

GLOBAL UTSIKT

HANDELSKAMMARENS EXPORTMAGASIN

NR 4 2011

Exklusivt med
FINANSMINISTER
ANDERS BORG

MARKNADER I FOKUS:
KINA
NORGE



DET HÄNDER I VÄRLDEN
NOLL EXPORT
ATA CARNET

UT I VÄRLDEN
PAPPELINA MED PLASTPASSION

SÅ PÅVERKAS VI AV KRISEN I

EUROPA

pwc.com/se/vision

Global expansion?

Boost your vision

Vårt globala nätverk, med närvaro i 154 länder, ger dig kraft och möjlighet att expandera på nya marknader. Som en av världens ledande affärsrådgivare har vi erfarenheten att hjälpa multinationella företag med allt ifrån lokala regelverk till strategisk affärsrådgivning och riskhantering.

Ta första steget mot global expansion redan idag. Ring 020-VISION eller gå in på pwc.com/se/vision och se hur vi tillsammans kan skapa värde just för dig.

pwc

© 2011 PricewaterhouseCoopers i Sverige AB. Att mångfaldiga innehållet helt eller delvis är förbjudet enligt lagen (1960:729) om upphovsrätt till litterära och konstnärliga verk. Förbudet gäller varje form av mångfaldigande genom tryckning, kopiering etc.



GLOBAL UTSIKT VÄXER!

HAR DU INTRESSANTA EXPORTTIPS?

Kontakta Didi Swege Harrison på 021-448 01 00 eller didi@texttanken.se

GLOBAL UTSIKT



#4

INNEHÅLL



4 Ledare

Investera i personalens kompetens

6 Europa

- Hur påverkas svensk export av krisen i europa?
- Lamiflex satsar trots osäker framtid
- Uppsnappat om storföretagens framtid

14 Anders Borg

Finansministern svarar på frågor!

16 Kina

- Full rulle för Metso Paper
- Crem International på plats när kaffetrender kommer

22 Norge

- Ett av Sveriges största exportländer

24 Global Eyes

- Handelskammaren hjälper dig ut i världen

26 ATA Carnet

Underlättar tullförfarandet – spar tid och pengar.

28 Det händer i världen

Nyheter från olika marknader

30 Till vilka länder finns ingen export?

- Och hur kommer det sig?

32 Ut i världen

Pappelina om passionen för plasten

Ansvarig utgivare: **Johanna Palmér** Östsvenska Handelskammaren · johanna.palmer@east.cci.se

Redaktionsråd: **Didi Swege Harrison**, redaktionskoordinator (Texttanken, didi@texttanken.se), **Johanna Palmér** (Östsvenska, www.east.cci.se),

Camilla Olsson (Värmland, www.handelskammarenvarmland.se), **Petronella Modin** (Norrbotten, www.norrbottenshandelskammare.se)

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

Jenny Emerén (Mälardalen, www.handelskammarenmalardalen.se), **Berit Sjödin** (Mittsverige, www.midchamber.se), **Conny Jonsson, Fredrik Nyby** (Texttanken)

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

Upplaga: 4 700 ex Produktion: **Jonsson & Stenvall Produktionsförlag AB/Texttanken**

www.globalutsikt.se

Investera i personalens kompetens



**"ATT KUNNA ATTRAHERA
RÄTT KOMPETENS
ÄR EN FRÅGA SOM
MÅNGA FÖRETAG
IDAG BROTTAS MED"**

kompetens är en fråga som många företag idag brottas med oavsett var man har sin verksamhet i landet.

Vi på Handelskamrarna arbetar med kompetensfrågor, i form av att vi erbjuder utbildningar och föreläsningar som efterfrågas eller som vi själva ser är relevanta.

Via vårt nätverk, kan man bolla utvecklingsfrågor och "benchmarka" oavsett om det är internationell verksamhet eller affärsutvecklingsfrågor utan internationell koppling. Handelskamrarnätverket är också en mycket konkret kanal för att hantera medflyttarproblematik i samband med rekrytering av ny personal, eller frågor som rör infrastruktur och regional utveckling.

Parallellt med vår internationella profil är vi en part med bred förankring i såväl det regionala som nationella näringslivet och har gedigen kunskap inom affärsutvecklingsfrågor, något vi kanske inte varit lika duktiga på att lyfta fram. Slå därför din regionala Handelskammare en signal och utnyttja vårt nätverk för att utveckla dina affärer.

Per-Olof Hansers

vd Mellansvenska Handelskammaren

En artikel jag läste i Dagens Industri 1995 handlade om att Svenska Industrieföretag på 10 år hade ökat sin produktivitet med 300 procent!

Produktiviteten har inte ökat med samma tal sedan dess, självklart på grund av att potentialen var större förut. Alla företag arbetar intensivt med insatser för att effektivisera sina processer och därigenom öka sin konkurrenskraft, det är den enda möjlighet att vara med på en allt tuffare arena oavsett om man arbetar nationellt eller internationellt.

De allra flesta arbetar också parallellt med innovationer/produktutveckling, marknadsutveckling och kompetensutveckling, dessa företag kommer att kunna behålla sin position och erövra nya marknader. Här skiljer sig dock de mest framgångsrika företagen från de inte lika framgångsrika, den senare kategorin arbetar inte på samma sätt med dessa möjligheter, framförallt skiljer sig insatsen i kompetensutveckling.

Att investera i personalens kompetens är oavsett om det kan ske via offentlig finansiering som EU stöd eller ej en av de främsta effektivitetshöjande åtgärder man kan ägna sig åt. En satsning som ökar människors motivation och därigenom engagemang vilket i de flesta verksamheter är skillnaden mellan en sund utveckling, stagnation eller än värre. Investeringar i personal påverkar inte bara effektiviteten utan är en väsentlig faktor för hur attraktiv man framstår som arbetsgivare, ytterligare en aspekt som kommer att få allt större betydelse i framtiden. Att kunna attrahera rätt

STOCKHOLM VÄSTERÅS
FLYGPLATS

SHOPPING



London
Direkt från Västerås

www.vst.nu

The Friendly Airport



021-805600



**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

”LOGISKT SETT BORDE DEN SVENSKA EXPORTEN MINSKA MED HÄNSYN TILL DE NEGATIVA NYHETER SOM DAGLIGEN SPRIDS OM SITUATIONEN I EUROPA. OFFICIELL HANDELS-STATISTIK TALAR DOCK ETT ANNAT SPRÅK”

PER ANDERS LORENTZON, SYDSVENSKA INDUSTRI- OCH HANDELSKAMMAREN

OSÄKERT HUR

EUROPEISK KRIS PÅVERKAR SVENSK EXPORT

TEXT: NICLAS SAMUELSSON · FOTO: KOMMERSKOLLEGIUM/LARS LYDIG/SHUTTERSTOCK

Sverige har en av världens mest internationaliserade ekonomier. Vi har också en lång tradition av handel med andra länder. Därför är det självklart att vi påverkas av det som händer i vår omvärld, inte minst i Europa. Frågan är bara hur mycket.

2009 minskade svensk export med sexton procent till följd av finanskrisen. Mest minskade handeln med andra EU-länder. Under 2010 återhämtade sig dock exporten kraftigt. Under första halvåret i år har utrikeshandeln fortsatt att öka, även om takten har mattats av jämfört med förra året. Av Sveriges totala export går 61 procent till andra EU-länder. Under årets första halva uppgick värdet av vår export till EU till 346,5 miljarder kronor, vilket är en ökning med cirka nio procent jämfört med året innan. Med tanke på det ekonomiska läget i Europa är det dock högst osäkert om exporten kommer att fortsätta öka.

– Logiskt sett borde den svenska exporten minska med hänsyn till de negativa nyheter som dagligen sprids om situationen i Europa. Officiell handelsstatistik talar dock ett annat språk. Generellt sett är det fortfarande en värdeökning, men utvecklingstakten är långsammare jämfört med tidigare år, säger Per Anders Lorentzon, senior advisor på Sydsvenska Industri- och Handelskammaren.

Svårt dra slutsatser

Sveriges fem största exportländer i Europa är Tyskland, Norge, Storbritannien, Danmark och Finland. Den svenska handelns utveckling beror mycket på hur de länderna samt USA hanterar den ekono-



Petter Stålenheim, utredare på Kommerskollegium.



Per Anders Lorentzon, senior advisor på Sydsvenska Industri- och Handelskammaren.

miska situationen. Läget försvåras av att dessa länder har stort ekonomiskt utbyte med krisländer som Grekland, Italien, Spanien och Irland. Svensk exports utveckling gentemot de fem största exportländerna skiljer sig också mycket åt.

– Till euroländerna Tyskland och Finland har exportvärdet ökat med elva respektive sex procent det senaste året. Storbritannien kommer strax efter med fyra procent, medan grannländerna Norge och Danmark ligger oförändrat respektive minus en procent. Att se en tendens ett år tillbaka och av detta dra slutsatser om hur det kommer att bli det kommande året är dock mer eller mindre omöjligt, menar Per Anders Lorentzon.



Sveriges fem största exportländer i Europa är Tyskland, Norge, Storbritannien, Danmark och Finland. Den svenska handelns utveckling beror mycket på hur de länderna samt USA hanterar den ekonomiska situationen.

Minskad optimism

Att säga vilka specifika branscher som kan tänkas få problem med sin export är också mycket svårt. I den handelsstatistik som finns kan man inte se så mycket av den nya krisen. Det beror delvis på att statistiken släpar efter en del och att det ännu inte finns statistik som sträcker sig längre än till juli. Delvis beror det på att krisen kom väldigt hastigt den här gången. En uppfattning kan man dock få från Statistiska centralbyråns (SCB) rapport Snabbindikatorer på konjunkturen, oktober 2011. Den visar att särskilt industrin, men även flera tjänstebranscher som handel, finans och transport är mindre optimistiska när det gäller konjunkturläget än tidigare. Hur det påverkar exporten på sikt går dock inte att säga.

– Man skulle möjligen kunna titta på vilka sektorer som drabbades hårt av finanskrisen 2008-2009. Men då måste man ha med i beräkningarna att den nuvarande krisen ser annorlunda ut, har andra orsaker, annat förlopp och möjligen drabbar andra sektorer, påpekar Petter Stålenheim, utredare på Kommerskollegium.

Politiska beslut avgörande

Ett uttryck som ofta används i den ekonomiska rapporteringen är "double dip", det vill säga att världen kan vara på väg in i en ny recession. Hur stor risken är för detta är ekonomerna dock inte överens om. Svenskt Näringsliv hör till dem som förutspår en lågkonjunktur nästa år. Vad som händer hänger mycket ihop med vilka beslut EU:s

politiska ledare fattar den närmaste tiden. Alla är överens om att det måste till krafttag för att hantera krisen. Ett steg i rätt riktning togs i slutet av oktober, då eurozonens ledare beslutade om en femtioprocentig skuldsänkning för krislandet Grekland. Vid denna tidnings pressläggning var dock inte alla detaljer på plats. Det är till exempel osäkert hur Europas banker kommer att ställa sig till skuldsaneringen, som innebär kännbara förluster för dem. Samtidigt finns





– Sverige är väldigt beroende av export. Statens finanser är starka och hittills har inte företagen drabbats lika hårt som vid tidigare lågkonjunkturer, säger Per Anders Lorentzon.



det fler länder med ekonomiska problem och utvecklingen verkar kunna gå åt olika håll.

– Ingenting är omöjligt i det här läget. Europas ekonomier är dock inte bara beroende av beslut som fattas i vår del av världen,

”PÅ KORT SIKT TROR JAG ATT EXPORTEN KOMMER ATT MINSKA, MEN INTE ALLS SÅ MYCKET SOM I MÅNGA ANDRA EU-LÄNDER”

utan också till stor del av vad som händer på andra håll, framförallt i USA. Nästa år är det presidentval där och resultatet av det blir säkert avgörande för hur framtiden

kommer att se ut även i Sverige, Europa och stora delar av resten av världen, säger Per Anders Lorentzon.

Ljusning på lång sikt

Utifrån den debatt som förs är det lätt att få en mycket dystur bild av utvecklingen i Europa. Skuldkrisen ger upphov till finansiell oro och många bedömare ser bara negativa utsikter för ekonomin. På kort sikt är läget mycket osäkert, inte

minst för svensk export. På lite längre sikt ser dock Per Anders Lorentzon en ljusning.

