

GLOBAL

UTSIKT

HANDELSKAMMARENS EXPORTMAGASIN

NR 4 2010

MARKNADER I FOKUS:

ISLAND

SVERIGE

USA

EU NÄSTA

– FÖR AVLÄGSET GRANNLAND

MACKMYRA

– SVENSK WHISKY



DET HÄNDER I VÄRLDEN

EXPORTCHEFSINDEX

STORA BEHOV – ENORMA UTMANINGAR

AFRIKA

Global business requires Semantix

– one of Europe's leading suppliers
of qualified language services



www.semantix.se

TRANSLATION INTERPRETING TRAINING





4 Ledare

Exportarbete på hemmaplan

6 Afrika BUBBLARE

- Afrikas lejon på väg att utmana Asiens tigrar
- Svensk furu i nordafrikanska hem

12 Exportchefsindex

Exportchefer något mindre optimistiska

14 Island NORDEN

- EU nästa för vårt fiskrika och avlägsna grannland
- Isländskt godis skapar svenska exportmöjligheter

18 Sverige NORDEN

- Nytt fokus på svensk livsmedellexport
- Svensk whisky lagras för nya marknader

22 USA

- Tips: Förbered er för att lyckas!
- Miljöteknologins senaste trender sökes i Sverige

24 Krönika – Jon Pelling

Rapport från Chile

26 Det händer i världen

Nyheter från olika marknader

Ansvarig utgivare: Jonas Sjöbom Östsvenska Handelskammaren · jonas.sjobom@east.cci.se

Redaktionsråd från resp Handelskammare: Fredrik Nyby, redaktör · Texttanken · fredrik.nyby@texttanken.se

Jonas Sjöbom, Johanna Palmér (Östsvenska, www.east.cci.se), Camilla Olsson, Ulf Ljungdahl (Värmland, www.handelskammarenvarmland.se),

Catarina Hallenberg (Mellansvenska, www.mellansvenskahandelskammaren.se), Emma Arvidsson (Västerbotten, www.ac.cci.se),

Jesper Granath (Mälardalen, www.handelskammarenmalardalen.se), Berit Sjödin (Mittsverige, www.midchamber.se), Conny Jonsson (Texttanken)

Art Director: Patric Carlsson (Texttanken) Annonser: Tel 021-448 01 00 · info@texttanken.se Tryck: Arkpressen

Upplaga: 4 600 ex Produktion: Jonsson & Stenvall Produktionsförlag AB/Texttanken

www.globalutsikt.se

Global Utsikt är Handelskamrarnas exportmagasin och utkommer med fyra nummer per år. Tidningen bevakar vad som händer på viktiga exportmarknader och ger svenska företag inspiration och kunskap som stärker dem i deras internationella affärer.

Handelskamrarna är regionala, privata näringslivsorganisationer som arbetar för att ge företagen i sina respektive regioner bästa möjliga förutsättningar. Internationell handel och export är en del av vår kärnverksamhet.

Som medlem är du en del av världens största affärsnätverk.

Exportarbetet på hemmaplan

Alla vi som arbetar i handelskamrar jobbar mer eller mindre aktivt med att stötta företagen som ska ut på en internationell marknad. Vi tror på globaliserings fördelar, vi pekar på nya intressanta marknader och vi gör vad vi kan för att öka kompetensen hos de företagare som vill pröva sina vingar på en okänd marknad. Allt detta arbete



**"VI MÅSTE BLI BÄTTRE
PÅ ATT FÖRMEDLA
VÅRA ERFARENHETER"**

passar bra in i de etablerade stödformerna, där finns företagen, där finns regelsystemet för exportaffärer och där finns förebilderna. Men, hur får vi "icke-exporterande" företag att inse vilka möjligheter som kan finnas på en helt ny marknad? Hur får vi fler företagare att förstå att det är möjligt att tjäna sitt levebröd genom att göra affärer med en människa som inte ens pratar svenska. Och att det kanske inte ens är speciellt svårt?

Det är ett arbete som måste gå hand i hand med det "normala"

exportarbetet. Ofta är de enklaste lösningarna de allra bästa. För några år sedan samlade vi från handelskammaren en

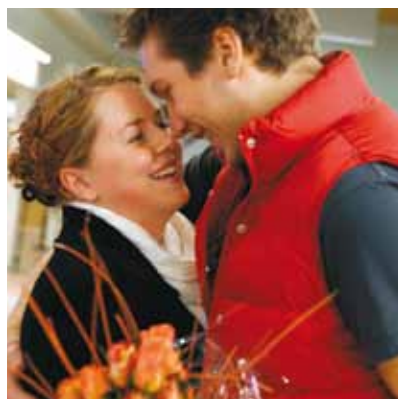
handfull personer från olika exportföretag i Umeå till en träff. Tillsammans konstaterades att det fanns en enorm erfarenhet av exportfrågor. Samtidigt erkände man villigt att man var dålig på att förmedla sina erfarenheter vilket de ville ändra på. Sagt och gjort, vi startade nätverksträffar (exporttringar) där de etablerade företagen delade med sig av sina erfarenheter och successivt bjöd in nya företag som ville lära sig mer om dessa frågor. Något som visat sig vara ett enkelt men bra sätt att få fler företag ut på en internationell marknad.

Förutom de teoretiska kunskaperna måste man se hur det fungerar i verkligheten, man måste ut på plats och möta kunder i andra länder. En person från en kommunal näringslivsorganisation berättade för mig att de hade startat en vänortsrelation till en kommun i Tyskland. Han åkte med tio företag som bara hade kunder i Sverige till vänorten. Många var tveksamma inför resan – kan det ge några affärer? Nästa år åkte samma grupp tillbaka till samma ort vilket de också gjorde år tre. Efter tre år hade ingen av företagen i gruppen någon affär med något företag i vänorten – men, av gruppens tio företag hade åtta börjat med exportaffärer. Man vågade ta språnget efter att "besiktat" en exportmarknad.

Det här är en framtida utmaning för kungariket Sverige. Vi måste få fler företag att pröva sina vingar, fler som vågar sig ut på en exportmarknad. Förhoppningsvis får ni några tips i denna tidning. Läs och "våga"!

Jan Bergmark

Västerbottens Handelskammare



Business or pleasure?

www.skavsta.se

Flyg direkt till
hela Europa.

Sveriges 3:e största flygplats!

STOCKHOLM SKAVSTA
AIRPORT

**KONTAKTA
OSS!**

Tillsammans kommer vi fram
till en lösning som passar er,
hur enkelt som helst.



Fick du med dig allt du köpte?



En del försöker lösa samordningen av sitt affärssystem på ett gammaldags sätt. Man handlar än här och än där. Då blir det svårt att överblicka vad man egentligen har köpt. Och i slutändan brukar det bli mycket dyrare än man tänkt sig från början.

Gör istället som Granngården, Alfa Laval, SKF, Santa Maria, Cardo, Milko och många andra. Tala med Accure. Här får du ett samordnat affärssystem från en enda leverantör. Det blir mycket enklare för dig, lika enkelt som att handla tacosmiddagen till fredagsmyset.

Nu med garanterad leveranstid!

Tillsammans kommer vi fram till en lösning som passar just dig. Den leveranstid vi lovat håller vi, lika säkert som att du finner mellanmjölken i mejerikylen i din speceributik.

accure

Tel: +46 (0)31 60 62 90
www.accure.eu

Afrikas historia med väpnade konflikter, korruption och katastrofal politisk ledning kan verka avskräckande, men den senaste tidens politiska stabilitet i flera länder har också resulterat i en kraftig ekonomisk utveckling.

AFRIKA

Kontinenten som växer



AFRIKA

Afrikas totala BNP 2008: 1.600 miljarder dollar – ungefär samma som Brasilien och Ryssland

Afrikas beräknade BNP 2020: 2.600 miljarder dollar

Afrikas totala konsumtion 2008: 860 miljarder dollar

Afrikas beräknade konsumtion 2020: 1.400 miljarder dollar

Befolkning: Fler än 900 miljoner i 54 länder

Folkrikaste stat: Nigeria med ca 150 miljoner invånare

Afrikas lejon på väg att utmana Asiens tigrar

Under 1980- och 1990-talen hände inte mycket om man ser på Afrikas kollektiva ekonomi. Men kontinenten har under 2000-talet vaknat till liv. I dag har många ekonomier en kraftig tillväxt, flertalet länder håller jämna steg med både Kina och Indien.

TEXT: PER BJÖRKHOLM · FOTO: SHUTTERSTOCK

Afrika bor en sjundedel av jordens befolkning i 54 olika länder.

– Jag tror det är viktigt att komma ihåg att Afrika är en stor kontinent med fler än 50 länder, säger Sofie Wikander på Handelskammaren i Stockholm.

– Man ska inte klumpa ihop Afrika till en enda marknad. Det är stora skillnader mellan till exempel Algeriet, Tanzania och Sydafrika.

Höga födelsetal i kombination med sjunkande dödstal ger en snabb befolkningsökning och låg medelålder (45 procent är under 15 år). Även om befolkningstätheten varierar

kraftigt mellan olika regioner, är Afrika generellt en gles befolkad kontinent med världens lägsta urbaniseringsgrad. Men år 2030 beräknas 50 procent av befolkningen bo i städer. Den konsumerande afrikanska medelklassen växer snabbt och därmed spirar också den inhemska marknaden.

Räknar man per capita är afrikanerna rikare än indierna. Och ett dussin afrikanska stater har högre bruttonationalinkomst (BNI) per capita än Kina. Nyckelsektorer är infrastruktur, energi och kommunikation och i takt med ökat välbefinnande ökar också efterfrågan på konsumentvaror och tjänster.

