk infrastruktur som både har nasjonal og internasjonal tillit. Etaten yter bistand innen kvalitetssikring og måleteknikk og er et kompetansesenter for næringslivet, statlige og kommunale myndigheter.

Justervesenet utfører bl.a. kalibrering, typegodkjenning, e-merking, justering, akkreditering av laboratorier og ulike typer organer, innen alle sektorer. Etaten er et direktorat under Nærings og handelsdepartementet.

Postadresse: Justervesenet, Fetveien 99, 2007 Kjeller

Besøksadresse:

Tlf: 64 84 84 84

Faks: 64 84 84 85/64 84 84 86

E-post: postmottak@justervesenet.no

Aktuelle ressurspersoner m/spesialfelt:

Cecilie Laake, Arve Thendrup, Nils Birkeland, Hans Arne Frøystein, Harald Slinde, Helge Karlsson, Kristen Hellerud, Per Otto Hetland, Henning A. Kolbjørnsen, Kåre Lind, Kristin K. Filtvedt

Kommentarer fra institusjonen:

Cecilie Laake og Arve Thendrup har gjennom en årrekke deltatt i internasjonalt samarbeid og har ledet evaluering av akkrediteringsordninger i bl. annet Sør-Afrika, Brasil og Bulgaria.

Hans Arne Frøystein deltok i prosjekt for Instituto Dominicana de Tecnologia industrial (INDOTEC), i samarbeid med Det Norske Veritas, med NORAD-finansiering. Arbeidet gikk ut på evaluering av industrielle behov for et nasjonalt måleteknikk-laboratorium i den Dominikanske republikk.

Kirkens Nødhjelp

<http://www.nca.no/>

Kirkens Nødhjelp er en frivillig, felleskirkelig organisasjon som arbeider for menneskers grunnleggende rettigheter. For å oppnå varige resultater samarbeider vi med kirkelige og andre lokale organisasjoner i katastrofearbeid, langsiktig utviklingsarbeid og med påvirkning av holdninger og beslutninger.

Postadresse: Postboks 4544 Nydalen, 0404 OSLO

Besøksadresse: Sandakerveien 74

Tlf: 22 09 27 00

Faks: 22 09 27 20

E-post: nca-oslo@nca.no

Aktuelle ressurspersoner m/spesialfelt:

Fredrik Gjernes

Gweneth Berge

Linn Aas-Hansen

John Lineikro

Thora Holter

Max Havelaar Norge

<http://www.maxhavelaar.no/>

Max Havelaar er en merkeordning for en garantert god handel mellom Nord og Sør. De garanterer at småprodusenter og plantasjearbeidere i utviklingsland får gode handelsbetingelser og tryggere sosiale vilkår. Elefantmerket finnes på kaffe og te i norske butikker Framover vil både bananer, kakao, sukker, honning og appelsinjuice lanseres..

Adresse: Storgata 11, 0155 Oslo
Tlf: 23 01 03 30
Faks: 23 01 03 31
E-post: maxhavelaar@maxhavelaar.no

Aktuelle ressurspersoner m/spesialfelt:

Gunnar Ødegaard, Vigdis Halvorsen, Simen Sandberg, Ragnhild Hammer
Sør og Mellom Amerika, India og Sri Lanka

Norges standardiseringsforbund

<http://www.standard.no/nsf>

NSF er sentralorgan og koordinerer standardiseringsarbeidet i Norge. NSF har enerett på å fastsette og utgi Norsk Standard, og er det norske medlemmet i CEN og ISO. NSF er også ansvarlig for å implementere resultatet av det europeiske og internasjonale arbeidet i Norge.

Postadresse: Postboks 353 Skøyen, 0213 Oslo
Besøksadresse: Drammensveien 145a
Tlf: 22049200
Faks: 22049211
E-post: firmapost@standard.no

Næringslivets Hovedorganisasjon (NHO)

<http://www.nho.no/>

Næringslivets Hovedorganisasjon (NHO) er den største interesseorganisasjonen for norske bedrifter.ca. 16.000 håndverks-, industri- og servicebedrifter er medlemmer i NHO. Flertallet er små og mellomstore bedrifter. Samlet bidrar NHO-bransjene med 40 prosent av den økonomiske verdiskapingen i det private næringslivet i Norge.

Adresse: Postboks 5250 Majorstuen, 0303 Oslo.
Tlf: 23 08 80 00
Faks: 23 08 80 01
E-post:

Aktuelle ressurspersoner m/spesialfelt:

Knut R. Sørli, handelspolitisk ansvarlig for bl.a. WTO-spørsmål, regionale og bilaterale frihandelsavtaler
Egil Sundet, TBL-teko, Jon Ve, Erik Lundeby, Vidar Lindefjeld, Tor Hersoug, Tor Steig, Geir Høybye, Bjørn Otto Sverdrup, Grete Gautvik.