– Sverige är väldigt beroende av export. Statens finanser är starka och hittills har

inte företagen drabbats lika hårt som vid tidigare lågkonjunkturer. Vi får hoppas att den ekonomiska nedgången blir relativt kort. På kort sikt tror jag att exporten kommer att minska, men inte alls så mycket som i många andra EU-länder. På lång sikt hoppas jag att de svenska exportföretagen fortsätter att växa och att den pågående krisen bara blir en parentes.

Sprid riskerna

Så hur ska då svenska exportföretag agera för att klara av krisen på bästa sätt? Per Anders Lorentzon har svaret klart för sig.

– Det gäller att sprida riskerna. Därför kan det nu vara ett lämpligt tillfälle att söka efter nya marknader om de gamla sviker. När konjunkturen vänder kan företag som har satsat rätt få dubbel utdelning. □

Lamiflex satsar **TROTS OSÄKER FRAMTID**

Den osäkerhet som präglar den europeiska ekonomin påverkar även enskilda företag, stora som små. Det finns olika strategier för hur situationen ska hanteras. På företaget Lamiflex tänker man offensivt och är beredda att ta risker.

TEXT: NICLAS SAMUELSSON • FOTO: LAMIFLEX

Lamiflex grundades 1992 i Nyköping och är i dag en världsledande leverantör av förpackningslösningar för i första hand stål-, aluminium- och kabelindustrin. Sextio procent av företagets export går till Europa, de resterande fyrtio procenten huvudsakligen till Nordamerika och Asien.

– Vår verksamhet handlar inte så mycket om lådor och kartonger. Vi är snarare experter på att skydda tunga och värdefulla saker som kommer från tillverkningsindustrin. Vi exporterar i större och mindre kvantiteter till nästan alla europeiska länder, inklusive Ryssland, säger Lamiflex vd Jonas Tegström.

Annorlunda agerande

Precis som andra företag är Lamiflex känsligt för svängningar i konjunkturen, som ger upphov till ett förändrat beteende bland konsumenterna. Jonas noterar att den nuvarande krisen har lett till att kunderna agerar annorlunda jämfört med finanskrisen 2008. Då var det många som helt stoppade sina inköp av förpackningsmaterial. Nu är man mer avvaktande och drar istället försiktigt ner på sina lager. Samtidigt försöker man skjuta över en del av risken på leverantörerna.

– Med det nuvarande beteendet är det många företag som riskerar att stå utan förpackningsmaterial om produktionen tar fart igen. Därför ber de oss att lagra en viss mängd material, utifall att det kommer att behövas. Särskilt gäller detta stål- och metallindustrin. Nackdelen för oss är att det binder kapital.

”VI DRAR NYTTA AV MARKNADSLÄGET GENOM ATT AGERA MER LÅNGSIKTIGT OCH KNYTA VÅRA KUNDER TAJTARE TILL OSS”

Drar nytta av läget

Lamiflex levererar till många av världens största tillverkningsföretag. I förhållande till dem är man ett relativt litet företag, med en omsättning på cirka 200 miljoner kronor per år. Det finns därför en risk att de stora jättarna missbrukar sin dominerande ställning, genom att exempelvis hota med att byta leverantör om man inte får rätt villkor. För Lamiflex är det ofta bara att gilla läget. Men när det är möjligt försöker



Jonas Tegström, vd på Lamiflex.



man utnyttja situationen på bästa sätt.

– Vi drar nytta av marknadsläget genom att agera mer långsiktigt och knyta våra kunder tajtare till oss. Det gör vi genom att gå med på att ta en högre risk, under förutsättning att vi får längre kontrakt. De flesta accepterar detta. Kunderna förstår vilka risker vi tar och ofta får vi till bra kompromisser, säger Jonas.

Unik situation

Hur ser då framtiden ut för Lamiflex? Jonas berättar att man har dragit ner prognoserna och vidtagit vissa försiktighetsåtgärder. Även om efterfrågan på Lamiflex produkter fortfarande är stark, så är situationen på sätt och vis värre nu än 2008.

– Vi har hamnat i en unik situation där allt är väldigt osäkert och ingen kan eller vill lämna relevanta prognoser. Marknaden kräver investeringar, men ger inga garantier. Även om vi har jättebra nya produkter på gång, så vill kunderna avvakta. Vi har ändå bestämt oss för att vara aggressiva och ta investeringar. Strategin är att vända det som händer till vår fördel och försöka ta marknadsandelar. Vi tror på framtiden och tänker inte hamna i något ”övervintringsläge”. □

Uppsnappat om nutid och framtid

Oktober är månaden då många företag släpper sina kvartalsrapporter för det tredje kvartalet. Här har vi sammanställt några av dessa för att se hur det går för företagen och vad de tror om framtiden.

TEXT: NICLAS SAMUELSSON



FOTO: ABB

ABB VISAR UTHÅLLIGT RESULTAT I TREDJE KVARTALET

Verkstadsjätten ABB tycker att det är svårt att bedöma utsikterna på kort sikt med tanke på det osäkra läget i Europa, främst kring låneskulder och kapitaltillgångar. På lång sikt bedömer man dock utsikterna på företagets huvudsakliga marknader som positiva. Efterfrågan inom områden som förnybar energi och kraft- och automationsteknik spås öka.

Företagets rörelseresultat (operativt EBITDA) ökade med 24 procent under årets tredje kvartal. En förklaring till ökningen är att företaget infört kostnadsbesparingar på cirka 270 miljoner dollar i kvartalet, som kompensation för ökad prispress. Orderingången steg med tolv procent och intäkterna ökade med elva procent.

KÄLLA: ABB, PRESSMEDDELANDE 27 OKTOBER 2011.



FOTO: Skanska

BANKER STÅR VÄL RUSTADE

Såväl Handelsbanken som SEB är väl förberedda inför en eventuellt fördjupad kris. Båda är också överens om att osäkerheten kring den framtida utvecklingen är stor. SEB:s intäkter uppgick till 9,2 miljarder kronor under det tredje kvartalet. Det är en ökning med fyra procent jämfört med samma tid förra året, men en minskning med tre procent jämfört med andra kvartalet i år.

– Vi ser en längre period av osäkerhet framför oss samtidigt som vår beredskap att stödja våra kunder förblir hög. Likviditets- och kapitalbuffertarna har ytterligare stärkts. I den här mycket utmanande miljön är trovärdighet som finansiell partner och motpart ovärderlig. Bankverksamhet handlar om att alltid ha ett långsiktigt perspektiv, om att skapa förtroende och att bygga relationer, säger SEB:s vd Annika Falkengren i ett pressmeddelande.

Handelsbanken presenterar en delårsrapport för årets nio första månader som visar en god utveckling. Resultatet efter skatt ökade med fjorton procent. I sin rapport skriver man att världsekonomin är i obalans och att situationen är särskilt oroande i euroområdet. Banken har inte några statsexponeringar mot krisländerna Grekland, Portugal, Irland, Italien eller Spanien, men kan påverkas indirekt om krisen förvärras. Banken anser sig dock stå väl rustad genom sin låga risktolerans, goda kapitalisering och starka likviditet.

KÄLLOR: SEB, PRESSMEDDELANDE 27 OKTOBER 2011. HANDELSBANKEN DELÅRSRAPPORT, OKTOBER 2011.



SCA SER ÄNNU INGEN NEDGÅNG I EFTERFRÅGAN

Pappersbolaget SCA:s nettoomsättning ökade med en procent under tredje kvartalet och med sex procent under årets första nio månader. Samtliga av företagets affärsområden förbättrar sina resultat. SCA ser ännu ingen negativ påverkan på efterfrågan av sina produkter.

– Vi har en stark bas i Europa där vi är störst eller bland de största inom flera av våra verksamhetsområden. Till

stor del handlar det om att utveckla och bredda våra verksamheter på en mogen marknad. Hygienrörelsen är ganska opåverkad av det ekonomiska läget, medan förpackningsdelen och vissa tryckpapperskvaliteter eventuellt kan påverkas något, säger SCA:s presssekreterare Petter Tiger.

Utanför Europa är SCA främst aktiva inom hygiensegmentet. Enligt

Petter Tiger går man ofta in på marknader genom förvärv och joint venture-partnerskap för att skapa en grund för utveckling.

– Många gånger skapar vi marknader där vi går in. Exempelvis saknas inkontinenssegmentet ofta helt i utvecklade ekonomier. Där får vi gå in och utbilda våra kundgrupper i hur produkterna fungerar. I gengäld finns det en stor potential när produkterna väl får fäste.

VOLVO FÖRUTSPÅR MINSKAD LASTBILSMARKNAD I EUROPA

Volvokoncernens nettoomsättning steg med femton procent under tredje kvartalet i år. De största ökningarna var i Östeuropa samt Nord- och Sydamerika. Efterfrågan på koncernens marknader var god och försäljningen steg med 22 procent jämfört med förra året.

På lastbilssidan har man i Europa dock märkt en viss nedgång i efterfrågan, även om den fortfarande ligger på bra nivåer i norra och centrala Europa samt Ryssland. Utvecklingen i den globala ekonomin är osäker och det är svårt att uppskatta marknaden för lastbilar under 2012. På Volvo tror man att den europeiska marknaden kommer att minska med cirka tio procent nästa år. I Nordamerika och Japan tror man dock på större efterfrågan och att totalmarknaden kommer att öka med tjugo procent.

När det gäller anläggningsmaskiner så tror Volvo att världsmarknaden kommer att växa med tio till tjugo procent 2012. Återhämtningen efter finanskrisen går långsamt och det är fortfarande långt till normala nivåer. Man förväntar sig ändå att efterfrågan ökar på de flesta marknader, om än måttligt.

KÄLLA: VOLVOKONCERNENS KVARTALSRAPPORT, OKTOBER 2011.





FOTO: SHUTTERSTOCK

Att risken för protektionism ökar i kristider är en gammal sanning. Under finanskrisen 2008 förblev dock världshandeln i stort sett öppen. Hur det blir den här gången är svårare att säga. Det finns dock anledning till viss oro.

Dåliga tider ökar risken för **PROTEKTIONISM**

TEXT: NICLAS SAMUELSSON • FOTO: LARS LYDIG

Efter krisen 2008 undersökte Kommerskollegium om svenska företag upplevt ökade handelshinder, vilket det fanns farhågor kring. Endast sju procent av företagen uppgav dock att de hade gjort det. 88 procent upplevde inte några större hinder. Det speglar också ganska väl vad som verkligen hände. Vissa länder höjde sin tullar och införde icke-tariffära handelshinder inom områden som jordbruksprodukter, järn- och stålvaror samt motorfordon.

Men i huvudsak förblev handeln öppen. I dag är bilden delvis en annan.

– Enligt EU har 130 nya handelshinder införts det senaste året. Typiskt är dessa fördelade på många länder och flera produktmarknader, vilket



Per Tryding, vice vd på Sydsvenska Industri- och Handelskammaren.

– Inom EU finns fortfarande många hinder. Exportörer bör vara på sin vakt och ta kontakt med sin handelskammare eller Kommerskollegium om de tycker regler verkar orimliga eller krångliga.

Svårt att upptäcka

Det kan dock vara svårt att upptäcka protektionism. Det beror bland annat på att den inte ser ut som förr, när det bara handlade

om att skydda sin inhemska marknad. I dag är syftet ofta att tvinga fram investeringar och kunskapsöverföring. Man vill få exportörer att börja tillverka i det egna landet och "dela med sig" av kunskaper eller rent av patent. På de stora växande marknaderna som BRIC och CIVETS kan detta vara svårt att värja sig mot.

– Det kallas ju aldrig protektionism, utan certifieringar eller konsumentskydd. Ibland är det dock mer ogenerat. I Brasilien ska exempelvis en bil bestå av en viss mängd inhemska komponenter för att slippa viss skatt. Det är ett sätt att få företag att tillverka delarna i Brasilien. Detta påverkar även svenska fordonstillverkare. Exporten minskar och det blir svårare att tillverka här hemma, fortsätter Per.

"I BRASILIEN SKA EXEMPELVIS EN BIL BESTÅ AV EN VISS MÄNGD INHEMSKA KOMPONENTER FÖR ATT SLIPPA VISS SKATT"

gör att de hamnar i medial skugga, säger Per Tryding, vice vd på Sydsvenska Industri- och Handelskammaren.