De senaste årens allt högre råvarupriser har hjälpt många afrikanska ekonomier, men det är inte hela sanningen bakom Afrikas BNP-tillväxt. Minskade väpnade konflikter har skapat politisk stabilitet, vilket gett möjlighet till åtgärder för att minska inflation, utlandsskulder och budgetunderskott. Samtidigt har statliga företag privatiserats, handelshinder reducerats och det privata näringslivet stimu-

lerats på flera sätt. Regeringarna gör stora infrastruktursatsningar, men även här investeras privata pengar, i Kenya och Botswana finns till exempel nya privatägda högklassiga sjukhus, skolor och avgiftsbelagda vägar. Telekom är också en sektor där stora satsningar görs.

Lagos i Nigeria har cirka 18 miljoner invånare, och på Victoria Island som är stadens kommersiella centrum är fastighetspriserna lika höga som på Manhattan. Förutom kontor och bankpalats finns här restauranger i världsklass, lyxvaruhus, hotell, barer och nattklubbar. Det byggs nya kontor, vägar och lyxlägenheter, och ute i havet byggs en ny stad för en halv miljon invånare. Det råder i princip efterfrågan på allt, så "everything is a high growth area" som en affärsman uttrycker det.

Afrikas historia med väpnade konflikter, korruption och katastrofal politisk ledning kan verka avskräckande, men den senaste tidens politiska stabilitet i flera länder har också resulterat i en kraftig ekonomisk utveckling. Risker och kostnader kan fortfarande vara höga, men Afrika är på gränsen till att utvecklas till en ny "emerging market", en tillväxtmarknad som lockar allt fler investerare från hela världen. □

Handelskammarna arbetar aktivt

för att ha goda kontakter och nätverk i flera länder i Afrika. Bland annat i Sydafrika där ett fördjupat samarbete inletts mellan Western Cape Chamber of Commerce och Stockholms handelskammare. Under november månad invigdes den Svensk-Östafrikanska handelskammaren med syfte att tillhandahålla kontakter, kunskap och information om att göra affärer med och i Östafrika.

Svenska företag sålde 2008 varor och tjänster för drygt 35 miljarder kronor till Afrika, vilket är mer än en fördubbling jämfört med 2004. Jan-jun 2010 uppgick den svenska exporten till 19,1 Mdr (17,7 2008) fördelat på Nordafrika 7,4, Västafrika 3,4 och Öst- samt södra Afrika 8,3 Mdr enligt färsk statistik från SCB.





Jakten på viktiga råvaror

40 procent av världens viktigaste mineraler kommer från Afrika. Afrika är också rikt på guld, olja och mycket annat. Över 70 procent av Afrikas export består av råvaror.

Vilka är det då som behöver dessa råvaror?

I Västvärlden har efterfrågan på exempelvis stål minskat under de senaste decennierna. Men länder som Kina och Indien befinner sig i en expansiv uppbyggnadsfas, där mycket råvaror krävs. De har inte heller tillräckliga egna naturresurser för sin kraftigt expanderande ekonomi. För att försäkra sig om framtida tillgångar till strategiska råvaror har kinesiska statliga företag under de senaste åren investerat friskt i Afrika, och köpt både gruvor och oljekällor. EU vill förhandla fram handelsavtal med de afrikanska länderna för att säkra sitt råvarubehov. EU:s råvarustrategi består i att säkra tillgången på råvaror för den europeiska industrin och möta behoven för att trygga sysselsättning och tillväxt.

Sedan 2002 förhandlar EU med 78 länder i Afrika, Stilla havet och Västindien om att ingå Ekonomiska Partnerskapsavtal (EPA). Bland annat vill EU att länderna öppnar 80 procent av sina marknader mot att de får tillgång till EU:s inre marknad. Men EPA-förhandlingarna har blivit hårt kritiserade och försenats kraftigt.

Purcell snabbväxare i Egypten

Purcell Systems Inc är ett amerikanskt företag med dotterföretaget Purcells Systems International AB i Stockholm. På kort tid har företaget växt i Afrika. En av företagets viktigaste marknader är Egypten.

Purcell Systems International designar, tillverkar och säljer klimatanpassade och driftsnåla skåp för telekomutrustning, så kallade flexibla shelters. På marknader där mobilutbyggnaden pågår som bäst är produkten starkt efterfrågad. Att drifta ett telekomnät i varmare länder drar uppåt 10 procent av landets energiförbrukning. Med rätt utrustning finns stora besparingar att göra, vilket förklarar en del av Purcells framgångar.

Företaget har installerat ett antal flexibla sheltersiter i Egypten. Behovet enbart från Egypten är omkring 1 000 siter per år de närmaste åren. I Kairo hyr Purcell in sig i Exportrådets lokaler och utnyttjar tjänster som sekreterarhjälp, internet-service och match-making. Expansionen sker nu i högt tempo och på flera fronter.

Kina är på plats

De senaste tio åren har det skett ett gigantiskt skifte i makt- och handelsbalansen på den afrikanska kontinenten. Europa är fortfarande Afrikas viktigaste ekonomiska partner, men Kina har lagt i högsta växeln. Indien ligger steget efter, medan USA tappar mark.

Av Kinas officiella utvecklingshjälp

är det Afrika som tar emot den största delen. Biståndet kommer ofta i stora paket med allt från skuldåtgärder till teknisk assistans, minskning av handelshinder, utbildning och ibland även militärt stöd. Avsaknaden av andra villkor och krav än rent ekonomiska gör det kinesiska samarbetet attraktivt, liksom det faktum att Kina inte har några betänkligheter att satsa på prestigeprojekt som västvärlden sällan vill bidra till.

Men viktigare än biståndet är handeln. De kinesiska investeringarna i Afrika har ökat med 46 procent bara de senaste tio åren. Kinas investeringar handlar till största delen om utvinning av olja och andra naturresurser. I gengäld investerar man i allt från vägar, järnvägar, dammar, hamnar, pipelines och regeringsbyggnader till idrottsarenor och presidentpalats. Kina vill ha afrikanska råvaror som olja, men har inget direkt intresse av att bygga upp lokala jobb- och kompetensskapande förädlingsindustrier. De stora infrastrukturprojekten genomförs ofta med kinesisk arbetskraft, material och arbetsledning. Angola fick ett lån från Kina på två miljarder dollar i utbyte mot 10 000 tunnor olja om dagen. Lånet ska användas till infrastrukturutveckling – men sjuttio procent av de lånade pengarna måste gå till kinesiska företag. En stor del av Kinas oljeförbrukning kommer från Afrika och andelen kommer öka ytterligare med de investeringar som görs.

De nordafrikanska så kallade Maghreb-länderna Marocko, Algeriet och Tunisien har alltmer blivit ett outsourcingalternativ. Flera stora internationella företag som GAP, H&M och Zara har outsourcat en del av sin textilproduktion till Marocko.

Tunisien har en stark elektroniksektor och har lyckats få företag som Siemens, Airbus och Autoliv att lägga produktion i landet.

Inget är väl svenskare än den svenska barrskogen. Därför kan det vara lite svårt att föreställa sig att den exporteras till Nordafrika. Men Nordafrika är en viktig exportmarknad för de svenska sågverken.

Svensk furu i NORDAFRIKANSKA hem

TEXT: PER BJÖRKHOLM · FOTO: SHUTTERSTOCK

Att efterfrågan på trävaror i Nordafrika är stark råder det inget tvivel om. Nordafrika och Mellanöstern saknar egen skog, samtidigt som den unga befolkningen växer snabbt. Den ekonomiska tillväxten i regionen är också stark. Uppsvinget beror till stor del på en ökad politisk och ekonomisk stabilitet som skapat förutsättningar för ekonomiska reformer och bostadsbyggande.

För de svenska sågverken har Nordafrika blivit en viktig marknad. Viktiga länder är Egypten, Marocko, Algeriet och även Saudiarabien. Svenskarna har kunnat dra fördel av den svaga svenska kronan, samt att den tidigare stora ryska exporten till regionen minskat ordentligt. Som vanligt satsar Sverige på kvalitet och leveranssäkerhet, men kostnadsläget kan vara problematiskt, inte minst när råvarupriserna stiger. När nu kronan stärkts och euron försvagats har även de finska sågverken vaknat till liv.

Färska statistik för första halvåret 2010 visar dock att den svenska exporten till Nordafrika fortfarande ligger på en hög nivå. Sett till exportvolymen för sågade och hyvlade trävaror så kommer Egypten på andra plats efter Storbritannien.

Enskilda sågverk...

En av de svenska exportörerna till Nordafrika är sågverket Fiskarheden söder om Transtrand och Sälen i Dalarna. Fiskarheden är ett av Sveriges och även Europas modernaste och största furusågverk. Nästan hela produktionen går på export, och Nordafrika är deras viktigaste marknad. Så viktig att man till och med anställt en ung algerisk som försäljare, med språkliga och affärskulturella erfarenheter.

Var 14:e dag avgår en båt lastad med drygt 10 000 kubikmeter furu från Orrskär utanför Söderhamn till Nordafrika. Trävarorna kommer från dalasågarna Fiskarheden och Bergkvist-Insjön som samverkar om transporter och marknadsföring.



Nordafrika har blivit en viktig exportmarknad för svenska sågverk.

... och större aktörer

En större aktör vad gäller försäljning av svenskt virke till Nordafrika är säljbolaget Uni4 Marketing som samägs av SCA Timber, Holmen Timber, Södra Timber och Martinssons, ledande aktörer inom svensk sågverksindustri. Nyligen gick även VIDA Wood in som delägare.

Under 2010 beräknas Uni4 Marketing sälja och leverera cirka 550 000 kubikmeter trävaror på marknaderna i Nordafrika och Mellanöstern och under året nå en omsättning på cirka 1,2 miljarder SEK.