Medlemmer:

Kjøttindustriens Fellesforening
 Næringsmiddelbedriftenes Landsforening
 Teknologibedriftenes Landsforening- teko bransjeforening
 Prosessindustriens Landsforening
 Oljeindustriens Landsforening
 Fiskeri- og Havbruksnæringens Landsforening

Kommentarer fra institusjonen:

NHO arbeider begrenset med ulandsspørsmål direkte. NHO er imidlertid for tiden engasjert i noen prosjekter knyttet til Ud- eller Norad-finansiering av prosjekter i Kina, Uganda, tidligere også Sør-Afrika. Kina-prosjektet har NHO hatt i en årrekke, NHO bruker både egne krefter fra NHO-S samt trekker inn enkeltbedrifter for å belyse spesielle tema, for eksempel, industriell økologi, management training, CSR og WTO. Videre er NHO inne i prosjekter i såkalte overgangsøkonomier som de baltiske land – institusjonsbygging/relasjoner til våre søsterorganisasjoner. NHO er også engasjert i et 3-årig prosjekt med å utvikle unge russiske næringslivsledere, bl.a. med utplassering i norske bedrifter (Management training-program/relasjonsbygging) (Det såkalte Jeltsin-initiativet) Tidligere også vært engasjert i prosjekter i Nord-Vest Russland.

NHO er for tiden i ferd med å opprette et **bistandssekretariat**, finansiert av Norad, som skal ta over de bistandsmessige prosjektene vi har i sør og øst. NHO skal konsentrere seg om policy og overordnet styring, mens det operasjonelle skal skje med utgangspunkt i bistandssekretariatet (som skal være på plass ca. 1. april). Bistandssekretariatet kan imidlertid trekke på kompetanse på ulike områder i NHO-systemet, men det ligger en klar ressursbegrensning.

I forhold til WTO-prosessene og ny runde, møter NHO utviklingsproblematikken og fattigdomsbekjempelsen med fokus på hva det multilaterale handelsregelverket kan bidra til for å integrere utviklingslandene sterkere i den globale økonomien.

Oslo Handelskammer

<http://www.chamber.no/>

Oslo Handelskammer er en privat, bransjeuavhengig serviceorganisasjon for næringslivet, opprettet i 1908. Medlemsbedriftene omfatter alle bransjer. Blant medlemmene finner vi også organisasjoner og enkeltpersoner. Handelskammeret arbeider med forretningsformidling og fungerer som medlemmenes kontaktledd i en kjede bestående av ca. 11.000 handelskamre over hele verden

Postadresse: Boks 2874 Solli, 0230 Oslo

Besøksadresse:

Tlf: 22 55 74 00

Faks: 22 55 89 53

E-post: mail@chamber.no

Aktuelle ressurspersoner m/spesialfelt:

Björg Lund

Kommentarer fra institusjonen:

Det Internasjonale Handelskammer - ICC Norge – har ekspertise på internasjonale handelsprosedyrer såsom betalingsbetingelser (remburs), leveringsbetingelser (INCOTERMS), agentkontrakter, internasjonale distribusjonsavtaler, regler for multimodale transportdokumenter, International Code of Advertising Practice (grunnregler for reklamepraksis)

Statens landbruksforvaltning

<http://www.slf.dep.no/>

Statens landbruksforvaltning er en utøvende og rådgivende virksomhet under Landbruksdepartementet.

Statens landbruksforvaltning skal bidra til en god ressursforvaltning og et godt fungerende næringsliv i hele verdikjeden fra jord til bord.

Postadresse: Postboks 8140 Dep, 0033 Oslo

Besøksadresse: Stortingsgt. 28

Tlf: 24 13 10 00

Faks: 24 13 10 05

E-post: postmottak@slf.dep.no

Kommentarer fra institusjonen

Den kompetansen som er angitt i skjemaet gjelder landbruksvarer. Fordi kompetansen er spredt på flere personer som ofte har delkompetanse innenfor ulike punkter i spørreskjemaet, har vi i stedet for å angi navn, valgt å oppgi direktøren Jørn Rolfsen for Avdeling handel og industri i Statens landbruksforvaltning som kontaktperson.

Om personer med den relevante kompetanse vil kunne inngå i kapasitetsoppbygging med NORAD må vurderes på bakgrunn av det konkrete oppdraget og ressursituasjonen på det aktuelle tidspunkt.

Statens næringsmiddeltilsyn

<http://www.snt.no/>

Statens næringsmiddeltilsyn (SNT) er et direktorat som forvalter næringsmiddelovngivningen underlagt Sosial- og helsedepartementet, Landbruksdepartementet og Fiskeridepartementet. Landbruksdepartementet er SNTs administrative departement. SNT har også ansvar for å forvalte kosmetikklovgivningen underlagt Sosial- og helsedepartementet.