Fortfarande hinder inom EU

Att protektionismen tidigare begränsats kan bland annat förklaras med att flera länder tagit politiska initiativ mot protektionism. En annan förklaring är WTO:s regelverk och de internationella organisationernas övervakningsrapporter, som fungerat som ett verktyg för frihandel. Dessutom har världsekonomin blivit allt mer integrerad, vilket gör det svårare att isolera sig. Per vill dock höja ett varningens finger.

Inte låta protektionism stå i vägen

I Kommerskollegiums undersökning är det främst fyra branscher som upplevt ökade handelshinder: livsmedel, verkstadsindustri, handel och övrig tjänstenäring. Mest negativa var tjänsteföretagen. Per tror dock att det är företag som tillverkar produkter med högt kunskapsinnehåll som drabbas mest av den "nya" typen av protektionism.

– Dessa företag står för en stor del av den svenska exporten. Man ska dock inte låta handelshinder stå i vägen. Det gäller att arbeta vidare, ha öppna ögon och höra av sig till svenska myndigheter om man stöter på problem. De kan sedan ta det vidare i EU. □

Välkommen att delta i våra distanskurser!

Enkelt, flexibelt och kostnadseffektivt

Vi har skapat distanskurserna för att underlätta för dig i din vardag så att du

- kan studera när du vill, i vilken takt du vill och där du är just då,
- får lägre kostnader med färre övernattningar,
- slipper vara borta från företaget och hemmet flera dagar.

Under dina studier har du möjlighet till kontakt med oss via e-post, chatt och telefon. Du får även tillgång till ett diskussionsforum där du kan ventilerar frågor med övriga kursdeltagare.

Läs mer och anmäl dig på tullverket.se



GLOBAL UTSIKT VÄXER!

ANNONSERA I HANDELSKAMMARENS EXPORTMAGASIN

Kontakta Conny Jonsson på 021-448 01 00 eller conny.jonsson@texttanken.se

GLOBAL
UTSIKT

Exklusivt med ANDERS BORG

Vad innebär den finanisella oron i Europa för svenska exportföretag?

– När finanskrisen slog till med full kraft för några år sedan drabbades många svenska exportföretag hårt. Många vittnar om hur man gick från god försäljning till i stort sett ingen på nolltid. Vi kommer se en vikande efterfrågan under en tid framöver. Hur djup och lång den här nedgången blir återstår att se.

Vilka är de största riskfaktorerna för en stark svensk export?

– Det finns kortsiktiga och långsiktiga utmaningar. I det korta perspektivet är skuld-krisens effekter på våra exportmarknader ett orosmoln. Det vore också ett bekymmer om företagens tillgång till krediter stryps som en följd av oro på finansmarknaderna. På en längre horisont är den svenska konkurrenskraften beroende av att vi har en bra skola och högre utbildning som kan ge företagen tillgång till välutbildad arbetskraft. Genom satsningar på forskning och utveckling kan vi bryta ny mark genom innovationer. Detta räcker dock inte – vi måste också ha ett företags- och entreprenörsklimat där nya idéer kan omsättas i företag och produktion.

Massmedierna bidrar mycket till att skapa oro som många företag agerar efter. Vilka råd kan du ge svenska export-företag utifrån det aktuella läget idag?

– Oavsett var i konjunkturen man står bör man agera långsiktigt och se till att vara rustad för sämre tider. Här har både fack och arbetsgivare ett stort ansvar, bland annat för att möjliggöra krisavtal med tillfälliga arbetstidsförkortningar. ▢



Möten med julbord och havsutsikt

Vi är Östersjöns största konferensarrangör och med oss kombinerar du smidigt nytta med nöje. Njut av dignande julbord, skräddarsydda arrangemang och möten i välutrustade konferenslokaler.

På våra 40-timmarskryssningar till Helsingfors, Tallinn och Riga får du sex timmar till konferens, två kvällar ombord och en dag i land.

För dygnskonferensen reser du med lyxiga Galaxy eller ståtliga Silja Europa till Åbo eller så byter du fartyg i Mariehamn och har en dag av möten till havs.

**Konferenskryssningar inkl båtresa, hytt
(hytt gäller ej Mariehamn), måltider och sex timmar
konferens till Helsingfors fr 1482:–, Åbo fr 857:–,
Mariehamn fr 410:–, Tallinn fr 1485:– och
Riga fr 1395:–.**

Tillägg för julbord 2011: Åbo och Mariehamn 57:– 17.11–26.12
Helsingfors 19:– 17.11–26.12, Tallinn och Riga 19:– 17.11–30.12



www.tallinksilja.se 08-22 08 30

Prisexemplen gäller utvalda avgångar to m 31.5 2012. Pris per person.
Fråga efter våra förmånliga flyg- och bussanslutningar.



KINA



Största exportländer: USA, Hong Kong, Japan 2010

Största importländer: Japan, Sydkorea, USA 2010

Kinas export till Sverige: 43,3 miljarder SEK 2010

Sveriges export till Kina: 35,6 miljarder SEK 2010

Huvudstad: Peking • **Officiellt språk:** Kinesiska (Mandarin) • **Valuta:** Yuan (CNY)

Folkmängd: 1,34 miljarder 2011 (1:a plats i världen) • **Tidsskillnad:** +7

Landskod: CN • **Landsnummer:** 86



ÖKAD EKONOMISK INTEGRERING

Under de senaste decennierna har Kina blivit en allt viktigare handelspartner för Sverige, mycket beroende på Kinas snabba ekonomiska tillväxt och ökade ekonomiska integrering med omvärlden. Landets tillträde till Världshandelsorganisationen (WTO) år 2001 har fungerat väl som dörröppnare.

TEXT: FREDRIK NYBY • FOTO: SHUTTERSTOCK

Sverige upprättade, som första västland, diplomatiska förbindelser med Folkrepubliken Kina redan 1950. Våra kontakter går dock tillbaka ända till Ostindiska kompaniets dagar på 1700-talet. På senare år har Sverige tagit och erbjudits flera initiativ inom handels- och utvecklingsfrämjande samarbeten med Kina.

2008 besökte statsminister Fredrik Reinfeldt Kina tillsammans med handelsminister Ewa Björling och miljöminister Andreas Carlgren. Under besöket låg fokus på klimat och hållbar utveckling men även mänskliga rättigheter och handelspolitik. Sverige deltog framgångsrikt i världsutställningen i Shanghai 2010 och lockade fler än 3,5 miljoner besökare till den svenska paviljongen med temat "Spirit of Innovation". Arbetsmarknadsminister Hillevi Engström besökte dessutom Kina i slutet av oktober i år. Resan var statsrådets första besök i landet och skedde på inbjudan från Kinas arbetsmarknadsminister Yin Weimin.



EXPORTEN TILL KINA

År 2010 var uppskattningsvis 400 svenska företag och 1500 Sverige-relaterade företag etablerade i Kina. Utöver detta bedriver mer än 10 000 svenska företag handel med Kina. Sverige exporterar framförallt maskiner, elektriska apparater och andra mekaniska redskap till Kina. Utöver detta exporterar Sverige stora mängder farmaceutiska produkter, organiska kemikalier, plast och plastvaror, järn, stål, malm, och pappersmassa till Kina.

KÄLLA: REGERINGSKANSLIET, SVERIGES AMBASSAD PEKING

På schemat stod diskussioner om den svenska modellen och besök på svenska företag, så intresset för erfarenhetsutbyte mellan länderna är ömsesidigt.

Kina i dag

Kina är en enpartistat och saknar fria val. Politisk opposition är inte tillåten. Trots att oberoende fackföreningar är förbjudna i Kina förekommer lokala protester. Staten slår oftast ner hårt på dessa, och ledarna fängslas. Strej-

ker blir dock allt vanligare och de sker nästan alltid vid sidan av den tillåtna fackföreningen ACFTU.

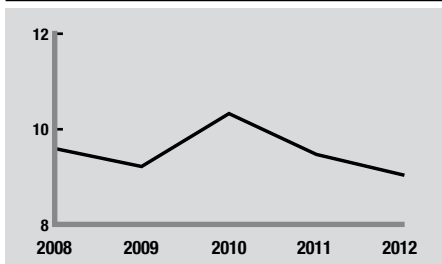
Samtidigt har de senaste trettio årens reformpolitik inneburit en omfattande samhällsutveckling i Kina som i dag är en mycket betydelsefull ekonomi och medlem av WTO. Levnadsstandarden har höjts för stora grupper och hundratals miljoner människor lyfts ur fattigdom. Den personliga valfriheten och individens möjligheter att bestämma över sitt liv är avsevärt större än under någon tidigare period.

Även rättssystemet genomgår en förändringsprocess. Ett stort arbete läggs ner på att få lagstiftningen mer i överensstämmelse med internationell standard. Samtidigt råder dock fortfarande mycket stora brister i fråga om rättssäkerheten och skyddet för de mänskliga rättigheterna.

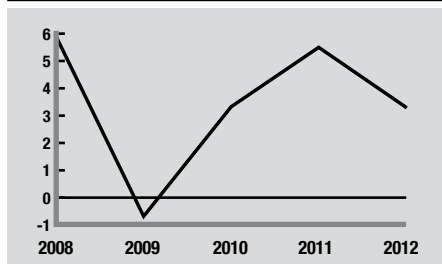
Mot marknadsekonomi

Folkrepubliken Kina utropades formellt den 1 oktober 1949. Från 1978 genomfördes en politisk kursändring, som har inneburit att Kina öppnat sig mot omvärlden och gradvis genomfört en utveckling mot marknadsekonomi. Den kraftiga ekonomiska tillväxten och det omfattande handelsutbytet med omvärlden gör att Kina har en roll som en global stormakt. Landet spelar en speciellt viktig roll i regionen, men har också en ökande närvaro i främst Afrika och Latinamerika. □

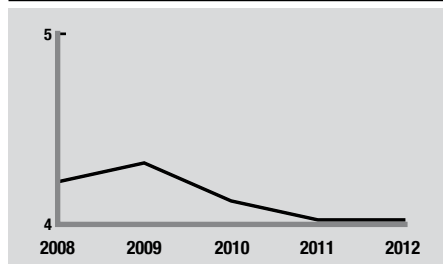
BNP-TILLVÄXT inkl prognos (%)



INFLATION inkl prognos (%)



ARBETSLÖSHET inkl prognos (%)



KÄLLA: INTERNATIONAL MONETARY FUND, WORLD ECONOMIC OUTLOOK DATABASE



Kinesiska muren

Den kinesiska muren är en av världens mest besökta turistattraktioner, utnämnd som ett av världens sju nya underverk. Det 8 852 kilometer långa byggnadsverket är byggt av 300 000 bönder, soldater och kriminella. Murarna uppfördes i syfte att skydda kineserna från nordliga nomadiska folkslag.

Kultur

Kinas kultur är en av världens äldsta. Landet hade ett utvecklat samhällssystem redan för 4 000 år sedan och det är i Kina som många stora uppfinningar sett dagens ljus, exempelvis pappret och boktryckarkonsten, porslin, krut och kompassen.



Språket

Kinesiska ingår i språkfamiljen sinotibetanska språk. Även om kinesiska betraktas som ett enda språk av kulturhistoriska skäl, så skiljer sig många av dess dialekter åt lika mycket som exempelvis germanska språk gör inbördes. Mandarin är en grupp kinesiska dialekter talade i större delen av norra och sydvästra Kina. Som med alla andra kinesiska dialekter råder det dock stor oenighet om mandarin ska betraktas som en dialekt eller ett språk.

Forskarutbyte energi

Kina och Sverige har flera samarbeten inom energiområdet, främst förnybar energi. Som exempel är Sverige en primär samarbetspartner vad beträffar forskning och utveckling inom bioenergiområdet. Mer info på www.energi-myndigheten.se.



Ekonomisk stormakt

East Capital är kapitalförvaltare specialiserade på Östeuropa och Kina. De uttrycker sig förhoppningsfulla om marknaden i Asien. "När det går upp för världen att Kina håller på att ta över kommer många att se över sina placeringar. Vid millennieskiftet stod Kina, Hongkong och Taiwan för 5 procent av värdet på världens börser. Nu har kakan växt till 14 procent. 2020 beräknas Kina vara världens största marknad med 26 procent av det globala börsvärdet."