– Vi har i många år sagt att detta är en bra och viktig marknad för svenska sågverk, säger vd Carl-Henrik Sandström. Och under finans-



Svenska sågade trävaror tar marknadsandelar i Nordafrika. Råvaror med hög kvalitet och stabila leveranser har gjort att svenska trävaror blir allt mer populära på denna unga och växande marknad.

krisen när efterfrågan sjönk på så många andra marknader var det tur att vi hade dessa marknader. Dessa länders banker stod till stor del utanför de internationella och amerikanska bankernas kris och marknaderna stod sig bra när det rasade på många andra håll.

Skördetid

Carl-Henrik Sandström berättar att det som driver dessa marknader är befolkningspyramiden där medelåldern är 30-35 år samt att dessa länder tjänar bra med pengar på olja och gas.

– En stor, ung och växande befolkning behöver bostäder, och med ökande oljepriser har de också fått råd att bygga. Våra framgångsfaktorer är bra produkter och bra kundkänedom. Vi har jobbat här i över 20 år och stadigt byggt upp en kundbas som vi känner personligen, en välfungerande logistik och bankrutiner. Det krävs tålamod och det har tagit tid för att få upp volymerna, men det arbete vi lagt ned kan vi nu också skörda frukterna av.

”VI HAR I MÅNGA ÅR SAGT ATT DETTA ÄR EN BRA OCH VIKTIG MARKNAD FÖR SVENSKA SÅGVERK”

Känn kunderna

Riskerna att göra affärer med Nordafrika kan ligga i kundstruktur och betalningssystem. Det gäller att känna kunderna för att förutse riskerna.

– Den senaste tiden har det nästan blivit ett överutbud på trävaror, säger Carl-Henrik Sandström. Efterfrågan är fortsatt hög, men det finns nu fler leverantörer som konkurrerar om kunderna. Leverantörerna kommer från Sverige, Finland och Ryssland. En ökande konkurrens gör det än viktigare att jobba långsiktigt med kundrelationerna. □

EXPORTCHEFER NÅGOT MINDRE OPTIMISTISKA

Exportchefsindex, EMI, backar till ett värde under 60 för första gången på tre kvartal. Både orderstockar och leveranstider minskar. Men bland exportföretagen är det ändå totalt sett fler som tror på en förstärkning på marknaden. Den starkast positiva signalen står fortfarande Asien-marknaden för.

TEXT: LINDA KARLSSON · FOTO: EXPORTRÅDET



Mauro Gozzo

Exportchefsindex för fjärde kvartalet redovisades i november och bygger på intervjuer med exportchefer genomförda under perioden 22 oktober till 15 november.

– Svarefrekvensen var denna gång något lägre än vad vi tidigare haft. Tyvärr lyckades vi inte få in svar från ett par av de största företagen, då många var på resande fot. Det är naturligtvis ändå ett gott omen att affärsresandet och möten med kunder som kan generera ökad handel är igång, fastän det påverkar vår undersökning, menar Mauro Gozzo,

Exportrådets chefsekonom och projektledare för Exportchefsindex.

Att EMI efter tre kvartal med värden över 60 nu backar till 58,8 har flera orsaker. Det som främst bidrar till nedgången avser exportchefernas bedömning av orderstocken. Där backar index från tredje kvartalets 64,5 till nuvarande 48,5. Bland SME-företagen uttryckte många ett missnöje vilket resulterade i att detta delindex sjönk från 47,1 till 35,6.

– Visst har vi sett tendenser till en inbromsning. Resultatet är inte direkt överraskande. Samtidigt är det viktigt att poängtera att en

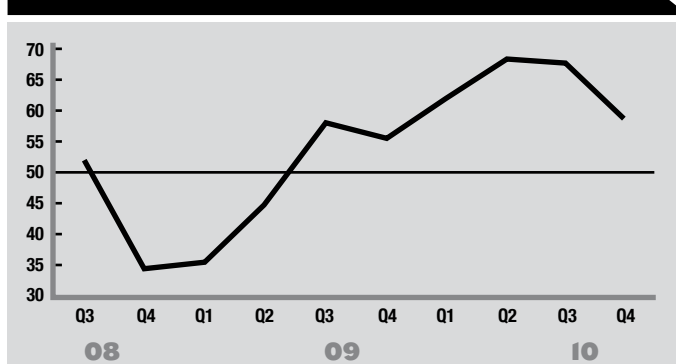
majoritet av företagen totalt sett ser förbättringar, den signifikanta nedgången till trots, säger Mauro Gozzo.

Exportchefsindex visar en fortsatt stor divergens mellan stora och mindre företag. Det är en skillnad som med tiden ökat, snarare än minskat. Mauro Gozzo pekar på det faktum att SME-företagen i större utsträckning än de stora kan ha problem med finansiering samtidigt som de oftare har en huvudmarknad i Europa snarare än i starka tillväxtregioner.

Vad gäller regioner är det Asien som står för den starkast positiva signalen. Det är den enda region där en majoritet av exportcheferna tror på en tilltagande efterfrågan. Betydande andelar ser förstärkning i Västereuropa, Central- och Östeuropa, Nordamerika och Sydamerika men den största gruppen är neutrala. För Mellanöstern & Afrika svarar de flesta neutralt – dock anger väldigt få en försvagning.

Exportrådet har, i samarbete med SCB, nu sammanställt Exportchefsindex under sammanlagt 13 kvartal. Indexet genomsnitt noteras till 55,3. Det svagaste värdet på 34,3 noterades under sista kvartalet 2008, det starkaste värdet på 69,1 noterades under andra kvartalet 2010. Nästa exportchefsindex presenteras 17 februari 2011. □

EXPORTCHEFSINDEX TOTALT



SENASTE EXPORTCHEFSINDEX HITTAR DU I VARJE NUMMER AV GLOBAL UTSIKT.



LEAF är det marknadsledande företaget inom sockerkonfektyr i Skandinavien. Bland våra produkter märks starka varumärken som Läkerol, Malaco och Ahlgrens bilar.

LEAF är en del av det internationella sockerkonfektyrföretaget LEAF International som ägs av Nordic Capital och CVC Capital Partners.

Vill du veta mer - välkommen in på www.leafsweden.se!



...och vilka banker satsar riktigt stort på vårt sömrländska näringsliv för att det ska få den rätta knuffen uppåt?

Bara Sparbanken.

Till skillnad från andra banker i Sörmland är vi en sparbank. En lokal bank vars främsta uppgift är att arbeta för sömrlänningarnas och bygdens bästa. Alltid.

Sörmlands Sparbank

GER MER ÄN BANKEN BANKEN



0771-350 350 – sormlandssparbank.se
FLEN KATRINEHOLM MALMÖKÖPING NYKÖPING OXELÖSUND VINGÅKER

pwc.com/se

Färre bokstäver, mer nytta

Nu går vi från 30 bokstäver till tre, från Öhrlings PricewaterhouseCoopers till PwC och fokuserar ännu mer på dina affärsmöjligheter.

pwc

Vi hjälper dig med revision, redovisning, skatt och affärsrådgivning. Läs mer på: pwc.com/se



ESAB – svetsning i världsklass

Svetsning och skärning används inom en mängd olika områden, allt från tillverkning av cyklar och möbler till mer komplexa konstruktioner som broar, fartyg och offshoreplattformar.

I Laxå ligger ESAB's största produktionsenhet. Vi utvecklar, producerar och marknadsför svetsutrustningar, från portabla små omriktare till kompletta, skräddarsydda svetsanläggningar.

Våra kunder finns i de flesta branscher. Bland de viktigaste kan nämnas skepps- och offshorevarv samt alla typer av mekanisk industri som ägnar sig åt svetsning och skärning.

Med över 100 års erfarenhet av svetsning är ESAB världsledande i sin bransch. Totalt har ESAB ca 8.600 anställda. ESAB har bolag i ett 25-tal länder samt ett stort nät av återförsäljare och agenter över hela världen. ESAB-gruppen som ägs av Charter plc i London omsätter ca 11 miljarder kronor.



Tradition and Innovation

Suzuki Garphyttan is proud of nearly 100 years as the leading supplier of advanced spring wire for valve springs to the automobile industry. Thanks to this and our capacity to continuously develop and improve our products to fit the increasing demands set by our customers, we have succeeded in retaining our strong position. The combination of tradition and innovation is the foundation of our continued market-leading position. This is what we strive to uphold, every day.

Suzuki Garphyttan AB
SE-719 80 Garphyttan
019 - 29 51 00
www.suzuki-garphyttan.com



Suzuki Garphyttan

ISLAND



Största exportländer: Holland, Storbritannien, Tyskland 2009

Största importländer: Norge, Holland, Tyskland 2009

Islands export till Sverige: 0,2 miljarder SEK 2009

Sveriges export till Island: 2,4 miljarder SEK 2009

Huvudstad: Reykjavík • **Officiellt språk:** Isländska • **Valuta:** Krona (ISK)

Folkmängd: 309 000 2010 (178:e plats i världen) • **Tidsskillnad:** -1

Landskod: IS • **Landsnummer:** 354



EU nästa för vårt fiskrika och avlägsna grannland

Vilda vulkaner som sprider askmoln, tuff återhämtning efter en extrem finanskris och omtvistad fiskepolitik. Men även varma källor, kostnadseffektiv aluminiumproduktion och en expansiv turistnäring. Ja, det är Island.

I vårt avlägsna nordiska grannland, med endast 320 000 invånare, slåss man mot och lever av naturelementen. Fiskerinäringen dominerar och i fjol gav ett oenigt isländskt parlament klartecken till regeringen att ansöka om medlemskap i EU.