Adresse: Postboks 8187 Dep, 0034 OSLO

Tlf: 23 21 70 00

Faks: 23 21 70 01

E-post: postmottak@snt.no

Kommentarer fra institusjonen

SNT har kompetanse på det regelverket som gjelder for næringsmidler som importeres til og produseres i Norge.

Toll og avgiftsdirektoratet

<http://www.toll.no/>

Tollvesenet er en etat under Finansdepartementet. Tollvesenets viktigste arbeidsoppgaver er å sikre statens inntekter ved at toll og avgifter blir innbetalt i overensstemmelse med lover og regler, og beskytte samfunnet mot ulovlig inn- og utførsel av varer, spesielt narkotika.

Postadresse: Postboks 8122 dep, 0032 Oslo

Besøksadresse: Oslo og Akershus tolldistrikt, Tollbodgaten 1, Oslo.

Tlf: 22860300

E-post: tad@toll.no

Kommentarer fra institusjonen:

Det er denne avdeling som har regelverksansvaret når det gjelder innførsel av varer til Norge under Det norske GSP-systemet.

Per Eirik Ask Johannessen, fungerende underdirektør, Tariff- og opprinnelsesseksjonen, kan forestå viderefremdling til andre ressurspersoner i direktoratet.

Organisasjoner som har blitt forespurt, men som ikke har kompetanse

SFU (Senter for Utviklingsstudier, Universitetet i Bergen)

EIC (Euro Info Center)

SFT (Statens Forurensingstilsyn)

Norsk EDIPRO

Veterinærinstituttet

Organisasjoner som ikke har besvart forespørselen

Dyrehelsetilsynet

TBL (Teknologibedriftenes landsforening)

ICC (International Chamber of Commerce) Norge

Høyskolen i Agder

Fellesrådet for Afrika

Latin Amerikagruppene

Appendiks 4

Oversikt over fagområder

1. Handelsbegrensninger for utviklingsland	70
1.1 Toll og kvoteordninger (herunder WTO regelverk)	70
1.2 Standarder (bl.a. sanitære og phytosanitære)	70
1.3 Opprinnelsesregler	71
1.4 Informasjon og salgsmuligheter i eksportmarkedet (kunder, priser, konsumentpreferanser m.m.)	71
1.5 Konkurransforhold i eksportmarkedet	71
2. Samarbeidsavtaler der utviklingsland inngår	72
2.1 Regionale handelsavtaler	72
2.2 Preferanseordninger (GSP)	72
2.3 Annet	73
3. Multinasjonale selskapers betydning for utviklingsland	73
3.1 FDI (utenlandske investeringer i utviklingsland)	73
3.2 Kompetanse og teknologioverføringer	73
3.3 Annet	74
4. U-landshandel med spesifikke varer	74
4.1 Matvarer	74
4.2 Tjenester	74
4.3 Tekstiler	75
4.4 Naturressurser	75
5. U-landenes egen handelspolitikk	75
5.1 Strukturelle tilpasningsprogrammer	75
5.2 Valutakurspolitikk	76
5.3 Eksportfinansiering	76
5.4 Annet	76
6. Virkninger av handel	76
6.1 Økonomisk vekst	76
6.2 Inntekstfordeling/fattigdomsreduksjon	77
6.3 Miljø	77
6.4 Etske aspekter og sosiale konsekvenser ved handel	78

1. Handelsbegrensninger for utviklingsland

1.1. Toll og kvoteordninger (herunder WTO regelverk)

Spisskompetanse:

CMI: Arne Wiig
NHH: Jan I. Haaland
Norges landbrukshøyskole
NUPI
SEMUT: Carl-Erik Schulz
SNF: Ottar Mæstad

Statens Landbruksforvaltning

Kompetanse:

CMI: Odd-Helge Fjeldstad
ECON: Leiv Lunde, Audun Gleinsvik, Ola Nafstad
NHH: Kjetil Bjorvatn
NILF: Nils Kristian Nersten, Mari Vengnes, Sjur Spilde Prestgard
Noragric: Nadarajah Shanmugaratnam
SNF: Hildegunn Kyvik Nordås, Rune Jansen Hagen
SUM: Morten Bøås, Mads Greåker

Fiskeridirektoratets kontrollverk: Helga Vik
HSH: Leif Olsen
Kirkens Nødhjelp
NHO: Knut R. Sørli

1.2. Standarder (bl.a. sanitære og phytosanitære)

Spisskompetanse:

Justervesenet: Cecilie Laake, Arve Thendrup, Nils Birkeland(Internasjonale krav til produkter/tjenester: Akkreditering, sertifisering og GLP (God laboratoriepraksis)-godkjenning)
NILF: Frode Veggeland, Svein Ole Borgen

Kompetanse:

CMI: Arne Wiig
ECON: Ivar Pettersen, Ola Nafstad
Norges landbrukshøyskole
NUPI
SEMUT: Carl-Erik Schulz