Kort historik

Den gamla kinesiska civilisationen var en av världens första och blomstrade kring Gula floden. Den sista kejsardynastin i Kina (Qingdynastin) fick sitt slut 1912, då republik infördes. Från slutet av 1920-talet uppstod en maktkamp mellan nationalister och kommunister. Under 30-talet kom Japan att gradvis inta allt större områden av landet, och 1937 invaderade man i full skala. Efter Japans kapitulation och andra världskrigets slut utbröt åter inbördeskriget, som slutade med att kommunisterna 1948-49 fick övertaget, och nationalisterna flydde till Taiwan. Folkrepubliken Kina utropades formellt den 1 oktober 1949. Efter Mao Zedongs död år 1976 ändrades den politiska kursen, och sedan 1978 har stora liberaliseringar av ekonomin genomförts, vilket på senare år har gjort att Kinas ekonomiska tillväxt i en internationell jämförelse är mycket hög.

METSO CORPORATION

Finska Metso är en global leverantör av hållbar teknik och tjänster för gruv-, bygg-, kraft-, automations-, återvinnings samt massa- och pappersindustrin. De har ca 29 000 anställda i mer än 50 länder.



Anders Björn, vd för Metso Paper Karlstad AB

Full rulle för Metso Paper

TEXT: FREDRIK NYBY • FOTO: METSO

Metso Paper Karlstad AB tillverkar mjukpappersmaskiner. Under de senaste 17 månaderna har företaget anställt 100 personer, orderboken räcker en bit in på 2013. En starkt bidragande framgångsfaktor är efterfrågan i Asien, inte minst från Kina där en stigande levnadsstandard medför ökad papperskonsumtion – och tillväxten förväntas hålla i sig.

Papperskonsumtionen i världen följer generellt sett BNP-tillväxten i respektive land. Under de kommande åren kommer Kina att vara det enskilt största landet för nya pappersmaskiner, enligt Anders Björn, vd för Metso Paper Karlstad AB. Företaget är en global och världsledande tillverkare av maskiner för produktion av mjukpapper, tissues (hushålls-, toapapper med mera)

- Urbaniseringen och miljardbefolkningen skapar goda marknadsutsikter för oss i Kina. Vi har under många år arbetat aktivt i landet och under de senaste fem åren har vi märkt en accelererande utveckling. Behoven av mjukpapper ökar i takt med stigande levnadsstandard.

För att ge en fingervisning av potentialen kan nämnas att kineserna idag använder cirka tre kilo mjukpapper per person och år. Motsvarande siffra i USA och stora delar av Europa är cirka 25 kilo. Flera asiatiska länder upplever just nu en stark ekonomisk tillväxt, men marknaden är mångfacetterad. I de kinesiska kuststäderna

börjar behov och levnadssätt likna västvärldens medan enorma geografiska regioner knappt använder något papper alls.

- Vi gläds givetvis åt förtroendet att få leverera, att kunna bidra till tillväxt både på hemmaplan och i övriga världen. Det handlar för närvarande om fem maskinprojekt till Kina. Var och ett ligger på 12-14 månaders leveranstid och omsätter 50-250 miljoner SEK per styck. Vi har aldrig haft så starkt orderläge. Vårt varumärke står starkt och så även vår position som världsmarknadsledare.

Framtiden ser ljus ut för maskintillverkaren, trots den ekonomiska krisen i världen. Orderna är i hamn och behoven av mjukpapper lär öka dramatiskt i takt med att de stora folkmängderna i främst Asien och Sydamerika får resurser till mer moderna samhällen. Men det gäller att stå på tå och att vara närvarande. Kina-marknaden är viktig för alla maskintillverkare. Den globala konkurrensen har en förmåga att hårdna, oavsett bransch.

- Kineserna är väldigt noggranna och medvetna. Hade vi inte verkat på och bearbetat marknaden inklusive beslutsfattare i Kina under en tioårstid hade vi aldrig tagit hem de innevarande orderna. Vi har stationerad personal i Kina som driver försäljning, produktion, service och eftermarknad.

Anders Björn var själv i Kina 65 dagar förra året. Ett faktum som betonar vikten av närvaro. Han berättar hur kulturen och arbetssättet skiljer sig mot de svenska. Men även om möjligheterna att göra affärer.





"URBANISERINGEN OCH MILJARDBEFOLKNINGEN SKAPAR GODA MARKNADSUTSIKTER FÖR OSS I KINA. VI HAR UNDER MÅNGA ÅR ARBETAT AKTIVT I LANDET OCH UNDER DE SENASTE FEM ÅREN HAR VI MÄRKT EN ACCELERERANDE UTVECKLING"



– Det är betydligt mer hierarkiskt där borta och så är det stora skillnader regionalt. Mina erfarenheter är dock att de gillar att jobba med svenskar. Vi är strukturerade och håller med både kompetens och kvalitet. Det krävs en stark och sakkunnig lokal organisation som kan ge stöd till projekt och leveranser.

Vad vill du ge för export- och etableringstips till svenska företag vad beträffar Kina?

– Man måste fysiskt vara på plats för att förstå marknad, människor och affärskultur. Se även till att anställa duktiga kineser i organisationen. Sen krävs det finansiella muskler och uthållighet.

Hur är kineserna att arbeta med?

– De är drivna, de har bråttom. Men jag tror många svenska bolag framgångsrikt kan komplettera med struktur och kvalificerade kunskaper. Återigen vill jag betona att Kina är gigantiskt, hela Sveriges befolkning är ju som en medelstor stad ... Det är olika kulturer och angreppssätt beroende på var någonstans i Kina du befinner dig.

Metso Paper Karlstad bygger upp och levererar maskiner för mjukpapper som går

”ÅTERIGEN VILL JAG BETONA ATT KINA ÄR GIGANTISKT, HELA SVERIGES BEFOLKNING ÄR JU SOM EN MEDELSTOR STAD”

dygnet runt. Över hela världen. De har lyckats etablera sig i och leverera till Kina – en framtida ekonomisk makt – en jättemarknad med över 1,3 miljarder människor



Metso Paper Karlstad har lyckats etablera sig i och leverera till Kina.

på en yta nästan lika stor som Europa. Det är självklart att de, liksom många andra, ser en fantastisk potential i landet där pappret uppfanns för några tusen år sedan.

Huruvida kineserna var först på plan med toapapper sias det om. Det första toalettpappret i Kina lär ha tillverkats år 1391.

Det var den kejserliga förrådsbyrån som såg till att producera 720 000 blad toalettpapper per år, endast avsett för kejsarna. Idag är efterfrågan något större ... □

METSO PAPER KARLSTAD AB

Verksamhet: Tillverkning av pappersmaskiner för mjukpapper (tissue). Ombyggnader och service för pappers- och kartongmaskiner.

Dotterbolag till: det svenska holdingbolaget, Metso Svenska AB, som i sin tur ägs av Metso Corporation i Finland. Koncernansvaret för delar av utvecklingsarbetet ligger i Karlstad.

Omsättning (2010): 1 471 680 000 SEK

Exportandel: cirka 75 procent

Marknadsandel i världen: cirka 30 procent

Antal anställda: 500 personer



Crem International på plats

– NÄR GLOBALA KAFFETRENDER NÅR KINA

Crem International, med huvudkontor i värmländska Åmotfors, är en komplett och världsledande tillverkare av kaffemaskiner. De utvecklar och säljer på den alltmer internationella kaffetrenden med nya smakupplevelser. Deras fabrik i Shanghai är ett första steg för att komma närmare den gigantiska asiatiska marknaden.

TEXT: FREDRIK NYBY · FOTO: CREM

1999 registrerades Coffee Queen som varumärke i Sverige. Företaget, med samma namn, grundades 1983. Sedan dess har kärnverksamheten varit att utveckla och tillverka förstklassiga kaffemaskiner. Genom en fusion med spanska Crem för tre år sedan har nu Crem International en världsledande position. Deras asiatsatsning stärks med en egen tillverkande enhet i Shanghai.

Mikael By är idag COO för Crem International i Åmotfors, där koncernhuvudkontoret ligger. Han var tidigare vd för företagets Asiatsatsning och har en gedigen erfarenhet av att etablera ett företag i Kina. Med säljkontor i flera europeiska länder började man för fem år sedan intressera sig för den asiatiska marknaden och 2005 beslöt man sig för att etablera en fabrik i Kina.

– Kaffeförsäljning i ett kulturhistoriskt och tedrickande land som Kina är en utmaning. 2005 drack varje kines i snitt en kopp kaffe om året, idag dricker de två. I Sverige dricker vi 3,5 koppar kaffe. Om dagen!

Med tanke på att en femtedel av jordens befolkning bor i Kina är det givetvis kittlande att räkna på den potentiella kaffemarknaden inklusive maskiner och apparater för tillverkning av den uppiggande drycken. Globaliseringen medför nya influenser och fler internationella affärer i Kina, vilket gör att kaffetrender sprider sig. Mikael By nämner några värdefulla erfarenheter som underlättar etablering i den mäktiga folkrepubliken.

– Tänk igenom målen, målgruppen och lokaliseringen noggrant. Bygg både produktion och organisation med struktur. Ta hjälp av de som



Mikael By, COO för Crem International.

redan gjort en motsvarande Kina-satsning så undviker man många resursförbrukande misstag. En genomtänkt finansiering som håller långsiktigt är också viktig eftersom kapitalflödet i Kina inte på något sätt liknar det i Västeuropa.

Då Crem började titta på Kina var det tre områden som var tänkbara för etablering; Guangzhou, Shenzhen och Shanghai.

– Vi valde Shanghai initialt, vilket grundade sig i de mål Crem International satt upp. Ett av dem var tillgänglighet för kunder utifrån och en annan fördel är fabrikens närhet till ett mycket stort urval av underleverantörer i Ziejiang och Jiansu provinserna.

Mikael understryker vikten av att besöka Kina flera gånger om man ska utveckla business där. Det är viktigt att vara på plats vid produktionen – att utbilda och förankra kloka arbetssätt för att ”sätta” en hållbar verksamhet.

– Det är inte mycket som är synonymt med svenska förhållanden, vare sig människor, kultur eller infrastruktur. Men är man på plats så upptäcker man att även stora problem ofta har en lösning. Extern hjälp behövs i början,

sen är det viktigt att lägga tid och resurser på rekryteringen av den kinesiska ledarstaben.

Behandlar man kineserna väl så fungerar de som lojala och flitiga medarbetare, enligt Mikael.

– Vi svenskar har ett gott rykte i Kina. Vår ledarstil blir omtyckt när kineserna vant sig. □

CREM INTERNATIONAL HOLDING AB

Verksamhet: Utveckling och tillverkning av förstklassiga kaffe- och espresso-maskiner för världsmarknaden.

Dotterbolag till: Accent Equity 2003 Kb + A. (en Sverigebaserad ägargrupp med ett tydligt fokus på utveckling).

Omsättning (2010): 418 677 000 SEK.

Antal anställda: 224 varav 53 i Åmotfors.

Exportandel: cirka 60 procent (Spanien, Sverige och Kina räknas som hemmamarknader).

Produkter: Under varumärket Coffee Queen samlas företagets maskiner för färskbryggt, instant, Serving Concept, Waterline och juicemaskiner. Under varumärket Expobar finns alla högklassiga espressomaskiner.

NORGE



Största exportländer: Storbritannien, Holland, Tyskland 2010

Största importländer: Sverige, Tyskland, Kina 2010

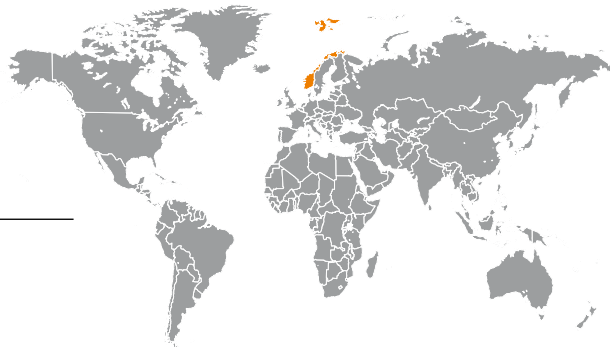
Norges export till Sverige: 97,4 miljarder SEK 2010

Sveriges export till Norge: 113,5 miljarder SEK 2010

Huvudstad: Oslo • **Officiellt språk:** Norska • **Valuta:** Norska kronor (NOK)

Folkmängd: 4,7 miljoner 2011 (119:e plats i världen) • **Tidsskillnad:** 0

Landskod: NO • **Landsnummer:** 47



EN AV VÅRA STÖRSTA EXPORTMARKNADER

I vårt lusekofttäta och oljerika grannland Norge råder hög levnadsstandard men enkel och sportig livsstil. Den geografiska, språkliga och kulturella närheten gör att svenska företag alltid gjort affärer med norrmännen. Tillsammans med Tyskland utgör Norge vår största exportmarknad. Landets befolkning uppgår till 5 miljoner och deras viktigaste naturresurser är olja, naturgas och fisk.