TEXT: FREDRIK NYBY • FOTO: SHUTTERSTOCK

Fisk (Fiskur)

På Island, som så sent som 1944 utropades till självständig republik efter en unionstid med Danmark, finns ett starkt motstånd mot att EU ska ta över kontrollen över landets rika fiskevatten. Många invånare gillar sitt oberoende och inte minst vill de själva bestämma över den livsavgörande fiske- och jordbrukspolitiken.

Går EU-ansökan igenom, troligtvis inte före 2012, så kommer Island inte längre att vara

lagstiftaren över hur de sköter sin fiskeindustri. Detta är en brännande punkt som delar landet i två läger runt EU-medlemskap.

Ekonomi (Fjármál)

EU-debatten kring ekonomin är liksom fisket en het potatis. När finanskrisen dragit fram som en tornado på ön – den isländska kronan kollapsat, de stora bankerna gått under och inflationen stigit i höjden – började EU-vänligare vindar att blåsa på ön. Om deras ansökan mynnar ut i ett erbjudande om EU-medlemskap, avser Island hålla en folkomröstning i frågan. Islands ekonomi håller nu sakta men säkert på att återhämta sig.

Ansökan om EU-medlemskap gjordes efter att den ekonomiska krisen hade slagit hårt mot landet. Ansökan visar hur viktigt ett EU-medlemskap kan vara för den ekonomiska och den politiska stabiliteten. Hela Norden kommer att påverkas om Island går med i EU. Det konstaterades när EU:s utvidgningsrapport och Islands väg mot medlemskap nyligen diskuterades på ett "Norden i Fokus" seminarium i Stockholm.

Handel & energi (Verzlun & Orka)

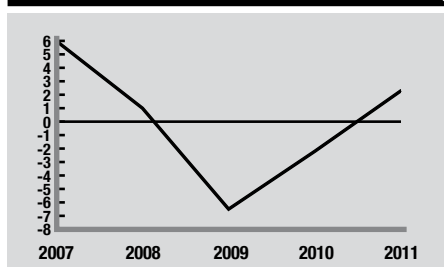
Holland, Storbritannien och Tyskland är lan-



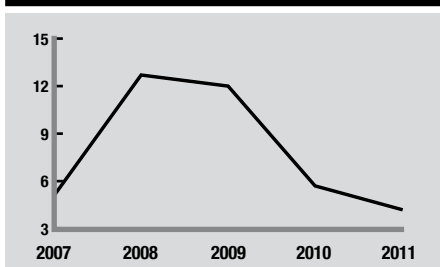
dets viktigaste handelspartners. Industrivaror (främst aluminium) och havsprodukter är Islands dominerande exportprodukter. Sverige exporterade i fjol för 2,4 miljarder SEK till Island. Geotermisk och fallvattenenergi svarar för nästan all producerad el och cirka 80 procent av total energikonsumtion. Resten täcks av import av fossila bränslen och används främst inom transport- och fiskesektorn. Island har ingen energiexport, men det finns ett UK-föreslag om en kabel till Skottland. □

KÄLLA: SVERIGES AMBASSAD, REYKJAVÍK
(Heimild: Sænska sendiráðið, Reykjavík)

BNP-TILLVÄXT uppskattning (%)



INFLATION uppskattning (%)



ARBETSLÖSHET uppskattning (%)

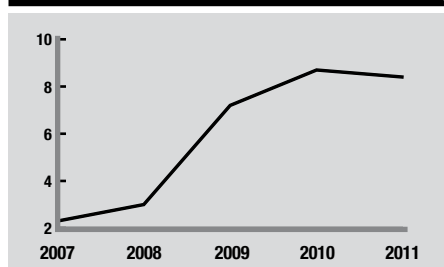




FOTO: SHUTTERSTOCK

Ständigt bubblande källor

Landets största källa, Deildartunguhver, producerar över 150 liter kokande vatten i sekunden. Största sprutande källa finns i Haukadalur på södra Island. Den heter Geysir och har gett namn åt alla sprutande källor i hela världen. Förr i tiden sprutade den kokhett vatten 60 meter upp i luften, men numera vilår den. Däremot är Strokkur som finns i samma område mycket aktiv. Den sprutar hela dygnet med cirka 10 minuters mellanrum.



Näringsliv

Islands viktigaste näring är fisket men inom branschen arbetar bara 7 procent av islänningarna, då fiskefartygen är moderna och välutrustade. Däremot får drygt 70 procent sitt uppehälle från serviceyrken. Av dessa växer turismen, som är den näst viktigaste näringen. Dragplåster för turismen är det vackra landets speciella natur. Den tunga industrin är viktig och den mest betydande exportartikeln är aluminium. Den energikrävande aluminiumproduktionen är lönsam på Island eftersom energin är billig.

Jordbrukets betydelse ligger framför allt i produktionen av inhemsk mat. Fårköttet räcker till export, men nästan alla andra produkter stannar i hemlandet. Grönsaker exporteras till Grönland och Färöarna. Gårdarna har de senaste åren varit tvungna att hitta nya binärningar. Det kan vara mink- och rävfarmar eller gårdsturism. Många gårdar erbjuder även hästsafari.

Återkommande vulkanutbrott

Islands berggrund hör till de mest vulkaniska på jorden. Sedan landet koloniserades på 800-talet har 150 kända vulkanutbrott ägt rum, man räknar med ett vulkanutbrott vart femte år i genomsnitt. Hekla, Islands mest berömda vulkan, har haft 19 utbrott sedan år 1104 under den skrivna historiens tid, nu senast i februari år 2000.

Lakagígur består av cirka 100 kratrar i en 25 kilometer lång kedja. År 1783 började kraterkedjan spy ut lava vitt och brett och i så ofantliga mängder att ingenting liknande är känt i världshistorien. Gaser och aska spreds ut i omgivningen och kvävde allt liv. En stor del av boskapen dräptes och följden blev att 10 000 människor dog av hunger, en femtedel av Islands befolkning på den tiden. I färsk minne finns även vårens vulkanutbrott i Eyjafjallajökull och det drivande askmolnet som lamslog flygtrafiken i stora delar av Europa.

Islandshästen

På Island betraktas islandshästen med kärlek och vördnad då hästarna funnits på ön i över 1200 år. En islandshäst som lämnat Island tillåts aldrig att återvända då risken är för stor att de blandats med andra raser. Därför är Islandshästen en av de rasrenaste hästarna i världen och de har varit fria från inblandning av andra hästar i över 800 år. Islandshästen är en robust häst som tål väder och vind. Hästarna hålls oftast i ett halvilt tillstånd i stora flockar som själva får leta sin föda och skydda sig mot dåligt väder.

Norrköping flygplats är en av få svenska flygplatser som har godkänd gräns-skyddsstation för import av Islandshästar. Sedan oktober 2007 ankommer det islandshästar till Norrköping flera gånger i månaden.

Språkbruket

Språket är isländska. Första främmande språk i skolor är engelska, som andra språk läser man vanligtvis danska. Många islänningar talar danska med isländskt uttal och därför förstår många nordbor dem lätt.

Islandströja

Denna klassiska pullover är en patentstickad ylletröja, vit med tvärgående ränder i rött och blått. Den har troligen fått sitt namn av att importerad isländsk ull använts till stickgarn.



Tänker du på något annat än varma källor och vulkaner när du hör Island? Hästar kanske, eller möjligtvis Djúpur och Draumur? Det sistnämnda hoppas Pelle Pettersson på Nammi Godis AB få till svar. Om inte idag, så om några år. Företaget importerar isländskt godis, distribuerar det i Sverige och exporterar till Tyskland.

Från isländsk smakupplevelse till färskt import- och exportgodis

TEXT: FREDRIK NYBY · FOTO: KENNETH TRYBOM (STORA BILDEN), NAMMI

Islänningar och finnar äter mest lakrits i världen. Och det var just en smakupplevelse med lakrits i kombination med choklad som gav Pelle Pettersson och hans bror Mats en god idé. Pelle hade lärt känna några islänningar via fotbollsspelare i IFK Norrköping och beslutade att besöka vårt avlägsna grannland. Han blev så tagen av ön att han blev kvar i ett halvår. Och det var inte bara landskapet och människorna som fascinerade, här tillverkades ett fantastiskt godis.

När Global Utsikt når honom på telefon tre år senare, sitter han och blickar ut över ett frostnupet landskap, klarblå himmel och rykande varma källor.

– Det är helt fantastiskt vackert här. Vi håller på att renovera huset hemma i Norrköping och under de två månaderna det tar, så bor jag och min familj här. I dagens digitala värld så sköter jag godisruljangsen lika bra härifrån. Dessutom får jag möjlighet att stärka samarbetet med de tillverkare vi köper ifrån.

”VÅRA LEVERANTÖRER HAR BETT OSS SKYNDLA LÅNGSAMT. DE ÄR ÖVERRASKADE AV FRAMGÅNGEN MEN VILL HA KONTROLL ÖVER PRODUKTIONEN”

Pelle upptäckte snabbt det isländska godiset vid sitt första besök på ön. Islänningarna äter en hel del och Djúpur blev en favorit. När han sedan kom tillbaka till Sverige bjöd han runt på sin nyupptäckta ”last”. Alla som fick smaka ville ha mer och en av dem var Pelles bror



Mats. De kom överens om att importera en sändning för att fresta den svenska marknaden. Hösten 2007 kom den första godislasten till Norrköping. Och sen har det fortsatt med allt större volymer.

– Våra leverantörer har bett oss skynda långsamt. De är överraskade av framgången men vill ha kontroll över produktionen, säger Pelle.