Fiskeridirektoratets kontrollverk: Helga Vik
NHO: Grete Gautvik, Fiskeri- og Havbruksnæringens Landsforening,
Næringsmiddelbedriftenes Landsforening, Kjøttindustriens Fellesforening
Norges standardiseringsforbund
Statens næringsmiddeltilsyn

1.3. Opprinnelsesregler

Spisskompetanse:

CMI: Arne Wiig

Fridtjof Nansen Institute: Regine Andersen, Kristin Rosendal, Morten Walløe Tvedt

SNF: Ottar Mæstad

Toll og avgiftsdirektoratet

Kompetanse:

CMI: Jan Isaksen

ECON: Ivar Pettersen, Ola Nafstad

HSH: Hermann Thrap-Meyer

NILF: Mari Vengnes

Norges landbrukshøyskole

NUPI

SEMUT: Carl-Erik Schulz

SNF: Hildegunn Kyvik Nordås

NHO: Egil Sundet, TBL-teko

Oslo Handelskammer: Bjørg Lund

Statens Landbruksforvaltning

Statens næringsmiddeltilsyn

1.4. Informasjon om salgsmuligheter i eksportmarkedet (kunder, priser, konsumentpreferanser m.m.)

Spisskompetanse:

NUPI

Kompetanse:

CMI: Arne Wiig

ECON: Ivar Pettersen, Haakon Vennemo

SNF: Olav Kvitastein

Max Havelaar: Simen Sandberg, Ragnhild Hammer, Vigdis Halvorsen

1.5. Konkurransforhold i eksportmarkedet

Spisskompetanse:

ECON: Ola Nafstad

NHH: Jan I. Haaland

Kompetanse:

CMI: Arne Wiig

ECON: Ivar Pettersen, Haakon Vennemo

Norges landbrukshøyskole

NUPI

SNF: Olav Kvitastein

SUM: Mads Greåker

Justervesenet: Cecilie Laake
 Kirkens Nødhjelp (dumping/subsidier)
 Norges standardiseringsforbund
 Statens Landbruksforvaltning (noe)

2. Samarbeidsavtaler der utviklingsland inngår

2.1. Regionale handelsavtaler

Spisskompetanse:

ECON: Per Wijkman
 NUPI
 SEMUT: Carl-Erik Schulz
 SUM: Morten Bøås

Kompetanse:

CMI: Jan Isaksen, Arve Ofstad, Arne Wiig, Odd-Helge Fjeldstad
 NHH: Jan I. Haaland, Kjetil Bjorvatn
 SNF: Hildegunn Kyvik Nordås
 Norges landbrukshøyskole

HSH: Hermann Thrap-Meyer
 Kirkens Nødhjelp
 NHO: Knut R. Sørli
 Statens Landbruksforvaltning

2.2. Preferanseordninger (GSP)

Spisskompetanse:

CMI: Arne Wiig
 ECON: Ivar Pettersen
 NUPI
 SNF: Ottar Mæstad

Kompetanse:

CMI: Jan Isaksen
 ECON: Leiv Lunde, Audun Gleinsvik
 NHH: Kjetil Bjorvatn
 NILF: Nils Kristian Nersten, Sjur Spilde Prestgard
 Norges landbrukshøyskole
 SEMUT: Carl-Erik Schulz
 SNF: Hildegunn Kyvik Nordås
 SUM: Morten Bøås

HSH: Hermann Thrap-Meyer
 NHO: Knut R. Sørli
 Oslo Handelskammer: Bjørg Lund
 Statens Landbruksforvaltning
 Toll og avgiftsdirektoratet

2.3. Annet

Multilaterale programmer for kapasitetsbygging

Kompetanse:

ECON: Leiv Lunde

Miljø

Spisskompetanse:

SNF: Ottar Mæstad

SUM: Morten Bøås

Multilateral Agreements innen IAF (International Accreditation Forum) og ILAC (International Laboratory Council)

Spisskompetanse:

Justervesenet: Arve Thendrup, Nils Birkeland

3. Multinasjonale selskapers betydning for utviklingsland

3.1. FDI (utenlandske investeringer i utviklingsland)

Spisskompetanse:

ECON: Haakon Vennemo

NHH: Jan I. Haaland, Kjetil Bjorvatn

NUPI

SNF: Hildegunn Kyvik Nordås

Kirkens Nødhjelp (retningslinjer, konflikthåndtering)

Kompetanse:

CMI: Arve Ofstad, Tina Søreide, Odd-Helge Fjeldstad, Arne Wiig

ECON: Audun Gleinsvik, Per Wijkman, Kjell Roland

Noragric: Nadarajah Shanmugaratnam

SEFIA: Oddvar Smukkestad

SNF: Olav Kvitastein, Hans Jarle Kind, Rune Jansen Hagen

Kirkens Nødhjelp

NHO: Knut R. Sørli, Bjørn Otto Sverdrup

3.2. Kompetanse og teknologioverføringer

Spisskompetanse:

ECON: Haakon Vennemo, Per Wijkman

FAFO: Bjørne Grimsrud

NHH: Kjetil Bjorvatn

NUPI

SNF: Hildegunn Kyvik Nordås

Kompetanse:

CMI: Tina Søreide

NHH: Jan I. Haaland
Norges landbrukshøyskole
SEFIA: Oddvar Smukkestad
SNF: Olav Kvitastein, Hans Jarle Kind

Norges standardiseringsforbund

3.3. Annet

FDI, korrupsjon og investors påvirkning av vertslandets politikk:

Spisskompetanse:

CMI: Tina Søreide, Odd Fjeldstad
NUPI

4. U-landshandel med spesifikke varer

4.1. Matvarer

Spisskompetanse:

ECON: Ivar Pettersen
Norges landbrukshøyskole

Justervesenet: Arve Thendrup, Nils Birkeland (Produktsertifisering)

Kompetanse:

CMI: Arne Wiig
ECON: Leiv Lunde
NILF: Nils Kristian Nersten
Noragric: Fred Håkon Johnsen
NUPI
SEMUT: Carl-Erik Schulz
SNF: Ottar Mæstad, Olav Kvitastein

Fiskeridirektoratets kontrollverk: Helga Vik
HSH: Ayse Hagelia
Kirkens Nødhjelp (Rett til mat, Etisk Handel)
Max Havelaar Norge: Simen Sandberg, Ragnhild Hammer, Vigdis Halvorsen
NHO: Kjøttindustriens Fellesforening, Næringsmiddelbedriftenes Landsforening
Statens Landbruksforvaltning

4.2. Tjenester

Spisskompetanse:

CMI: Arne Wiig
SNF: Hildegunn Kyvik Nordås

Det Norske Veritas: Einar Telnes, Tim Lund, Hans-Martin Førsund (Sertifisering, klassifikasjon, verifikasjon, konsulent tjenester)

Kompetanse:

ECON: Ivar Pettersen
NUPI

Det Norske Veritas: Einar Telnes, Tim Lund, Hans-Martin Førsund (Sikkerhet og miljø innen generell industri, olje/gass, skipsfart)

NHO: Knut R. Sørli

4.3. Tekstiler

Spisskompetanse:

CMI: Arne Wiig
ECON: Ivar Pettersen
NUPI

SEMUT: Carl-Erik Schulz
SNF: Ottar Mæstad

Justervesenet: Arve Thendrup, Nils Birkeland (Produktsertifisering)

Kompetanse:

HSH: Leif Olsen
Kirkens Nødhjelp (Etisk Handel)
NHO: Teknologibedriftenes Landsforening- teko bransjeforening

4.4. Naturressurser

Spisskompetanse:

Norges landbrukshøyskole

Kompetanse:

CMI: Arne Wiig
ECON: Leiv Lunde, Haakon Vennemo, Kjell Roland, Torleif Haugland
Fridtjof Nansen Institute: Regine Andersen, Kristin Rosendal, Morten Walløe Tvedt
Noragric: Pål Vedeld
NUPI
SEMUT: Carl-Erik Schulz
SNF: Olav Kvitastein, Hildegunn Kyvik Nordås
SUM: Mads Greåker

Det Norske Veritas: Einar Telnes, Tim Lund, Hans-Martin Førsund

NHO: Oljeindustriens Landsforening, Prosessindustriens Landsforening

5. U-landenes egen handelspolitikk

5.1. Strukturelle tilpasningsprogrammer

Spisskompetanse:

ECON: Per Wijkman
Norges landbrukshøyskole
SNF: Rune Jansen Hagen

Kompetanse:

CMI: Jan Isaksen, Arve Ofstad, Odd-Helge Fjeldstad, Lise Rakner, Espen Villanger

ECON: Torleif Haugland, Ivar Pettersen, Audun Gleinsvik, Per Schreiner

FAFO: Bjørne Grimsrud, Jon Hanssen-Bauer, Line Eldring

NHH: Kjetil Bjorvatn, Bertil Tungodden

NUPI

SNF: Olav Kvitastein

SUM: Morten Bøås

Kirkens Nødhjelp

5.2. Valutakurspolitikk

Spisskompetanse:

SNF: Rune Jansen Hagen

Norges landbrukshøyskole

Kompetanse:

CMI: Jan Isaksen, Espen Villanger

ECON: Ivar Pettersen, Audun Gleinsvik

NHH: Kjetil Bjorvatn

NUPI

5.3. Eksportfinansiering

Kompetanse:

ECON: Ivar Pettersen, Audun Gleinsvik

Norges landbrukshøyskole

NUPI

5.4. Annet

Kvalitetssikring av varer og tjenester (akkreditering og sertifisering), og infrastruktur for måling og prøving.