TEXT: FREDRIK NYBY • FOTO: SHUTTERSTOCK

2010 exporterade Sverige varor och tjänster till Norge till ett värde av 113,2 miljarder SEK, en ökning med 7,5 procent jämfört med 2009. Utöver denna export tillkommer gränshandeln som uppskattas till cirka 10 miljarder SEK årligen. Sverige exporterar främst tjänster, maskiner, motorfordon, kemiska produkter, möbler och teleprodukter till Norge.

Sverige är i sin tur Norges största exportmarknad med SEK 96,2 miljarder. Norsk export till Sverige består främst av naturolja, gas, elektricitet samt mineraler & metaller. Handeln har ökat kraftigt sedan mitten på nittioalet och gör Sverige till Norges absolut största exportmarknad.

I Norge finns en del väldigt viktiga industrisegment. Olja och gas näringen är landets



största och viktigaste industri. Den utgör 22 procent av landets BNP och 50 procent av landets totala export. Fiskeindustrin är välkänd, inte minst för all odlad fisk. Ändå utgör den endast en procent av Norges BNP. Skogsindustrin är Norges äldsta industri och fortfarande väldigt viktig.

Det finns över 2 500 svenska dotterbolag i Norge. Många svenska storföretag är sedan länge etablerade i landet. Den geografiska läget samt den kulturella och språkliga närheten gör att svenska företag som etablerar sig i Norge oftast lyckas bra. Det är viktigt att tänka på att Norge, trots sin närhet, är en utlandsmarknad. Ett bra tips för de som planerar norgehandel är därför att satsa resurser på att lära känna den för att kunna agera norskt. Norrmännen betraktar Sverige och svenskarna som en naturlig affärspartner, vilket oftast underlättar förståelse och gynnsamma samarbeten.

Efterfrågan på arbetskraft har under senare år varit högre än tillgången. Import av arbetskraft har skett i betydande utsträck-

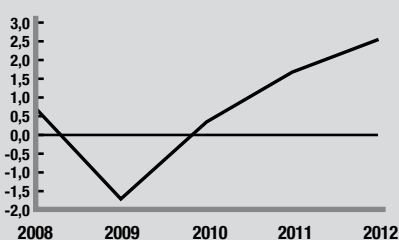
ning, huvudsakligen från Sverige och andra länder i östersjöregionen. Uppskattningsvis arbetar cirka 50 000 svenskar bara i Oslo men det finns inga tillförlitliga siffror, antalet folkbokförda svenskar i Norge är 25 000. Den huvudsakliga orsaken till att så många svenskar väljer att arbeta i Norge är lönenivån som är betydligt högre än i Sverige. □

NORSK EKONOMI

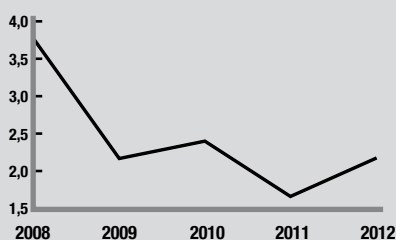
Den klippstabila oljeekonomin Norge har under hela 2000-talet haft en årlig tillväxt på i genomsnitt 3 procent. Norges BNP, utslagen per invånare, är nära en halv miljon norska kronor, vilket i sin tur är 60 procent över det europeiska genomsnittet. Omkring hälften av Norges export består av olja och gas medan den tillverkande industrin står för mindre än tio procent. Det norska välståndet yttar sig i ett stort budgetöverskott och en gigantisk kapitalreserv som ska användas för att dämpa de problem som kan uppstå då oljereserverna töms.

KÄLLA: EXPORTRÅDET, SVERIGES AMBASSAD OSLO

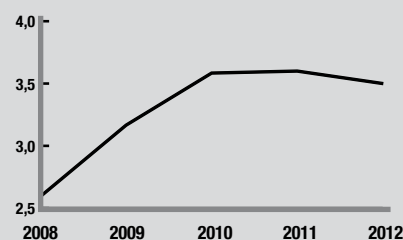
BNP-TILLVÄXT inkl prognos (%)



INFLATION inkl prognos (%)



ARBETSLÖSHET inkl prognos (%)



KÄLLA: INTERNATIONAL MONETARY FUND, WORLD ECONOMIC OUTLOOK DATABASE



Affärskulturella skillnader

en C-uppsats från Uppsala Universitet sammanfattas svensk-norska skillnader på affärskultur.

"De fyra största skillnaderna som kan leda till konsekvenser anser vi vara olikheter i tidsaspekter, hierarkiska förhållningssätt, kommunikation och servicegrad och flexibilitet. Normmannen är inte lika punktlig som svensken och har dessutom andra arbetstider. Norges affärsstruktur är mer hierarkisk än den svenska och trots att språken är besläktade finns det en del ord och intonationer som skiljer sig åt som kan skapa förvirring. Svensken är mer serviceinriktad och flexibel än normmannen, vilket kan leda till felaktiga förväntningar på arbetsplatsen. Vi anser att dessa problem kan övervinnas eller i alla fall minskas om företaget är medvetet om deras existens."



Konst och kultur

Samerna representerar den äldsta kulturen i Norge och stavkyrkorna är ett viktigt Norskt bidrag till den Europeiska kulturhistorien.

Språket

Det talas tre språk i Norge. Två av dem (Bokmål och Nynorsk) är lika varandra och det tredje, samiskan, är av ett helt annat ursprung.



Differentierade tullar

Norge är en viktig marknad för svenska jordbruksprodukter och livsmedel – ungefär 40 procent av vår export till länder som inte är med i EU går dit. Sveriges export skulle förmodligen kunna vara ännu större om det inte var för Norges jordbrukspolitik. Den bygger till stor del på att norska jordbrukare ska få höga priser för sina produkter. För att klara det tar Norge ut höga tullar på produkter som skulle kunna konkurrera med de egna producenterna och lägre på andra produkter. Eftersom Sveriges jordbruk producerar ungefär samma produkter som det norska så drabbar de höga tullarna i stor utsträckning svenska producenter.

Seder och bruk

● **Normal kontorstid** är 8-16 med 30 minuters lunch mellan 11 och 12, ofta med medhavda smörgåsar.

● **Kostym och slips** är korrekt klädsel för herrar. Damer bör klä sig snyggt eftersom norska affärskvinnor är måna om sin klädsel.

● **Norrmän är pratglada** och kommunikativa och lika goda lyssnare som svenskar.

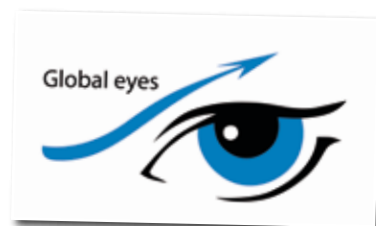
● **Generellt gäller att** norrmän hellre umgås med familjen än går ut på restaurang med affärsbekanta. Andra arrangemang; naturupplevelser såsom segling, fiske eller liknande förekommer.

● **Norrmän är nationalister** och 17 maj firas ordentligt i hela Norge.

Gemensamma elcertifikat

Sverige och Norge har ingått ett avtal om en gemensam svensk-norsk marknad för el-certifikat med start 1 januari 2012. Målet för de gemensamma el-certifikaten är att öka den förnybara elproduktionen med drygt 13 TWh från 2012 till 2020 enbart i Norge, här ligger fokus på vindkraft.

GLOBALA EXPORTVÄGAR – GENOM HANDELSKAMMAREN



TEXT: LINDA JUTBERGER · FOTO: SHUTTERSTOCK, WRAP INTERNATIONAL

WRAP International AB må vara ett litet företag sett till antal anställda men när det kommer till export och internationalisering har de hela världen som arbetsfält. Företaget har kunder i mer än 20 länder och marknadschefen Ann-Charlotte Johannesson har goda erfarenheter av Handelskammarens utbud av tjänster och affärsresor.

WRAP International AB knoppades av från SAAB 2007 och är nu ett etablerat företag i Telekombranschen. Företaget håller till i Linköping och erbjuder programvara för planering och optimering av radionät. Programvaran är utvecklad i samarbete med svenska försvaret. WRAP International fokuserar på tre kundgrupper – försvar, publika myndigheter såsom Post- och

Telestyrelser, Trafikverk, Luftfartsverk och Sjöfartsverk samt privata sektorn.

Företaget omsätter i dagsläget cirka 11 miljoner SEK och exporten uppgår till cirka 75 procent. Den största marknaden utanför Sverige är Kina där de är starka inom försvar och luftfart, därefter följer Australien och de nordiska länderna.

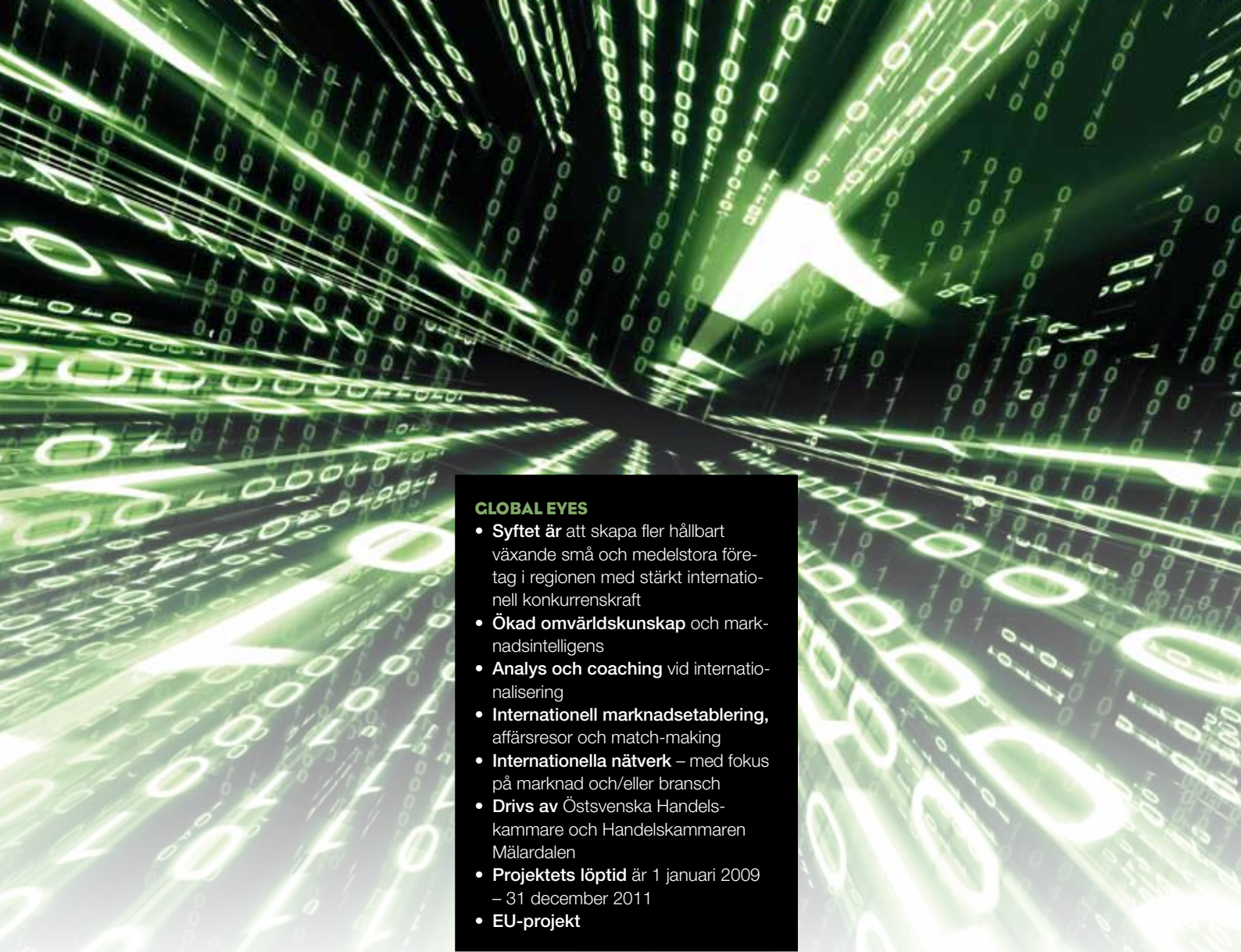
Värdefull Norge-resa

WRAP International AB är ett företag med stora visioner. De söker sig till världens alla hörn och har skapat kontakter och affärsmöjligheter på alla kontinenter förutom Nordamerika. Genom projektet Global Eyes som drivs av Östsvenska Handelskammaren och Handelskammaren Mälardalen har de åkt på affärsresor till både Norge och Frankrike.