Nammi Godis AB heter brödernas grossistföretag som importerar godis från bland annat Island. De har agenturen på fler varumärken och har specialiserat sig på lakrits och choklad. Fokus ligger idag på 15 varianter men målsättningen är att utöka sortimentet med lakrits från tillverkare över hela världen. Island och deras smakfulla kombinationer av lakrits och choklad ska bana väg. Kunderna är service- och dagligvaruhandeln, delikatessbutiker samt föreningar.



Pelle Pettersson och hans bror Mats importerar godis från Island, säljer i Sverige och exporterar till Tyskland. Här på företagets, Nammi Godis AB, lager i Norrköping.

Finanskrisen dammade till Islands näringsliv ordentligt och det blev en del inställda leveranser och valutaoro, men lågkonjunkturer resulterar även i andra fenomen. Bland annat så äts det mer sötsaker ...

– Vi tycker det är skönt att ekonomin stabiliserat sig, vår utveckling ser bra ut. Förutom distribution i Sverige så levererar vi till Tyskland. Exportmöjligheterna till Finland är under utredning, det land som toppar lakritskonsumtionen.

Företaget har sitt kontor och europalager i logistiknavet Norrköping. De har valt tredjepartslogistik, en lösning där Nammi Godis AB köper all hantering och logistik.

Det har varit krångligare än vad bröderna Pettersson trodde att ta hem varor från Island. Komplicerad förtullning, innehållsdeklarationer som ska godkännas av livsmedelsverket och kommuner samt det administrativa arbetet med moms, valutor och fraktbolag. Men nu är godistrafiken igång från Reykjavik till Norrköping. Exporten till Tyskland går betydligt smidigare än nationshandeln utanför EU.

– Affärerna har fått draghjälp av ett antal choklad- och lakritsfestivaler i år. Vi blir givetvis stärkta av framgången och gläds åt att våra både goda och unika produkter uppskattas. Tullverket är bra att ha och göra med, jag tror vi gjort grovjobbet med det administrativa nu. Vi tror stenhårt på vår import-, export- och affärsidé. ▣



DJÚPUR & DRAUMUR

Är isländskt godis bestående av choklad och lakrits. De bägge nyblivna svenska storsäljarna kommer från godistillverkaren Freyja, vilken är en av fyra "godisfabriker" på Island.

OM LAKRITS

Finland, Holland, Island och Sverige är riktiga lakritsländer.

Lakrits görs av växten lakritsrot som är en flerårig ärtväxt och vill ha medelhavsklimat. Rötterna skördas ungefär var tredje år och får torka. Sedan flisas, tvättas och kokas de tills all lakritsextrakt dragits ur. Därefter kokas det mesta av vattnet bort och kvar har man en seg lakritsmassa.

Lakritsroten har använts inom naturmedicinen i flera tusen år. Till exempel under romarriket behandlade man förkylningar och influensa med lakrits. Många receptfria hostmediciner innehåller lakritsextrakt eftersom det lugnar slemhinnorna. Lakrits är också en naturlig huskur mot halsbränna, magkatarr och sura uppstötningar.

SVERIGE



Största exportländer: Norge, Tyskland, Storbritannien 2009

Största importländer: Tyskland, Danmark, Norge 2009

Huvudstad: Stockholm • **Officiellt språk:** Svenska

Valuta: Krona (SEK) • **Folkmängd:** 9,2 miljoner 2010 (89:e plats i världen)

Tidsskillnad: – • **Landskod:** SE • **Landsnummer:** 46



Utmaningar för Svensk livsmedelsexport

I Sverige, landet lagom, drack vi 54,3 liter standardmjölk och 12,2 liter vin per person och år 1990. År 2007 var motsvarande siffror 25,9 och 21,8. Nu är det inte så enkelt som att vi bytt ut mjölken mot vin. Men det säger en del om de konsumtionsförändringar och handelsströmmar som förekommer inom livsmedelsbranschen.

TEXT: FREDRIK NYBY

Svenska livsmedel blir alltmer eftertraktade utomlands. Men fortfarande importerar vi betydligt mer livsmedel än vad vi exporterar. Ett ökat resande och offensiva producenter lockar människor världen över att kittla nya smaker. Ta Taco-sortimentet som exempel, det var i det närmast obefintligt i svenska butiker för tjugo år sedan. Idag finns det löpmeter och TexMex har blivit en "svensk" klassiker vid fredagsmyset. En ökad globalisering och ett EU utan handelsmurar har även inneburit möjligheter för svenska företag att exportera, både livsmedel och innovativa koncept.

En nyligen genomförd europeisk undersökning visar att svenskar och holländare

oroar sig minst för maten i Europa. Däremot är svenskar bekymrade för djurens välfärd. Lantbrukarnas Riksförbund (LRF) konstaterar att svensken litar på bonden och är beredd att betala för svensk mat. Mot bakgrund av

det och den ökande importen, 45 procent av allt vi äter är importerat, har LRF tagit fram en livsmedelsstrategi. Man ska arbeta för att utveckla premiumprodukter, öka effektiviteten och exporten av svensk mat. □

LYCKADE SVENSKA LIVSMEDELS-SATSNINGAR UTOMLANDS

- **Det svenska tårtföretaget** Almondy sålde tårter för 378 miljoner SEK 2009. Exportandelen är på 80 procent och de finns representerade i 40 länder.
- På de flesta IKEA-varuhus finns en restaurang där man säljer svensk mat, däribland köttbullar. IKEA har blivit en av de största exportörerna av förädlade livsmedel från Sverige och är en bra ambassadör.
- Familjeföretaget Daigårds har tagit sig från lilla orten Källby utanför Lidköping till de stora matvarukedjorna i Tyskland. När EU-inträdet rev bort den tullmur som tidigare försvårat livsmedelsexporten inom Europa så började Daigårds tillväxt utomlands.
- Hälsomatföretaget Friggs provar attraktionskraften i estniska butikshyllor och är nu på väg att lyckas i Baltikum. Nästa steg för Friggs är Danmark och övriga baltländer.

Världskända exportvaror

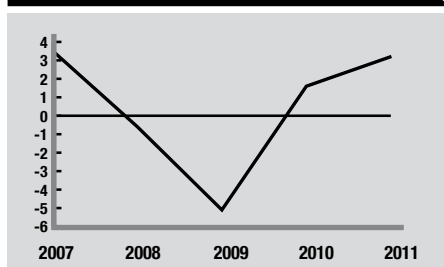
Sverige exporterar flera produkter som har stark ställning på världsmarknaden. Vid sidan om vodka är olika produkter av fisk och skaldjur, knäckebröd och skorpor, betsocker samt frysta ärtor starka exportprodukter.

Svenska livsmedel på frammarsch

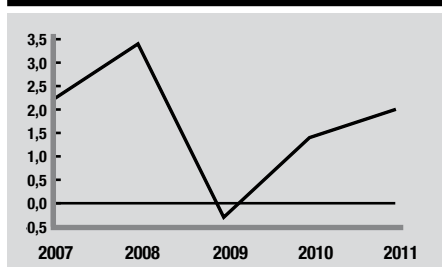
Under 2009 var livsmedelsbranschen en av få branscher som uppvisade positiv exportutveckling. Sverige fortsätter att satsa stort på livsmedel och under parollen "Sverige – det nya matlandet i Europa" inspirerar Jordbruksdepartementet till en fortsatt växande marknad.

KÄLLOR: LIVSMEDELSVERIGE.SE, EXPORTRÅDET OCH LIVSMEDELSVERKET

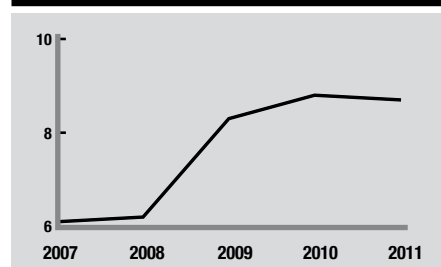
BNP-TILLVÄXT inkl prognos (%)



INFLATION inkl prognos (%)



ARBETSLÖSHET inkl prognos (%)



KÄLLOR: OECD ECONOMIC OUTLOOK



FOTO: SHUTTERSTOCK

Miljöteknikexporten ökar

Omsättningen i den svenska miljötekniksektorn minskade med närmare 12 procent mellan 2008 och 2009. Samtidigt ökade exporten av svensk miljöteknik med 4,8 procent.

Affärsmöjligheterna för svenska cleantechbolag exploderar i Kina enligt en kommentar från Exportrådets Handelssekreterare i Peking, Mats Bergman. "Sverige anses ha innovativa lösningar inom området och det finns många kinesiska företag som vill veta mer. Med fler och fler referensprojekt i Kina så blir sannolikheten för fler svenska affärer större". I Kinas nya femårsplan vill regeringen tydligt utveckla grön teknologi och energieffektiviseringar som möter efterfrågan på hållbar utveckling. "Företag som jobbar med energieffektivisering kommer att hitta många affärsmöjligheter, speciellt inom industriella sektorer som återvinning av spillvärme, ombyggnation för energibesparing, förgasning etc".

Svenskt CSR-tänk på export

Det ställs allt högre krav på kvalitet och hållbarhet för de expanderande företagen. Sverige är föregångsexemplet som bland annat indiernerna sneglar på.

I december kommer 20 indiska företagsledare till Sverige för att presentera de projekt inom CSR (Corporate Social Responsibility) som framkommit efter ett utbyte med svenskt näringsliv. Företagsledarna är deltagare i Svenska institutets managementprogram och kommer från bilindustrin, media, gruvbolag och oljebranschen. Syftet med att besöka Sverige är att de indiska företagsledarna ska lära sig mer om hur man kan göra CSR och hållbarhet till en integrerad del av företagets verksamhet. Det kan behövas i ett land med 450 miljoner invånare som i snitt lever på mindre än en dollar om dagen.