Spisskompetanse:

Justervesenet: Arve Thendrup, Nils Birkeland, Cecilie Laake, Per Otto Hetland,

Harald Slinde, Helge Karlsson, Kristin Hellerud, Henning A. Kolbjørnsen, Kåre

lind, Kristin K. Filtvedt, Hans Arne Frøystein

Tvisteløsninger i handelsforhold-voldgift (arbitration)

Kompetanse:

Oslo Handelskammer: Tore B. Lauritzsen, Eva Hestnes

6. Virkninger av handel

6.1. Økonomisk vekst

Spisskompetanse:

ECON: Haakon Vennemo

NHH: Jan I. Haaland, Kjetil Bjorvatn
 Norges landbrukshøyskole
 NUPI
 SNF: Hildegunn Kyvik Nordås, Rune Jansen Hagen

Kompetanse:

CMI: Jan Isaksen, Arve Ofstad, Arne Wiig, Espen Villanger
 ECON: Ivar Pettersen, Audun Gleinsvik, Per Wijkman
 FAFO: Børne Grimsrud, Jon Hanssen-Bauer
 NHH: Bertil Tungodden
 SEMUT: Carl-Erik Schulz
 SNF: Ottar Mæstad, Olav Kvitastein, Hans Jarle Kind
 SUM: Morten Bøås, Mads Greåker

Max Havelaar Norge: Simen Sandberg, Ragnhild Hammer, Vigdis Halvorsen
 NHO: Knut R. Sørli, Tor Hersoug, Tor Steig

6.2. Inntektsfordeling/fattigdomsreduksjon

Spisskompetanse:

ECON: Haakon Vennemo
 FAFO: Jon Hanssen-Bauer
 Norges landbrukshøyskole
 NUPI
 SNF: Rune Jansen Hagen

Kompetanse:

CMI: Jan Isaksen, Arve Ofstad, Arne Wiig, Odd-Helge Fjeldstad, Espen Villanger
 ECON: Per Schreiner
 NHH: Jan I. Haaland, Kjetil Bjorvatn, Bertil Tungodden
 Noragric: Fred Håkon Johnsen, Pål Vedeld
 SEMUT: Carl-Erik Schulz
 SNF: Ottar Mæstad, Olav Kvitastein, Hildegunn Kyvik Nordås

Max Havelaar Norge: Simen Sandberg, Ragnhild Hammer, Vigdis Halvorsen

6.3. Miljø

Spisskompetanse:

ECON: Torleif Haugland, Haakon Vennemo
 Norges landbrukshøyskole
 SEMUT: Carl-Erik Schulz
 SNF: Ottar Mæstad
 SUM: Mads Greåker

Det Norske Veritas: Einar Telnes, Tim Lund, Hans-Martin Førund (Sertifisering, konsulenttenester)

Kompetanse:

ECON: Leiv Lunde
 Fridtjof Nansen Institute: Regine Andersen, Kristin Rosendal, Morten Walløe Tvedt

NHH: Jan I. Haaland
Noragric: Fred Håkon Johnsen, Pål Vedeld
NUPI
SUM: Morten Bøås

Det Norske Veritas: Einar Telnes, Tim Lund, Hans-Martin Førsund (Generell industri, olje/gass, skipsfart)
Kirkens Nødhjelp
Max Havelaar Norge: Simen Sandberg, Ragnhild Hammer, Vigdis Halvorsen
NHO: Knut R. Sørli, Geir Høiby, Prosessindustriens Landsforening
Norges standardiseringsforbund

6.4. Etske aspekter og sosiale konsekvenser ved handel (arbeidsforhold, barnarbeid, merkeordninger, sertifisering)

Spisskompetanse:

ECON: Leiv Lunde
FAFO: Bjørne Grimsrud, Jon Hanssen-Bauer, Liv Tørres, Jon Erik Dølvik
NUPI

Kirkens Nødhjelp

Kompetanse:

CMI: Arne Wiig, Espen Villanger
ECON: Torleif Haugland
NHH: Jan I. Haaland, Bertil Tungodden
Noragric: Nadarajah Shanmugaratnam
Norges landbrukshøyskole
SEMUT: Carl-Erik Schulz

HSH: Kristin Alsos, Leif Olsen
Max Havelaar Norge: Simen Sandberg, Ragnhild Hammer, Vigdis Halvorsen
NHO: Jon Veia, Erik Lundeby, Vidar Lindefjeld, Bjørn Otto Sverdrup

Appendiks 5

Spørreskjema for bedrifter (rettesnor for telefonintervjuer)

* indikerer at disse spørsmålene har vi forsøkt stilt til alle bedriftene som er intervjuet.