Projektet Global Eyes, som syftar till att skapa fler hållbart växande små och medelstora företag i regionen med starkt internationellt konkurrenskraft, har under projekttidens gång erbjudit företag affärsresor till olika internationella marknader. Ett erbjudande som WRAP nappat på. Den första resan gick till Norge i början av mars. Oslo Handelskammare ordnade intressanta och givande möten med bland annat Intech, Post- och Teletilsynet, Jernbaneverket och Direktoratet för nödkommunikation i Oslo. Resan resulterade i att WRAP nu är i färd med att etablera ett agentavtal med Intech. Ann-Charlotte Johannesson, försäljnings- och marknadschef på WRAP, är mycket nöjd med resan till Norge och ser fram emot det kommande samarbetet.

Företaget är väldigt nöjd med arbetet som utfördes av Oslo Handelskammare, de var mycket proffsiga och duktiga. Ann-Charlotte

”DET TAR CIRKA 3-5 ÅR ATT KOMMA IN PÅ EN NY MARKNAD, DET KRÄVER TÅLAMOD OCH ATT MAN MÅSTE ANPASSA SIG EFTER LOKALA SEDER OCH BRUK”



GLOBAL EYES

- Syftet är att skapa fler hållbart växande små och medelstora företag i regionen med stärkt internationell konkurrenskraft
- Ökad omvärldskunskap och marknadsintelligens
- Analys och coaching vid internationalisering
- Internationell marknadsetablering, affärsresor och match-making
- Internationella nätverk – med fokus på marknad och/eller bransch
- Drivs av Östsvenska Handelskammare och Handelskammaren Mälardalen
- Projektets löptid är 1 januari 2009 – 31 december 2011
- EU-projekt

WRAP International AB är ett etablerat företag i Telekombranschen. Företaget erbjuder programvara för planering och optimering av radionät.

kan varmt rekommendera andra företag att använda sig av Handelskammaren för match-making tjänster.

Företaget satsar just nu på Afrika. I dessa länder är det ofta offentliga anbudsoppningar vilket innebär att offererande företag får närvara vid anbudsoppningen. Allt för att säkerställa att det går rätt till. Företaget jobbar också hårt på att få fäste i Mellan-östern och länder i Sydasiens.

Ann-Charlotte Johannesson, berättar att det tar cirka 3-5 år att komma in på en ny marknad, det kräver tålamod och att man måste anpassa sig efter lokala seder och bruk.

Ann-Charlottes råd när det gäller att etablera sig på nya marknader är att noga fundera över vilket land man ska gå in i samt ta professionell hjälp av företag, organisationer och myndigheter som har kunskap om landet. Det är viktigt med nätverk och att ha bra och pålitliga kontakter.



Ann-Charlotte Johannesson, marknadschef på WRAP International AB.

Fortsatt internationalisering

I många länder som t.ex. Indien och Pakistan och även i de afrikanska länderna kan det vara en bedrift att bara ta sig från flygplatsen till hotellet. Det finns många risker på vägen, allt från att du inte hittar till hotellet till att bli rånad. Det kan vara mycket praktiska saker som kan bli oerhört jobbiga om man inte hittar eller vet hur man ska agera och därför är det väldigt bra att ta hjälp av de organisationer eller myndigheter som finns på plats. Ta hjälp av lokala Handelskammare, Exportrådet och ambassader, säger

Ann-Charlotte. De kan även ge råd och tips om seder, kulturella skillnader och om det är något särskilt man bör tänka på i kontakten med företag.

Ann-Charlotte menar vidare att det är viktigt att vara på plats, man måste lära känna varandra och få förtroende för varandra. Språket brukar inte vara något problem då engelska är vanligt förekommande och behärskas av de flesta som gör internationella affärer.

WRAP International AB kan absolut tänka sig att delta på kommande affärsresor och ser gärna att de arrangeras branschvis. Anledningen är fördelen med de kontakter som skapas inom den grupp av företag som åker tillsammans – det blir ett större utbyte och skapar kontakter både i Sverige och i det land resan anordnas till. WRAP fortsätter sin internationalisering och gläds åt de genvägar som Handelskammarens skapar genom sina tjänster och affärsresor. □

SPARA TID OCH PENGAR MED ATA-CARNET

TEXT: LINDA KARLSSON • FOTO: KRISTIAN BERLIN, TULLVERKET

ATA-carnet (Admission Temporaire/Temporary Admission) är en internationell tullhandling med vilken man tillfälligt till länder utanför EU kan exportera utställningsvaror, kommersiella varuprover och verktyg för yrkesutövning utan att betala tull eller andra avgifter. Carneten underlättar tullförfarandet, spar tid och pengar och utfärdas av Sveriges handelskamrar.

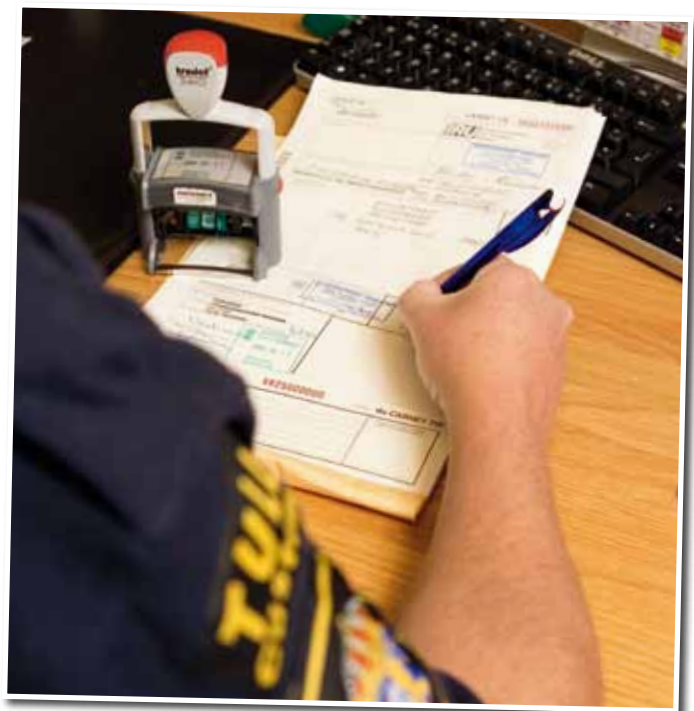
De svenska handelskammarkontoren utfärdar årligen omkring 2000 så kallade ATA-carneter. Bland de ansökande företagen återfinns alltifrån stora koncerner till små enmansföretag från alla typer av branscher och verksamheter. Carneten är ett dokument som, under förutsättning att varorna ska återvända hem igen, gör det möjligt att ta med sig mäss- och utställningsgods, yrkesutrustning samt varuprover till länder utanför EU utan betala tull eller andra avgifter vid gränserna.

Till ATA-konventionen är närmare ett sjuttioal länder anslutna. Systemet i sin helhet bygger på att Handelskammaren står som garant gentemot de länder som ska besökas. Som säkerhet för garantiåtagandet deponeras ett visst belopp som återbetalas när väl carneten återställs till Handelskammaren stämplad på rätt sätt.

– ATA-carneter beviljas av handelskamrarna i alla de länder som anslutit sig till avtalet. Handelskamrarna i de olika länderna bildar på så vis en garantikedja för tullavgifterna, berättar Gun-Britt Sjödin, ansvarig för export- och importfrågor vid Mellansvenska handelskammaren.

– För att carneten ska gälla krävs innehavarens underskrift, vår stämpel och underskrift samt en officiell öppning av svensk tull. Också det görs med en stämpling av den gröna förstasidan. Det är sedan viktigt att dokumentet hela tiden följer varorna samt att det visas upp och stämplas vid varje gränspassage.

Att carneten blir stämplad via Tullverket i samband med att varorna skickas och kommer fram är av största vikt. En ofullständig ATA-carnet innebär nämligen att den ansökande inte kan få tillbaka de



pengar som tidigare lämnats i deposition hos Handelskammaren. Carneten, fortsätter Gun-Britt Sjödin, kan användas i flera länder under giltighetstiden som i regel är ett år. Tidsfristen för tullfrihet varierar i olika länder och utställningsvaror ska återutföras senast tre månader efter att utställningen avslutas. För transiteringar gäller i regel ett fåtal dygn.

Priset för en ATA-carnet varierar och styrs av hur många länder som ska besökas, hur stort varuvärdet är samt om sökanden är medlem hos Handelskammaren eller inte. Kostnaden blir i de allra flesta fall betydligt lägre jämfört med alternativet att behöva fylla i utländska tullblanketter vid varje gräns och att behöva deponera kontanter hos den utländska tullen.



"ETT HANDELS-DOKUMENT VI INTE KLARAT OSS UTAN"

Lindströms Tivoli har stor erfarenhet av internationella transporter, temporär export och ATA-carneter. Det ambulerande tivolit består av cirka 20 attraktioner, behöver 45 lastbilar för att förflytta sig och befinner sig utomlands mellan mars och oktober varje år.

Familjeföretaget Lindströms Tivoli AB

med bas i Gävle startades 1981 av bröderna Roger och Kjell Lindström och består idag av två kompletta tivoliavdelningar. Sällskapet är på resande fot stora delar av året, främst i Norge. De erfarenheter företaget fått genom åren ligger till grund för ett väl utarbetat tillvägagångssätt inför varje utlandsresa. En viktig del är att göra ett grundligt förarbete. Det minimerar risken för missförstånd och gör att hanteringen vid tullen löper smidigare.

– Jag brukar sammanställa ATA-carnet-ansökningarna i februari varje år, ungefär en vecka innan vi reser ut. Våra karavaner består av många och långa lastbilsekipage. Det rör sig om ett stort antal attraktioner och kiosker, men också elmaterial, belysning och kablage vilket innebär att arbetet med varuförteckningarna tar tid. Lyckligtvis har vi fått in en rutin i hur arbetet ska utföras. När vi reser i Norge åker vi alltid in i söder och hem igen över Kiruna, över samma gränsstationer. De känner igen oss i tullen vid det här laget och vi får ofta höra att vi har bra koll på våra papper. Det känns tryggt och skönt, säger Gunilla Lindström, administratör och tivoliarbetare.

Vad har du för tips och råd till de som inte har någon större erfarenhet av ATA-carneter?

– Be om hjälp om du behöver det! Det är inte så enkelt att få till alla papper och uppgifter i början. Handelskammaren erbjuder massor av stöd och har varit till stor hjälp för oss. □

En ATA-carnet består av ett antal blad i olika färger. Vid en resa innehåller carneten alltid fyra blad; två gula och två vita. De gula ska användas och stämplas vid själva exporten och återimporten av varorna medan de vita ska lämnas vid passeringen av tullen hos det land som ska besökas. Roland Fredriksson, chef vid Tullverkets klareringsexpedition på Stockholm-Arlanda, förtydligar:

– Varje resa betyder två stämplat. En tur- och-retur-resa kräver således fyra. De fyra processerna är alla lika betydelsefulla och det är därför viktigt att planera sin resa väl så att man hinner med samtliga förfaranden. Det händer att personer av okunskap, glömska eller slarv missar att gå till tullen, framförallt när de lämnar importlandet. I det fallet är det mycket viktigt att kontakta landets tullmyndighet, Handelskammaren och svenska Tullverket samt gå till tullen i Sverige för att återimportera godset här. Gör man inte det kan det uppstå en tvist med garanten, det vill säga Handelskammaren.

Vidare betonar Roland Fredriksson vikten av att sökanden alltid försäkras sig om att

carnetexpeditionen vid respektive gräns är öppen vid avresa och ankomst.