KÄLLA: KVALITETSMAGASINET.SE

Starkt uppåt för utrikeshandeln

Varuexporten från Sverige ökade under det tredje kvartalet med 16,6 procent i volym (värde i fasta priser), jämfört med tredje kvartalet 2009. Samtidigt ökade varuimporten med 19,2 procent i volym.

Sveriges största företag 2008

VOLVO – 97 030 anställda, omsättning: 305 231 miljoner SEK

ABB – 120 000 anställda, omsättning: 229 721 miljoner SEK

IKEA – 123 000 anställda, omsättning: 215 981 miljoner SEK

KÄLLA: SCB



HETA konsumenttrender

Tidningen Market, som innehåller nyheter inom detaljhandeln, har listat fem heta konsumenttrender. Att vi allt mer lever på en digital planet står utom tvivel.

TREND 1 – Ökat engagemang i communities och gruppköp

Groupon är ett av världens mest uppmärksammade företag för ögonblicket. Affärsidén bygger på att konsumenter går samman för att köpa produkter och tjänster till ett lägre pris.

TREND 2 – Positionsbaserad shopping

Facebook Places, Gowalla och Foursquare. Några exempel på positionsbaserade applikationer och tjänster i sociala medier. Tekniken gör det bland annat möjligt att kommunicera med konsumenten på plats i butiken.

TREND 3 – Det lokala är kung

Lokalproducerade varor och lokala små butiksaktörer har legat högt upp på trendlistorna ett tag, men nu verkar det verkligen ta fart. En stark trend är också att större företag inleder samarbeten med lokala aktörer för att stärka de regionala banden.

TREND 4 – Konsumentgenererad produktutveckling

Konsumenterna söker allt mer en individanpassad shoppingupplevelse, och vill gärna delta i produktens utveckling. Threadless och Nikes designstudios är två framgångsrika exempel.

TREND 5 – Det goda företaget

Konsumenten värderar socialt ansvarstagande högt. Allt fler väger in detta som ett av de tyngre argumenten när ett köpbeslut ska fattas.

SVERIGE



För bra för att **STANNA I SVERIGE**

Den svenska whiskeytillverkaren Mackmyra Svensk Whisky har haft stora framgångar på hemmaplan. Destilleriet tar nu små men bestämda steg ut på den internationella marknaden.

TEXT: PER BJÖRKHOLM · FOTO: JOHAN OLSSON, MACKMYRA

Historien om Mackmyra Svensk Whisky är historien om hur några killar får en idé om att tillverka svensk maltwhisky och hur man sedan på ett mycket framgångsrikt sätt realiserar denna idé. Det är också en historia om hur man gjort den svenska maltwhiskyn till något mer än en flaska med sprit. Mackmyra Svensk Whisky har lyckats göra ägandet av den svenska whiskyn till en upplevelse på flera plan. En viktig del i konceptet är att kunderna kan köpa ett helt whiskyfat. Fatet lagras i flera år och kunderna kan följa whiskyns mognad innan den så småningom tappas upp på flaskor. Hitills har 10 000 kunder investerat i ett 30-liters träfat med Mackmyra Svensk Whisky.

Utanför Norden

Visst går det att utveckla konceptet mer, och visst arbetar Mackmyra Svensk Whisky för att växa mer i Sverige. Men ett viktigt nästa steg är exportmarknaden.

– Ja, vi satsar nu på att komma ut på den internationella marknaden, säger Rikard Lundborg, marknadsdirektör på Mackmyra Svensk Whisky. Vi har en bra produkt och ett koncept som vi menar är för bra för att stanna i Sverige. Vi är och kommer att förbli en nischaktör, men den globala whiskymarknaden är enorm, och vi är bara ute efter en liten bit av den kakan. Det vi arbetar med för tillfället är att ta reda på vad som fungerar på olika marknader för vår whisky.

Nischaktör

Hur strategin kommer att se ut är ännu för tidigt att säga, och den kommer att variera från marknad till marknad. Men man kommer att använda konceptet med whiskyfatet, Mackmyra whiskys unika recept och höga kvalitet och så det faktum att man är svenska.

– I Sverige har vi en unik position som svensk lokal whisky, säger Rikard Lundborg. När vi går utomlands måste vi delvis positionera om oss, men vi ska också använda det svenska, och utnyttja Sveriges starka varumärke.

Nytt destilleri

Idag är Mackmyras destilleri ett av de mindre i världen, 96 av 100 skotska destillerier är större. Kapaciteten ligger på runt 600 000 flaskor per år. Det kan verka mycket, men kan jämföras med världsmarknaden för whisky som beräknas ligga på 3 miljarder flaskor.

Ett nytt destilleri håller nu på att byggas utanför Gävle. Destilleribyggnaden kommer stå klar under vintern 2011 och invigning planeras ske under 2012.

– Vi växer och behöver högre kapacitet. Men vi är ju fortfarande väldigt små, och det kommer vi att förbli. I vår internationella satsning ska vi inte gå för brett, vi måste hinna leverera också.

Milstolpe

Förutom att tappas på de mindre privatägda faten hamnar den övervägande delen av dagens tillverkning hos restauranger eller i taxfreebutiker.

2006 var Systembolaget Mackmyras enda kund. Sedan oktober i fjol finns en Mackmyra whisky i Systembolagets alla butiker och inte bara



i specialsortimentet. Mackmyra whisky kan numera köpas i över tio länder och det senaste exportlandet är Kanada. Inom kort kommer även ett par restauranger och några butiker i New York att sälja den svenska whiskyn.

Mackmyra Svensk Whisky tar ett steg i taget, men är redan på god väg att etablera sig utomlands.

"DET VI ARBETAR MED FÖR TILLFÄLLET ÄR ATT TA REDA PÅ VAD SOM FUNGERAR PÅ OLIKA MARKNADER FÖR VÅR WHISKY"

– Ett stort mål och en viktig milstolpe för oss är när hälften av vår produktion inte säljs via Systembolaget, berättar Rikard Lundborg. Det betyder att vi då har en exportandel på över 50 procent vilket innebär att Mackmyra whisky har etablerats i Västeuropa, USA och på ytterligare ett par marknader. Det ser vi fram emot! □

MACKMYRA SVENSK WHISKY AB

Har två år i rad utsetts till Årets Gasellföretag (snabbväxare) i Gävleborg av Dagens Industri.

Omsättningen ökade under 2009 till 90,6 miljoner kronor (plus 18 procent) och vinsten blev 13,7 miljoner kronor (plus 31 procent).

Företaget hade 2009 i snitt 38 anställda.

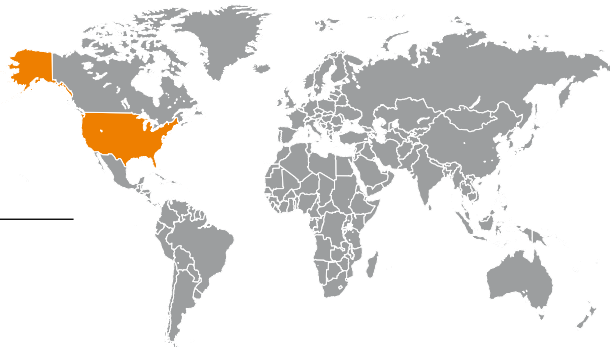
Nettoomsättningen för första halvåret 2010 ökade med 21 procent jämfört med motsvarande period förra året.

USA



Största exportländer: Kanada, Mexiko, Kina 2009
Största importländer: Kina, Kanada, Mexiko 2009
USA:s export till Sverige: 34,9 miljarder SEK 2009
Sveriges export till USA: 63,8 miljarder SEK 2009

Huvudstad: Washington D.C. • **Officiellt språk:** Engelska • **Valuta:** Dollar (USD)
Folkmängd: 307,2 miljoner 2010 (3:e plats i världen) • **Tidsskillnad:** -6 – -11
Landskod: US • **Landsnummer:** 1



Förbered er för att lyckas!

Hur gör man affärer i USA? Hur fungerar lagstiftningen? Hur ser marknaden ut just i vår bransch? Det är frågor som svenska företag måste undersöka i förväg om de vill komma in på USA-marknaden, menar Michael D Miller chef vid CFO911Solutions och styrelsemedlem i Svensk-amerikanska handelskammaren i Los Angeles.

TEXT: YVONNE BUSK • FOTO: SHUTTERSTOCK

Michel D Miller var en av föreläsarna vid SACC-dagarna i Göteborg i november, inbjuden av Svenska Handelskammaren i Göteborg. I vår kommer han till Västerås och Handelskammaren Mälardalen. Hans huvudbudskap till sina svenska åhörare är vikten av noggranna förberedelser för de företag som vill etablera sig i USA.

– Den information alla måste skaffa sig i förväg är vilka näringsgrenar det finns intresse av, hur konkurrensen ser ut, teknologi, trender, regler och lagar och hur det går till att göra affärer, säger han.

Svenskars och amerikaners sätt att göra affärer skiljer sig mycket åt. De är nästan varandras motsatser, menar Michael D Miller.

– Vi börjar med affärerna, sedan lär vi känna er. Men svenskar vill känna en person innan de bestämmer sig för att göra affärer med honom. Vi är mer konkurrensinriktade

till vår natur och den som ska bli accepterad och få en utkomst här måste konkurrera, säger han.

Marknadsföring

Men visst finns det möjligheter, menar Michael D Miller, och nämner en rad branscher som kan lyckas bra i USA. Det gäller till exempel transporter, livsmedel, mode, elektronik, finansiella tjänster, hälso- och sjukvård, läkemedelsutveckling, medicintekniska produkter och miljöteknologi. Eftersom det är stora marknader finns det många segment inom dem där man kan hitta utvecklingsmöjligheter, utan att behöva slåss mot tunga konkurrenter. Vilken bransch det än handlar om gäller det dock att undersöka ordentligt vilka behov som ännu inte är fullständigt tillgodosedda.