1. Fakta om bedrift:

- Samlet omsetning i kr i 2000
 - Samlet import i kr i 2000
 - Importandel av total omsetning 2000
 - Import fra utviklingsland i 2000
 - Andel av totalimport fra utviklingsland 2000
- (Hvis ikke tall kan oppgis prøv med et anslag på andeler)

2. Importfakta:

a) Historie:

- Hvor lenge har bedriften importert fra utviklingsland?
- Hvilke produkter startet dere med å importere og fra hvor?
- Kan du kort beskrive hvordan importen kom i stand?
 - o Hvorfor valgte dere disse landene?
 - o Hvordan valgte dere eksportører?
 - o Har dere mottatt finansiell støtte fra NORAD?

b) Eksisterende import:

- Hvilke utviklingsland importerer dere fra nå? Hvilke produkter(de fem viktigste)? *
- Hva er de viktigste grunnene til at bedriften importerer fra disse landene (versus andre land (u-land og i-land)? *
- Hvordan er leverandørkjeden organisert? *
 - o Har dere egne innkjøpskontorer?
 - o Bruker dere agenter?
 - o Importerer dere via tredjeland? Hvilke?
- Hvilke andre land importerer bedriften fra ?
- Gikk importen fra utviklingsland opp i år 2000 i forhold til 1999?
- Forventes en økt, redusert eller uendret import for år 2001? Hva med 2002?

c) Erfaringer:

På en skala fra 1 til 5 hvor 1 representerer en vesentlig ulempe og 5 representerer en vesentlig fordel, hvordan vil du vurdere hvorvidt de følgende momentene har veid positivt eller negativt ved import fra utviklingsland i forhold til import fra andre land?

	Har vært/er en vesentlig ulempe (1)	Har vært/er en ulempe	Uvesentlig/uavklart	Har vært/er en fordel	Har vært/er en vesentlig fordel (5)	Kommentarer
Pris						
Kvalitet						
Leveringstid						
Transportkostnader						
Toll og kvoteordninger						
GSP						
Standarder (sanitære og tekniske standarder)						
Opprinnelsesregler						
Tilgang på informasjon om eksistensen av potensielle eksportører i disse landene						
Andre importørers erfaring med eksportører fra disse landene						
Bedriftens egne erfaringer med eksportører fra disse landene						
Kommunikasjon med eksportører (teknisk og personlig)						
Byråkrati/handelsprosedyrer innad i eksportlandene						
Byråkrati/handelsprosedyrer innad i Norge						
Holdninger blant norske konsumenter til varer fra disse landene						

- Hva er den viktigste erfaringen deres bedrift har gjort seg i forbindelse med import fra utviklingsland? Hva har vært det største problemet i forbindelse med denne importen? *

3. Framtid

- Hva skal til for at din bedrift vil øke importen fra u-land?
- Hva mener dere NORAD kan gjøre for at i) din bedrift øker sin import fra utviklingsland, ii) landenes eksport økes? *
- Er din bedrift interessert i å inngå som en potensiell samarbeidspartner med NORAD med henblikk på å fremme handelsfremmende tiltak overfor u-land.

Appendiks 6

Oversikt over bedrifter som er blitt intervjuet

Isandi

Tlf: 23202150

Kontaktperson: Kjersti Liv Holtar

Perfect Home AS

Tlf: 22656514

Kontaktperson: Arnfinn Engeset

Brødrene Flaarønning AS

Tlf: 72d857000

Kontaktperson: Stig Hansen

Future & Hope

Tlf: 23010323

Kontaktperson: Margaretha Gøranson

Gave- og interiørgrossisten

Tlf: 32734951

Kontaktperson: Marianne Vettestad

Scangifts

Tlf: 67171570

Kontaktperson: Bente Berstad

Varnergruppen

Tlf: 66773100

Kontaktperson: Marius Varner

Voice ASA

Tlf: 22545500

Kontaktperson: Fredrik Andersen

Skjelland Engros

Tlf: 33307600

Kontaktperson: Trond Skjelland

Namasté

Tlf: 73529527

Bohus

Tlf: 63866500

Kontaktperson: Arve Trandoken

Skeidar
Tlf: 64984000
Kontaktperson: Tom Levorstad

Møbelringen
Tlf: 32200050
Kontaktperson: Petter Urkedal

Interstil
Tlf: 51636930

BRIO
Tlf: 33378800
Kontaktperson: Ståle Angel

InterToy AS (importør for Ringo-kjeden)
Tlf: 32235250
Kontaktperson: Morten Venestad

J.L. Carlsen AS
Tlf: 33164444
Kontaktperson: Tore Bodal

Martinsen gruppen (importør av møbler, gaver og matvarer)
Tlf: 51789200
Kontaktperson: Dag Leon Martinsen