– Det är naturligtvis viss skillnad på stora städer och mindre orter. Om en resa sker utanför öppettiderna gäller det att avtala tid med berört kontor i respektive land. Det är din skyldighet som carnetinnehavare att också ta reda på om mottagarlandet har särskilda regler gällande vissa varor. Det kan finnas förbehåll avseende vad man får föra med sig. ATA-carneten innefattar endast en ekonomisk garanti och ersätter inte på något sätt övriga dokument eller tillstånd som eventuellt krävs på grund av restriktioner. Särskilda bestämmelser gäller för vissa livsmedel, mediciner, växter och djur samt produkter med dubbla användningsområden, programvara och teknik, som kan användas både i civila och militära ändamål.

– Slutligen är det nog så viktigt att poängtera att carneten är en värdehandling och att den därför ska förvaras som en sådan. Om den kommer bort ska det omedelbart anmälas till den Handelskammare som utfärdat carneten, avslutar Roland Fredriksson. □

DET HÄNDER I VÄRLDEN

**IRAK MER ÖPPET**

Efter två decennier av isolering och utstötande från resten av omvärlden, har Irak stegvis sedan 2003 blivit en medspelare på den globala marknaden. Irak har många hinder att övervinna, men sedan det senaste valet 2010 har det politiska läget stabiliserats och de olika statliga organen genomgår reformeringar som kommer att gynna den ekonomiska tillväxten. Svensk Irakiska Handelskammarens närvaro i Irak underlättar de hinder som svenska företag stöter på. Den sittande regering har satt flera infrastrukturprojekt inom väg, vatten, elkraft och bostäder som prioriterade områden. Lovande affärsmöjligheter finns även inom många andra sektorer såsom, telekom, säkerhet och sjukvård. Förra året ökade den svenska exporten till Irak med nästan 30 procent.



FOTO: SHUTTERSTOCK

KINESISK RÅVARUJAKT

Uppgången på världens råvarupriser beror till stor del på ökad efterfrågan i Kina. I Sverige gör malmpriserna tydliga avtryck. När gruvbolaget LKAB byggde ny huvudnivå i Malmberget vid sekelskiftet räknade man med att det skulle bli den sista. Sedan dess har malmpriset gått upp med 500 procent. LKAB har byggt ut för 30 miljarder kronor och planerar att anställa 1 250 personer 2011-2015. Uppgången beror inte på att LKAB säljer så mycket till Kina utan på att Kinas malmköp trycker upp priserna i hela världen. Kinaeffekten märks också i svenska företag som tillverkar maskiner för att bryta malmen, som Sandvik och Atlas Copco.

FÖRENADE ARABEMIRATEN/QATAR

I slutet av oktober besökte handelsminister Ewa Björling Förenade Arabemiraten och Qatar för att främja svenska affärsintressen och handel mellan länderna. Förenade Arabemiraten är idag Sveriges andra största handelspartner i Mellanöstern, mer än 150 svenska företag finns representerade. Den svenska exporten till Qatar ökade med 122 procent under första halvåret 2011, jämfört med föregående år. I Qatar pågår för närvarande stora infrastruktuursatsningar inför fotbolls-VM 2022, vilket kan erbjuda möjligheter för svenska företag.

KÄLLA: REGERINGSKANSLIET

**NYVAL I GREKLAND**

Turbulensen i skuldtyngda Grekland fortsätter. Greklands största politiska partier enades den 7 november om att nyval ska hållas den 19 februari 2012.

**NY APP-SKATT**

Från och med den 1 oktober måste svenska bolag som säljer appar till mobiltelefoner inom EU betala moms både i Sverige och i det land där appen säljs.

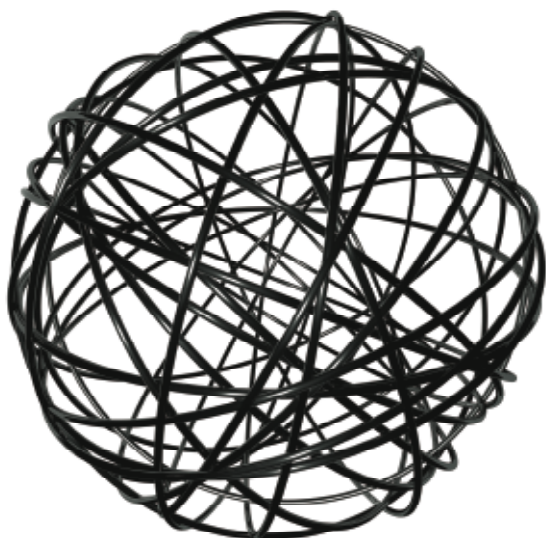
**ELBILSSATSNING**

Det amerikanska batteriföretaget Boston-Power tar in 850 miljoner kronor i kinesiskt riskkapital från investerare och stat. Pengarna ska användas till en fabrik och en forskningsenhet i Kina.

**KRISLÄGE I ITALIEN**

Italien har pekats ut som Europas nästa problem-land. Konsumenterna håller hårt i plånboken och siffror pekar på en arbetslöshet på över 29 procent för ungdomar 15-24 år. Premiärminister Silvio Berlusconi har pratat med Tyskland och Frankrike om italienska budgetnedskärningar om sammanlagt 100 miljarder euro fram till 2014. Men marknaden tvivlar och statens lånekostnader rusar mot rekordnivåer.

World leading wire



Globally produced, globally used.



Suzuki Garphyttan AB
SE-719 80 Garphyttan
Tel. +46 (0)19 295 100
www.suzuki-garphyttan.com

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 affärs-kultur. 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

STOCKHOLM SKAVSTA
AIRPORT

**LÅGPRISFLYG
DIREKT**
till hela **EUROPA**

www.skavsta.se

...och vilka banker satsar
riktigt stort på vårt
sörmländska 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 sörmlänningarnas och bygdens bästa. Alltid.

Sörmlands Sparbank



GER MER ÄN BANKEN BANKEN

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



**Flyg direkt till
hela Europa.**

**Välj bland 53
destinationer!**

**Sveriges tredje
största flygplats**

STOCKHOLM SKAVSTA
AIRPORT
www.skavsta.se

FLERA ORSAKER TILL

LITEN EXPORT

När man talar om svensk export fokuserar man gärna på de stora marknaderna dit svenska varor säljs för miljardbelopp varje år. Men det finns länder som vi inte säljer något alls till, eller i varje fall väldigt lite. Hur kommer det sig egentligen? Följ med på en resa till länderna dit exportföretagen sällan kommer.

TEXT: NICLAS SAMUELSSON • FOTO: SHUTTERSTOCK



Petter Stålenheim,
Kommerskollegium.

Länder som Montserrat, Nauru, Kiribati och Marshallöarna nämns sällan i samband med svensk export. Det finns flera anledningar till det. Ofta beror det på att länderna och deras marknader är väldigt små och ligger långt borta. Det är helt enkelt inte lönsamt att exportera små mängder varor till dem. En annan anledning är att de kan ha förmånliga avtal med sina gamla kolonialmakter eller

att de importerar allt de behöver från sina grannar.

– En liten marknad som Lesotho får till exempel sitt importbehov helt tillfredsställt av Sydafrika och andra närliggande länder. Det gäller i viss mån även EES-landet Liechtenstein, dit Sverige bara exporterade för 15,9 miljoner kronor 2010. De importerar troligen det mesta från exempelvis Schweiz



och Österrike. Därmed inte sagt att svenska varor inte når dessa marknader via de andra länderna. Men det syns i så fall inte i statistiken, säger Petter Stålenheim på Kommerskollegium.

Ofta handelshinder i vägen

Handelshinder i form av höga tullar, produktcertifieringar, tekniska krav och krånglig byråkrati är också en viktig faktor. Små utvecklingsländer, vars ekonomi baseras på enskilda produkter, tillåts ofta ha höga handelshinder för att kunna utvecklas och förbättra sin ekonomi. Hinder kan också förekomma genom olika embargo, eller mer indirekt i form av politisk oro och krig. Frågan är dock hur mycket sådant drar ner exporten.

– Det brukar alltid gå att handla med

någonting med de flesta länder, det är sällan helt stängt. Sedan är det mycket ett politiskt ställningstagande om man vill handla med oroliga länder eller diktaturer som exempelvis Turkmenistan, fortsätter Petter.

Språk och kultur spelar in

Kulturella faktorer spelar också en roll för exportens omfattning. Länder med en annan kultur konsumerar kanske inte samma saker som vi och har därför inte heller något behov av det vi säljer. Till detta kan enligt Petter också läggas de kommunikationshinder som andra språk kan utgöra.

– Många av de länder som vi inte har så stor export till är fransktalande eller talar ett mindre, lokalt språk. Det gör det svårare att upprätta affärsförbindelser.

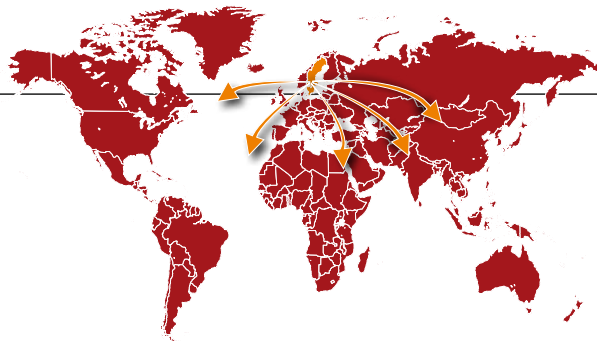
Framtida möjligheter

Även om Sverige i dag inte exporterar till vissa länder, så kan läget givetvis ändras i framtiden. Om utvecklingsländerna får större ekonomi så får de också större möjligheter att handla och större behov av infrastruktur med mera, vilket kan öppna för svenska företag. En annan möjlighet är att de handelshinder som finns minskar eller försvinner. Vilka framtidsmarknaderna blir avgörs av en kombination av såväl affärs- som politiska beslut.

– Det är alltid företagen som väljer vilka marknader de vill gå in på. Politikerna kan i sin tur underlätta handeln genom att bland annat arbeta med WTO och genom att upprätta olika frihandelsavtal, avslutar Petter. □

UT I VÄRLDEN

Från Sverige till övriga världen



Plastmattan var i det närmaste bortglömd då Faluföretaget Pappelina grundades 1999, blåste liv i gamla vävstolar och la grunden för en ny designklassiker. Försäljningssuccén infann sig snabbt i Sverige och snart letade sig mattan ut på utländska marknader. Nu laddar företaget inför dess största utmaning någonsin – att på allvar göra varumärket känt i USA.

– Det är en dröm jag burit på i många år, berättar grundaren Lina Rickardsson.

Vävda plastmattor gör succé LÅNGT UTANFÖR SVERIGES GRÄNSER

TEXT: LINDA KARLSSON • FOTO: PAPPELINA

Lina Rickardssons intresse för färg och form, textilier och sömnad väcktes tidigt i livet, framförallt via hennes mamma och mormor som både var duktiga väverskor.

– Jag har alltid haft ett behov av att få skapa, men det var först under en längre resa i USA efter gymnasiet som min kreativitet

”IDAG STÅR EXPORTEN FÖR UNGEFÄR 80 PROCENT AV DEN TOTALA FÖRSÄLJNINGEN. USA ÄR VÅR STÖRSTA MARKNAD, VOLYMMÄSSIGT”

verkligen blommade ut. Jag reste runt på turistvisum och hade svårt att få jobb. Så en dag kom jag över en gammal symaskin och började sy strandklänningar. Snart fick jag erbjudanden att sy upp kläder, bäddtextilier och badkläder åt olika företag och var fullt sysselsatt.

Väl hemma i Sverige igen var Lina fast besluten att på ett eller annat sätt arbeta med händerna. I hemstaden Falun fick hon tag i en lägenhet alldeles ovanför en vävstuga. Där övade hon upp sin talang och sökte sig sedan vidare till konst- och vävskolor i Göteborg. På Löftadalens vävskola i Åsa kom hon att

utveckla ett särskilt intresse för handvävning i grova material så som papper och lin. Namnet Pappelina, liksom Linas första barn, föddes 1997.

– Jag startade företaget året därpå i samband med att jag fick min första stora order på linmattor bland annat från möbelföretaget Norrgavel. Under mammaledigheten vävde jag på heltid och fastän förtjänsten inte blev så stor var det fantastiskt att jag kunde leva på något jag älskade att göra.