De företag som vill lyckas måste naturligtvis ha resurser för att kunna tillverka och distribuera produkterna och kapacitet att möta efterfrågan. Och Michael D Miller anser att alla företag som verkar i USA behöver en auktoriserad revisor (CPA) och även en affärsjurist som kan utarbeta de juridiska handlingar som krävs. Dessutom anser Michael D Miller att det är klokt att anlita en marknadsföringskonsult. Inte reklambyråer, försäljare eller agenter.

– Ett vanligt missförstånd från svenska företag är att amerikanska distributörer och agenter kommer att marknadsföra produkterna eller tjänsterna. Det gör de inte. Man



"Representant på plats", tipsar Michael D Miller.

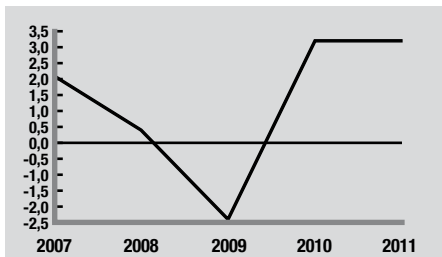
måste antingen skicka egna marknadsförare eller få hjälp av en marknadsföringskonsult som kan guida. De har bra nätverk att arbeta med, säger han.

Representanter på plats

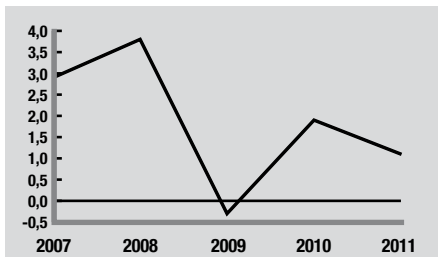
Andra vanliga misstag som svenska företag gör, enligt Michael D Miller, är att de inte riktigt tagit reda på hur den amerikanska affärskulturen ser ut och tror att deras vanliga sätt att agera ska vara framgångsrikt. Men de är inte tillräckligt envisa, de reagerar ibland inte tillräckligt snabbt på efterfrågan, speciellt inte under den svenska semesterperioden, och de tror att man kan komma in på den amerikanska marknaden utan att ha lokala representanter där.

– Det bästa är att ha representation både i Sverige och USA för att kunna förstå hur man bäst ska förhålla sig och få grepp om såväl affärskultur som juridik, säger han. □

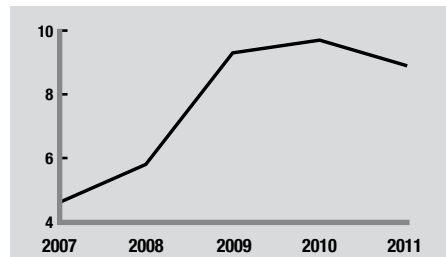
BNP-TILLVÄXT inkl prognos (%)



INFLATION inkl prognos (%)



ARBETSLÖSHET inkl prognos (%)



KÄLLA: OECD ECONOMIC OUTLOOK



SÖKES MILJÖTEKNOLOGINS senaste trender

Intresset för miljöfrågor och miljöteknologi växer i USA. Och blickarna vänds mot Europa och Sverige i sökandet efter hållbara lösningar.

TEXT: YVONNE BUSK • FOTO: SHUTTERSTOCK

Svenska företag som arbetar med miljöteknologi har ett utmärkt utgångsläge för att söka kontakt med USA-marknaden nu när inresset växer där. Miljöteknologin är mer avancerad och har varit etablerad längre i Sverige än i USA.

– Vi söker kontakt med svenska företag som arbetar med grön teknologi för att få del av de senaste trenderna, säger Michael D Miller.

Han lyfter fram en rad utvecklingsbara marknadssegment inom grön teknologi, med utgångspunkt från tre huvudområden – förnybar energi, infrastruktur och förnybara resurser.

"VI SÖKER KONTAKT MED SVENSKA FÖRETAG SOM ARBETAR MED GRÖN TEKNOLOGI FÖR ATT FÅ DEL AV DE SENASTE TRENDERNA"

Några exempel är tekniker för energiutvinning och energidistribution, alla slags strategier och tekniker för energiomvandling, alternativa bränslen, biobränslen och avfallsbränsle, kontroll av utsläpp, arkitektur och laddningsstationer för elbilar.

Svensk erfarenhet

I Sverige har speciella förutsättningar och omständigheter gjort att utvecklingen ligger långt framme på flera av de områden Michael D Miller nämner. Svenska industrier har till exempel förhållandevis mycket el-drivna processer, som utvecklades när Sverige hade elöverskott. Därför har industrier haft stora behov av energieffektiviseringar de senaste åren. Sverige ligger också långt framme när det gäller att bygga energieffektivt. Sveriges omfattande fjärrvärmenät har byggt upp erfarenhet av att elda biobränslen i stor skala och de stora fjärrvärmeanläggningarna har möjligheter att gå över till avfallsbränsle, vilket nu också sker.

I USA är det såväl ett ökat miljöintresse hos allmänheten som politiskt beslutade restriktioner och förordningar som nu driver utvecklingen, menar Michael D Miller.

När det gäller gröna och återvinningsbara konsumentprodukter driver konsumenterna själva på. När det gäller företagen är det också beslut från de styrande på olika nivåer. I Los Angeles börjar till exempel ett förbud mot varukassar i plast att gälla 2011. Ett annat exempel är federala och statliga förordningar som kräver att el till 20 procent produceras med förnybar energi vid utgången av 2010.



NÅGRA LOS ANGELES-BASERADE ORGANISATIONER INOM GRÖN TEKNOLOGI OCH AFFÄRSVERKSAMHET:

Swedish American Chamber of Commerce – Greater LA:
www.sacc-gla.org

Los Angeles Venture Association: www.lava.org

Clean Tech Los Angeles: www.cleantechlosangeles.org

Angel Investor Groups:

Keiretsu Forum

Maverick Angels

Pasadena Angels

Tech Coast Angels

Stöd till företag

Michael D Miller har sin bas och dagliga verksamhet som chef för CFO911 Solutions – ett konsultföretag som hjälper medelstora företag med olika problemlösningar, från finansiering till utvecklingsfrågor. Medarbetarna har en bred branschkunskap, bland annat inom området grön, ren och förnybar energi.

Michael D Miller arbetar också med miljöfrågor i Los Angeles Venture Association's Green Technology Committee, som sammanför investerare och tjänsteleverantörer för att starta och inledningsvis stötta tillväxtföretag. Han sitter också i styrelsen för Svensk-amerikanska handelskammaren och i deras kommitté för "Green Business". Där förbereds just nu besök från en svensk affärsdelegation i maj nästa år, som Michael D Miller hoppas ska innebära nya investeringar och samarbeten med svenska företag inom miljöteknologi. □

SID – krav från 1 januari 2011

Slutet för övergångsperioden för summarisk införseldeklaration, SID, närmar sig. Från den 1 januari måste en föranmälan lämnas för alla varor som förs in från länder utanför EU.

Några exempel på krav

- föranmälan ska lämnas i form av en elektronisk summarisk införseldeklaration
- transportören ansvarar för att den summariska införseldeklarationen skickas in
- föranmälan ska skickas innan varorna når EU

För att underlätta

Till din hjälp arrangerar vi ett antal informationsträffar under hösten i Stockholm, Göteborg och Malmö.

Besök tullverket.se och anmäl dig till någon av höstens informationsträffar och läs samtidigt mer om summarisk införseldeklaration.



STOCKHOLM VÄSTERÅS
FLYGP L A T S

www.vst.nu

The Friendly Airport

VÄSTERÅS
FLYGP L A T S

Malaga!

*Boka på Ryanair.com
Startar 27 mars 2011,
från Västerås.
Kram Tomten*



Lite närmare - mycket snabbare 021-805600

Välkommen till en

GLOBALISERAD VÄRLD

Vi har utbildningar i engelska, svenska och interkulturell kommunikation



VI UTGÅR ALLTID FRÅN DINA BEHOV

Möten med andra kulturer blir allt vanligare och för att kunna kommunicera krävs kunskap. Det är därför vi finns – vi vill hjälpa till med kommunikationen för att öka lönsamheten.

VI ERBJUDER SKRÄDDARSYDDA KURSER I SVENSKA FÖR MEDARBETARE SOM SKA BO OCH ARBETA I SVERIGE

I undervisningen ingår svensk vardags- och affärskultur. Vi hjälper till med alla praktiska problem och frågor som kan dyka upp när man är nyinflyttad i Sverige. Vi anpassar tid, omfattning och plats efter kursdeltagarens möjligheter och behov.

**Hör av dig
så berättar
vi gärna mer!**



www.amtcommunication.se

CHILE – BISTÅND BANAR VÄG FÖR INVESTERINGAR

Chile sliter Petra Zackrisson, trade commissioner på Exportrådet, för att bana väg för svenska företag i kölvattnet av förra årets jordbävning.

Jag träffar henne på ett seminarium i hårt drabbade industristaden Concepción. Där har hon buntat ihop den ekonomiska och politiska eliten med svenska företag och professor Hans Lundberg, som föreläser om konceptet Symbiocity under titeln "Hållbar utveckling för Concepción".

Eventet ingår i en större strategi. Jordbävningen som drabbade Chile den 27 februari förra året mätte 8,8 på Richterskalan och varade i oändliga 90 sekunder. Skälvet var så kraftigt att det enligt seismologerna rubbade jordens omloppsbana.

Concepcións hamn Talcahuano drabbades särskilt hårt när den överköldes av den efterföljande tsunamin. Det är där som Petra Zackrisson hoppas att svenska företag ska kunna bryta sig in och ta för sig under återuppbyggnadsarbetet.