Unikorn
Tlf: 23 31 84 11
Kontaktperson: Rolf-Erik Thaulum

Felleskjøpet
Tlf: 22 86 10 00
Kontaktperson: Kai Funderud

Norgesmøllene
Tlf: 55 22 49 00
Kontaktperson: Thom Svennevig

Cerealìa
Tlf: 22 89 34 00
Kontaktperson: Øyvind Bøgle

Norsk Kjøtthandel
Tlf: 22 07 86 90

BM-Food Hanssen & Sandborg
Tlf: 67 59 10 80
Kontaktperson: Kjell Sunnevåg

F.W.Holst International
Tlf: 23 17 58 80

Norsk Polar
Tlf: 55 19 79 04
Kontaktperson: Atle Rivenes

Norsk kylling
Tlf: 72 43 05 00

Prior
Tlf: 22 79 86 00

Summary

This report explores the potential for increasing imports to Norway from its main development partners. The analysis is based on three main indicators: i) a trade intensity index (commodities which the development partners are exporting, but where Norway is importing relatively less than similar OECD countries); ii) the peak tariff rates (commodities where tariff rates are high); and iii) the utilisation rate of commodities with preferential tariffs (commodities where the development partners are not fully utilising the preferences). In addition, interviews were conducted with Norwegian importers of clothing, toys, food and gifts to identify their problems when importing from developing countries. Finally, the report identifies persons and institutions with expertise on problems faced by developing countries when trying to penetrate the Norwegian market.

We find that Norway is importing relatively less than other OECD countries from most of its development partners, particularly for agricultural products. Based on the trade intensity index, we identify a further import potential of products such as prawns, coffee, sugar, fruits and nuts.

Norway has particularly high tariffs on clothing and agricultural products. Tariffs on clothing favour the least developed countries (LDCs) and members of the European Economic Area (EEA) at the cost of ordinary developing countries, which do not have preferential treatment. Extending such preferential treatment to all developing countries will spur imports from China in particular.

From 1 July 2002, all imports from LDCs to Norway will have duty free access. In the short run, the import potential of agricultural products from LDCs seems limited, since these countries are net importers of the relevant product categories.

The utilisation rate of Generalised System of Preferences (GSP) in Norway is about 80 percent and China is the primary beneficiary. We argue for targeting the GSP system towards LDCs. We also argue that Norway should liberalise its rules of origin for clothing products in order to increase the utilisation rate.

The project is financed by the Norwegian Agency for Development Cooperation (NORAD).

Recent Reports

- R 2001: 2 KAMETE, Amin Y., Arne Tostensen and Inge Tvedten
From global village to urban globe. Urbanisation and poverty in Africa: Implications for Norwegian aid policy. Bergen, 99 pp. (Price NOK 90 + postage)
- R 2001: 3 MURSHID, K.A.S. and Arne Wiig
A review of development trends in the energy sector of Bangladesh. Bergen, 2001, 32 pp.
- R 2001: 4 STRAND, Arne, Karin Ask and Kristian Berg Harpviken
Humanitarian challenges in Afghanistan: Administrative structures and gender and assistance. Bergen, 2001, 32 pp. (Price NOK 50 + postage)
- R 2001: 5 STRAND, Arne, Kristian Berg Harpviken and Dr. A. W. Najimi
Afghanistan: Current Humanitarian Challenges. Bergen, 2001, 24 pp. (Price NOK 50 + postage)
- R 2001: 6 ISAKSEN, Jan and Elling N. Tjønneland
Assessing the Restructuring of SADC - Positions, Policies and Progress. Bergen, 2001, 65 pp. (Price NOK 90 + postage)
- R 2001: 7 ANDVIG, Jens Chr., Odd-Helge Fjeldstad with I. Amundsen, T. Sissener and T. Søreide
Corruption. A review of contemporary research. Bergen, 2001, (Price NOK 125+postage)
- R 2002: 1 SØREIDE, Tina
Corruption in public procurement. Causes, consequences and cures. Bergen, 2002, (Price NOK 50 + postage)
- R 2002: 2 AALEN, Lovise
Ethnic federalism in a dominant party state: The Ethiopian experiences 1991-2000. Bergen, 2002, 150 pp. (Price NOK 125 + postage)
- R 2002: 3 WIIG, Arne
En vurdering av betalingsbalansetøtte til Bangladesh. Bergen, 2002, 30 pp. (Price NOK 50 + postage)

A complete list of publications, CMI's Annual Report and CMI's quarterly newsletter are available on CMI's homepage <http://www.cmi.no> .

For priced publications:

Surface mail (B-economique) free with prepaid orders. For airmail (A-prioritaire) outside the Nordic countries add 20 %

Four easy ways to pay:

Cheque, issued in Norwegian kroner

Post office giro, paid by International Giro: 0808 5352661

SWIFT: DNBANOB, Den norske Bank no: 5201.05.42308

Order from:

Chr. Michelsen Institute

P.O. Box 6033 Postterminalen, N-5892 Bergen, Norway

Fax: + 47 55 57 41 66 Phone: + 47 55 57 40 00

E-mail: cmi@cmi.no