

En identitet for fremtiden

Av Svein Rennemo, styreleder StatoilHydro

Statoil og olje- og gassvirksomheten i Norsk Hydro ble vedtatt fusjonert på selskapenes generalforsamlinger sommeren 2007. Det nye selskapet ble etablert 1. oktober 2007 under det midlertidige navnet StatoilHydro.

Styret i StatoilHydro arbeider i henhold til fusjonsplanen med å utvikle et nytt navn og en ny logo for selskapet. Dette skal symbolisere selskapets forretningsstrategi, verdigrunnlag og visjon.

Samtidig påhviler det et styre å utvise sunt forretningsmessig skjønn, sørge for innspill fra våre aksjonærer og vurdere disse i utøvelsen av vårt ansvar som styremedlemmer.

StatoilHydro er i en brytningsperiode. Vi arbeider fortsatt med å fullføre integrasjonen mellom de to selskapene. Vi vet alle at det tar lang tid å etablere én felles kultur og å bygge én felles identitet, men det er nedlagt en betydelig jobb så langt. Vi er godt i gang..

Samtidig arbeider vi med videreutvikling av selskapets strategi og skal gjøre retningsvalg for fremtiden. Dette innebærer beslutninger om hva som skal utgjøre selskapets virksomhet og kjennetegne selskapet flere tiår frem i tid. I denne sammenheng er det utvilsomt viktigere valg for oss som styre enn navnevalget.

Produksjon av olje og gass vil fortsatt være den dominerende aktiviteten i selskapet, og vi vil utvikle denne delen av virksomheten tilpasset stadig strengere krav og forventninger på miljøområdet. I tillegg skal vi utvikle en portefølje knyttet til produksjon av fornybar energi som gradvis vil bli en viktigere del av selskapets aktivitet. De første investeringsbeslutninger er tatt knyttet til vind, bølgekraft og biodrivstoff. Nye beslutninger vil komme.

Olje- og gassbransjen er preget av lange planleggingshorisonter. Det samme er tilfelle for beslutninger om å bygge ut fornybar energi. Når selskapet skal utvikle en identitet for fremtiden bør disse perspektivene være med. Vi velger ikke et navn primært basert på hva som har kjennetegnet oss historisk, men på hva som skal kjennetegne oss fremover. Vi bærer med oss en spennende og kraftfull historie, men har først og fremst et ansvar for å utvikle selskapet til å levere vekst og verdiutvikling i fremtiden.

Styret i StatoilHydro vil som del av denne strategiutviklingen vurdere om formålsparagrafen i selskapet bør endres. Den knytter i dag vår hovedaktivitet primært til petroleumsvirksomhet. En ny og utvidet formålsparagraf må i tilfelle favne et bredere energibilde.

Et selskaps identitet består av mange elementer. Navn og logo har selvsagt stor betydning, men enda viktigere er den kultur, de arbeidsprosesser og de verdier som preger selskapets aktivitet. Det er på disse områdene vi skal skape noe som er sterkere enn de to selskapene var hver for seg. Og samtidig: Når verdigrunnlaget og forretningsstrategien videreføres gjennom selskapsnavn, logo og visuell identitet forsterker de hverandre.

Styret i StatoilHydro har ansvar for å presentere forslag til navn og logo for selskapets eiere som deretter skal ta stilling til forslaget på generalforsamlingen i 2009. Vi tror det er viktig å gjennomføre en slik prosess på en god og profesjonell måte. Mye gjenstår, men dette er hvor vi står i dag:

- Det arbeides med å utvikle forslag til navn på selskapet som skal symbolisere selskapets forretningsstrategi, verdigrunnlag og visjon. Både navn og logo skal vurderes av styret. I denne sammenheng utelukkes ikke å bruke Statoil-navnet, men oppgaven vi er gitt er å finne et nytt navn. Styret vil fremme sitt forslag for generalforsamlingen.
- Uansett hvilket navn styret anbefaler for generalforsamlingen, mener styret det er riktig å beholde Statoil som navn på selskapets bensinstasjonsvirksomhet. Betydelige verdier er knyttet til selskapets navn og posisjon på dette området, og det er styrets vurdering at selskapet er best tjent med at denne merkevaren utvikles videre. 90 % av kostnadene for en eventuell omprofilering er dessuten knyttet til denne delen av selskapet, hvilket støtter valget av å beholde dagens kjente navn også fremover.

Mange har hatt synspunkter på så vel navn som prosessen med å utvikle en ny identitet. Ikke minst er det fremsatt en rekke påstander om kostnader. StatoilHydro har engasjert Det Norske Veritas (DnV) til å gjennomgå alle deler av selskapet og beregne hva kostnadene ved de ulike alternativer vil være.

Omprofilering av selskapets bensinstasjonsvirksomhet er av DnV kostnadsberegnet til brutto ca 1,9 milliarder kroner. Dette er en kostnad som bortfaller ettersom denne delen av virksomheten beholder Statoilnavnet.

Den gjenstående omprofileringen er beregnet å koste i størrelsesorden 150-200 millioner kroner. Deler av dette er kostnader selskapet uansett får, fordi én felles visuell profil må implementeres på så vel gamle Statoil- og Hydro-installasjoner som på de deler som i dag bærer StatoilHydros profil. I tillegg kommer kostnader til markedsføring, men det er også en aktivitet selskapet uansett vil gjennomføre fremover.

For det fusjonerte StatoilHydro er det viktig at utviklingen av selskapets identitet baseres på en fornyet visjon, en oppdatert forretningsstrategi og et sterkt verdigrunnlag. Dette utgjør fundamentet for vår fremtidige posisjonering. Navn og logo skal understøtte dette. Når de endelige beslutninger skal fattes, må hensynet til fremtidige utviklingsmuligheter avgjøre. Det er retningsgivende for arbeidet i selskapets styre og administrasjon.