Chile är enligt henne en utmärkt ingång till Sydamerikas expanderande ekonomi, ungefär som Estland fungerat som plattform för företag som investerat i östra Europa. Det är inte svårare att jobba i Chile än i södra Europa, menar Zackrisson, men det mentala och geografiska avståndet gör att många tycks missa möjligheterna.

Enligt Zackrisson är svenskarna allt för dåliga på att ta för sig av den goodwill som skapas vid internationella räddningsinsatser. När andra länder skickar in stora nationella team förblir verksamheterna i Sverige separerade. Biståndet följs inte av kommersiella satsningar som tar till vara på chanserna.

I fallet med jordbävningen gäller det bland annat de åtta broar som installerats av Räddningsverket, ett riktigt bra drag i Petras ögon. Det är den typen av positiv uppmärksamhet hon vill förvandla till investeringsmöjligheter.

I Chile följdes katastrofen också av ett regeringsskifte. Sedan i mars styrs landet av den marknadsliberale presidenten Sebastian Piñera som har fyra år på sig att motivera varför han ska väljas för ytterligare en mandatperiod. Till sin hjälp har Piñera ett koncessionsprogram och en kopparfond, en motsvarighet till Norges oljeopengar. Viktigast av allt är kanske Chiles målsättning att nå samma ekonomiska nivå som EU-länder som Portugal senast 2020.

Men det är en sak att ha en tydlig vision, en annan att genomföra den i praktiken. Det är en process som kräver uthållighet och uppfinningsrikedom.



Jon Pelling, frilansjournalist, rapporterar från Chile.

På eftermiddagen efter seminariet väntar ett besök hos tjänstemannen med ansvar för återuppbyggnaden. Han ser visserligen positivt på svenskarnas ansträngningar och skulle gärna göra affärer, men saknar för tillfället pengar. Ändå blir mötet en framgång, Sverige säkrar en av de konsultrapporter som kan ligga till grund för återuppbyggnaden.

Sedan blir det en tur till hamnområdet. Där har den ekonomiska aktiviteten upphört. Fiskeindustrin är nedlagd och bukten ligger stilla. Gapet mellan verkligheten och morgonens föreläsning om framgångarna i Hammarby sjöstad känns plötsligt stort.

Samtidigt har Petra en poäng när hon ivrigt pratar vidare om svenskarnas goda rykte i omvärlden. Visserligen håller omvärldens bild av Sverige på att förändras. Mycket av det landet är känt för i Chile bygger på gamla meriter, bistånd och solidaritet som kanaliserades i en svunnen tid. Men fortfarande väcker Sverige mest goda associationer utomlands, en allt viktigare tillgång när den globala konkurrensen ökar. På seminariet förklarar några av försäljarna för ett svenskt storföretag att det är en pedagogisk utmaning att förklara för chilenerna att produkterna de erbjuder håller svensk kvalitet, trots att de producerats i Indien.

*Jon Pelling
frilansjournalist*

DET HÄNDER I VÄRLDEN

**KINA RÄKNAR INVÅNARE**

Folkräkning sker ungefär vart tionde år i Kina. Senast detta genomfördes, år 2000, hade landet 1,3 miljarder invånare. Till nästa år i april då resultatet av den senaste folkräkningen redovisas väntas befolkningen ha ökat ytterligare och ha en betydligt större andel bosatta i städer än tidigare. Genom personliga intervjuer genomförda av närmare 6 miljoner tjänstemän samlas information om människors bostadsförhållanden, ålder och familjestatus in. Myndigheterna hoppas nu få en tydligare uppfattning om hur stor befolkningen och urbaniseringen är för att därigenom mer effektivt kunna planera ekonomiska och socialpolitiska åtgärder.

EU-PATENT

EU har nu kommit ytterligare ett steg närmare ett gemensamt EU-patent. Detta sedan Konkurrenskraftsrådet (KKR) i slutet av november och på initiativ av bland annat Sverige, diskuterade ett fördjupat samarbete inom patentområdet.

MILJÖMEDVETNA STÄDER PRISADE

2010 blev Stockholm som första stad utnämnd till Europas Miljöhuvudstad av Europeiska kommissionen. Det så kallade Miljöhuvudstadspriset belönar städer – stora som små – i EU som arbetar för miljöskydd och hållbar utveckling, och nu har ytterligare städer utsetts. Viktoria-Gasteiz i Spanien samt franska staden Nantes uppmärksammades nyligen för arbetet med att skapa miljövänliga stadsmiljöer. De utses till miljöhuvudstäder 2012 respektive 2013. Viktoria-Gasteiz uppmärksammas särskilt för ett stort, centralt grönt bälte som gör att ingen invånare bor mer än 300 meter från ett grönområde.

WALMART I SYDAFRIKA

För att kompensera minskad omsättning på hemmamarknaden i USA letar nu världens största detaljhandelsföretag Walmart efter nya tillväxtregioner. I oktober la företaget bud på en av Sydafrikas största handelsaktörer Massmart. Budet på 2,3 miljarder dollar, för 51 procent av aktierna, ska nu godkännas av myndigheter och aktieägare.

**KOPPARBERGS
BRYGGERI VANN
EXPORTPRIS**

Världens mest sålda päroncider kommer från Sverige. Kopparbergs Bryggeri AB har utsetts till Årets Exportföretag av Handelskammaren Mälardalen, PwC och Länsförsäkringar Bergslagen. Bryggeriet startade export till Grekland redan 1996 och säljer idag till 32 länder med god lönsamhet. Lagom till årets jul introducerar bryggeriet "Kopparberg Cranberry & Cinnamon", en cider speciellt framtagen endast till brittiska pubar.

SVENSKA BROTT PÅ EXPORT

Svensk kultur gör stor succé runt om i världen. Detta tydliggörs inte minst av att de 15 mest sålda författarna i Europa förra året var fem svenskar. Allt mer tyder på att de kreativa näringarna, med bland annat litteratur, film, musik och design, kan utgöra en betydande del av framtidens svenska export. Senast att uppmärksammas är Wallanderfilmerna med Krister Henriksson i huvudrollen som nyligen vann det prestigefyllda The Crime Thriller Award för bästa utländska kriminaldrama.

SVENSKT KONSULAT INVICT

Efter att svenska ambassaden i Sri Lanka stängde för allmänheten i mars tog Sverige beslutet att inrätta ett honorärt generalkonsulat i huvudstaden Colombo. Invigningen högtidlighölls nu i oktober. Handelsutbytet mellan Sverige och Sri Lanka är idag relativt begränsat, men ökar i omfattning.



ENTREPRENÖR?

FINANSIÄR!

Alla stora framgångsrika företag har en gång varit små. Så små att de faktiskt ryms i huvudet på en idérik visionär. Sverige behöver fler djärva idéer. Fler framgångsrika företag. Inom alla branscher. Från tjänsteföretag till snabbväxande högteknologiföretag.

Men för att starta och driva ett företag behövs det mer än en bra affärsidé. Det behövs också kapital och i många fall även stöd från erfarna rådgivare. Och det är här vi på ALMI Företagspartner kommer in i bilden. Vi kan ta risker andra finansierer inte har möjlighet att ta. Och vi har rådgivare med stor erfarenhet.

Låt inte din vision fastna som en vacker tanke bland alla andra. Kontakta oss på ALMI.

ALMI
FÖRETAGSPARTNER
Gävleborg
www.almi.se/gavleborg

pwc.com/se

***Färre
bokstäver,
mer nytta***

Nu går vi från 30 bokstäver till tre, från Öhrlings PricewaterhouseCoopers till PwC och fokuserar ännu mer på dina affärsmöjligheter.

pwc

Vi hjälper dig med revision, redovisning, skatt och affärsrådgivning. Läs mer på: pwc.com/se

Posttidning B

Jonsson & Stenvall Produktionsförlag AB
Torggatan 4 · 722 15 Västerås



www.arbesko.se

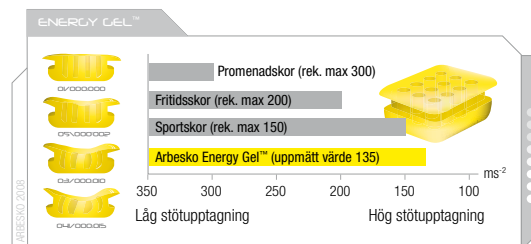
DUBBEL DÄMPNING!

EXTRA SKÖNT MOT HÅRDA GOLV

Vi har vidareutvecklat succén Energy Gel™. Nu finns även Energy Gel Duo™ – extra skön stötdämpning för dig som står och går mycket på hårda golv!

Elastisk Energy Gel™-kudde i klacken.

Avlastande Energy Gel™-platta i "trampet".



Arbeskos unika stötdämpningskonstruktion, Energy Gel™, tillhör de absolut effektivaste lösningarna och har blivit en stor succé. Vid tester har den registrerats för värden som är bättre än för många sportsskor.



MODELL 355

Luftig modell med superkomfort genom nya Energy Gel Duo™ stötdämpning i klacken och "trampet". Aluminiumtåhätta.

Ovandel: Fullnarvigt impregnerat skinn, luftigt Dynatec. **Foder:** Ventilerande Smartec® Air Plus.

Fotbädd: Bindsula med stålskena i hälften för stöd och stabilitet, hel Polyuretan® inläggssula, Energy Gel Duo™ för suverän stötdämpning både i klacken och i "trampet". **Slitsula:** PU.

Läst: Mycket rymlig. **Skyddsklass:** EN ISO 20345, S1. **Övrigt:** Aluminiumtåhätta. **Storlek:** 35–47.



Utvecklas och tillverkas av Arbesko. Tfn: 019-30 66 00. www.arbesko.se