I takt med att mattornas popularitet ökade fick Lina bråttom. Att färdigställa en matta tog nästan tre dagar och Lina insåg att hon för att hålla jämn takt med efterfrågan måste hitta ett väveri. Hon ringde runt och fann slutligen Dalaslöjden i Djurås, ett litet väveri som vävde den gamla sortens plastmattor och som av en slump hade vävt i just lin mellan åren 1948 och 1952.

– Det var naturligtvis en chansning men jag åkte, satte upp väven och vi vävde så gott som hela sommaren, skrattar Lina.

Så småningom fick Lina upp ögonen för ett parti färgsprakande plastremsor från 60- och 70-talet som låg i väveriets lager. Hon fann inspiration att formge något nytt och så kom det sig att hon gjorde sin första plastmatta.

– Att väva i plast är inte bara en svår utan också långsam process som ställer höga krav på stort hantverkskunnande, fortsätter Lina Rickardsson. Jag hittade en ny teknik för att producera en betydligt





UTMÄRKELSER

- 2001** Formexpriset för mattan Bob.
- 2002** Nominerad till Formexpriset för mattan Vera.
- 2006** Guldpalen av Drömhjem & Trädgård.
- 2006** Årets företagare i Falu kommun.
- 2007** Polska Elle Interiör utser mattan Siri till Årets matta.
- 2008** Svenska Elle utser mattan Maja till Årets matta.
- 2009** Nominerad till Formexpriset med mattan Alice.



ANTAL ANSTÄLLDA: 8 · **OMSÄTTNING:** Cirka 22 MSEK · **GRUNDADES:** 1999 av Lina Rickardsson · **TILLVERKAR:** Cirka 45 000 mattor om året. Sortimentet kompletteras sedan 2003 av bland annat plädar, vaxdukar och kuddar. · **EXPORTANDEL:** Närmare 50 procent av omsättningen

tjockare matta än de som redan i liten skala tillverkades på väveriet. Det gick åt nästan dubbelt så mycket material och resulterade i en ganska dyr slutprodukt, så jag hade mina tvivel kring hur väl mattan skulle mottas.

Affärerna tar fart

I februari 2000 medverkade Lina på Formex, Nordens ledande fack- och branschmessa för inredning och design. Hon ställde ut såväl lin- som plastmattor – och sålde mångdubbelt fler av plastvarianten. Bekräftelsen fick henne att ta ett beslut kring materialvalet och succén lät inte vänta. Redan året därpå uppmärksammades hon med Stora Formexpriset Formidable i kategorin Plast & Syntet. Uppmärksamheten gav försäljningen en ordentlig skjuts framåt. Det dröjde inte länge förrän den tidigare mindre fina plastmattan kom att betraktas som en trendig och exklusiv heminredningsprodukt.

– Berättelsen om Lina och hur hon blev intresserad av ett väveri, upptäckte plasten och var först med att göra något nytt är charmig. Vi låter den ta stor plats i vår marknadsföring, berättar Gunilla Roberg, affärsutvecklare på Pappelina.

– Att förmedla varumärkets budskap på rätt sätt, att göra det intressant eller underhållande, är oerhört viktigt. Just att kommunicera företagets värderingar och dess identitet har absolut varit en av framgångsfaktorerna i vår strävan att skapa intresse hos såväl den inhemska marknaden som utländska distributörer.

Gunilla Roberg lyfter fram ytterligare framgångsfaktorer. Hon menar att mässdeltagande i allmänhet haft stor betydelse för Pappelinas tillväxt, i synnerhet när det gäller att nå ut till en ny, internationell publik.

– Urvalet av mässor har alltid gjorts med stor omsorg. Till exempel har möbelmässan i Stockholm liksom tyska Ambiente, världens största mässa för konsumentprodukter alltid varit viktiga för oss. En annan viktig faktor är att vi alltid lagt stor vikt vid vår presentation och hur vi uppfattas. I mässammanhang har det inneburit att vi lagt ordentligt med krut på att göra våra montrar attraktiva och genomtänkta, lite udda och annorlunda.

Skyndade långsamt

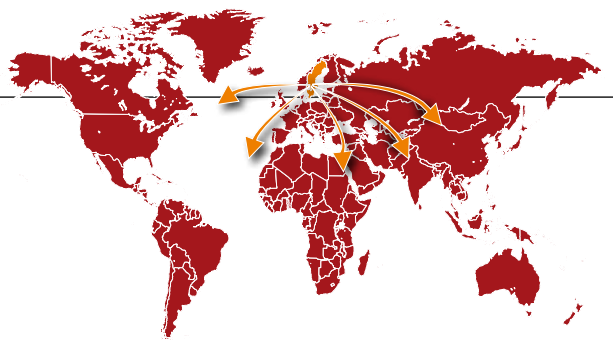
Pappelinas första försäljning av mattor på utländsk marknad skedde under 2003, främst i de nordiska grannländerna och med relativt blygsam omsättning. När Gunilla Roberg anställdes som affärsutvecklare 2005 låg exportandelen på drygt 5 procent av den totala försäljningen. Hon såg stor potential att öka andelen och utarbetade en strategi som i stora drag innebar för Pappelina att skynda långsamt.

– Vi lade tidigt fokus på att växa i rätt takt – i en takt som var förenlig med vilka vi var och vad vi faktiskt kunde producera. Tillväxt i



UT I VÄRLDEN

Från Sverige till övriga världen



all ära, men vår svårighet har alltid varit att vi sålt mer än vad väveriet kunnat producera. Vi hade definitivt bränt våra skepp om vi riktat in oss mot stora distributörer och inte kunnat svara på deras krav. Istället letade vi mindre samarbetspartners att upprätta goda relationer med. Vi vill jobba med människor som vi känner för och som förstår det vi vill förmedla, kvalitet och genuinitet, och därmed också minska risken att bli ett av många artikelnummer i en stor katalog.

Att rikta in sig på distributörer snarare än enskilda butiker visade sig vara ett lyckosamt sätt för att snabbt komma ut brett på en marknad. Antalet återförsäljare runt om i världen växte snabbt och omsättningen dubblerades flera år i rad. Pappelinamattan sålde snart i flera länder i Europa samt i Australien, Japan och USA.

– Faktum är att USA var en Pappelinas första marknader då landet sedan ungdomen legat Lina varmt om hjärtat, förklarar Gunilla Roberg. Tyvärr nådde vi aldrig önskade nivåer där och vår distributör gick i konkurs under den ekonomiska krisen 2009. Det har varit ett aktivt beslut av oss att vänta och se en stabilisering innan vi på nytt ger oss in i landet. Att etablera sig i USA kräver mycket muskler och vi ser att vi snart är mogna att ta upp kampen igen.

Svårigheter och möjligheter

Idag har Pappelina återförsäljare i 23 länder och cirka 750 butiker. Tyskland, Frankrike, Norge och Finland utgör de största marknaderna och exportandelen har ökat till 48 procent under 2011. Grundligt strategiarbete och tydliga målsättningar utifrån ett fokuserat arbete mot antal fokusländer har gett mycket gott resultat.

– Det finns inga enkla svar på hur man lyckas säkra sina exportaffärer, men man bör aldrig underskatta den hjälp som finns att tillgå. Ska man investera mycket pengar i ett land så kan man gott och väl investera ytterligare medel och få experthjälp på vägen, menar Gunilla Roberg.

– Vi vände oss till Exportrådet och körde ett affärsprojekt i samband med vårt kliv in i Tyskland och har också funnit mycket trygghet i vårt lokala handelskammarkontor.

Pappelinassatsningar framöver är, vid sidan av USA, inriktade mot den engelska marknaden och intensifieras under januari 2012 i och med en stor mäsas i London. Också Japan gästas



i juni under ett stor expo. Att sälja mattor utanför Sveriges gränser är tacksamt, men inte helt självklart, förklarar Gunilla Roberg.

– Mattan som inredningsdetalj inomhus är inte given överallt. I vissa delar av världen dominerar heltäckningsmattan, i andra klinkergolven. I en del länder är mattan mer självklar utomhus på verandor eller innergårdar och har enbart praktiska funktioner. Här i Sverige har mattan traditionellt haft flera användningsområden och bland annat hängt över dörrar för att undvika drag. Det gäller med andra ord för oss att också sälja en slags medvetenhet eller nyfikenhet, men också att anpassa oss efter kulturella normer. Vi vill uppmuntra kunderna till att experimentera och tänka själva, att se Pappelinamattans många möjligheter. Det finns inga rätt eller fel, men mattor kan verkligen förändra!

Även om marknaden för mattor är enorm och potentialen för Pappelina att växa ytterligare är goda finns det en gräns för hur stort företaget kan – och vill bli. Att expandera är inte det lättaste när förutsättningen är långsamt arbetande vävstolar från mitten av 1900-talet som inte längre tillverkas. Men så ser man på Pappelina också ett enormt starkt värde i att behålla viss småskalighet och inte tappa sin själ.

– Det är med stor stolthet som vi nu växlar upp då väveriet flyttar till nya lokaler i Leksand och går från 700 till 4000 kvadratmeter för att hålla uppe produktionen. Framtiden ser mycket positiv ut, vi har ju hela världen framför oss! □

Hallå där...

... Lina Rickardsson, designer och grundare av Pappelina.

Var hittar du inspiration?

– I allt runt omkring mig, i livet i stort. Jag reser visserligen ganska mycket, men är väldigt hemmakär. Jag mår bra av långa promenader, lugn och ro. Små detaljer i vardagen fångar lätt mitt intresse.

Har du någon favorit bland dina egna kollektioner?

– Det senaste man gjort blir ofta det man gillar mest just för stunden. Idéerna och mönstren känns fräscha då. Men prickiga Veramattan har varit med länge nu och kommer alltid betyda något extra för mig.

Hur ser Pappelina ut om tio år?

– Jag ser att vi växt oss större och starkare. Idag är vi så pass få i personalstyrkan att vi tvingas jobba över gränserna och då blir lätt ansvarsområdena lite för stora. Förhoppningen är att vi snart ska ha var man på sin plats. Vi kommer absolut att behålla produktionen i Sverige, hantverkarskunnandet här garanterar hög kvalitet. Jag har en mycket speciell relation till USA och exportmässigt är målet att slå igenom ordentligt där. Hitintills har vi inte haft tillräckligt med muskler.

pwc.com/se/vision

Global expansion?

Boost your vision

Vårt globala nätverk, med närvaro i 154 länder, ger dig kraft och möjlighet att expandera på nya marknader. Som en av världens ledande affärsrådgivare har vi erfarenheten att hjälpa multinationella företag med allt ifrån lokala regelverk till strategisk affärsrådgivning och riskhantering.

Ta första steget mot global expansion redan idag. Ring 020-VISION eller gå in på pwc.com/se/vision och se hur vi tillsammans kan skapa värde just för dig.

pwc

© 2011 PricewaterhouseCoopers i Sverige AB. Att mångfaldiga innehållet helt eller delvis är förbjudet enligt lagen (1960:729) om upphovsrätt till litterära och konstnärliga verk. Förbudet gäller varje form av mångfaldigande genom tryckning, kopiering etc.

Maskiner och Reservdelar

Vi säljer och hyr ut tryckluftsdrivna och hydrauliska maskiner. I vårt sortiment har vi också gruvlampor, tändapparater, reservdelar, borrar med mera till dig som jobbar inom gruv-, bygg- och stenindustrin.

Vi utför även reparationer på Era maskiner.



Saxdalsvägen 2 • Blötberget • 771 65 Ludvika
Tel kontor 0240-374 95 • Tel lager 0240-370 01
Fax 0240-376 58 • Mobil 070-744 56 66, 070-637 36 29
E-post info@gruvteknik.com • www.gruvteknik.com



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.



MORGONDAGENS LÖSNINGAR SKAPAS HÄR OCH NU



PÅ SAAB FINNS en stark framtidstro.

Här pågår en intensiv utveckling av morgondagens flygande farkoster. Det handlar bland annat om en vidareutveckling av Gripensystemet, om obemannade flygande farkoster för både civila och militära applikationer, och om avancerade flygburna övervakningssystem.

Saab är ett av endast några få företag i världen med kunskap och förmåga att bygga och utveckla den här typen av komplexa och krävande system.

Det innebär att vi ständigt möter utmaningar i teknikens absoluta framkant. Utmaningar som bidragit till att vi idag har ett unikt kunnande inom flygteknik och en ovanligt lång erfarenhet av att få idéer att lyfta.

Så skapar vi morgondagens lösningar – här och nu. ● ● ● ●

