

TRÜKITÖÖSTUS - ROOTSI

Ülevaade turusuundumustest ja -võimalustest

Turu suurus, potentsiaalsete klientide hulk, võrdlus muude sektoritega

Rootsi rahvaarv on 9,48 miljonit, mis kasvab aeglaselt, kuid stabiilselt (2020. aastaks ennustatakse rahvaarvuks 9,7 miljonit). Rootsi on suurim Skandinaavia riik, küps ja tehnoloogiliselt väga arenenud koos uuendusliku tarbijaturuga, millel on väga eristuvad jooned:

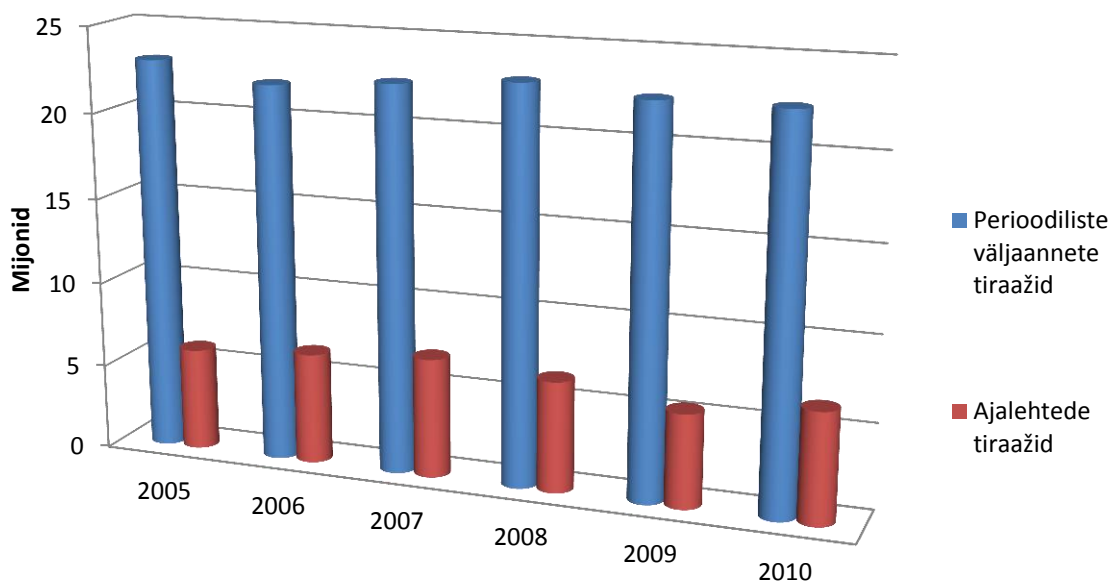
- *Rootsi summaarne maksu suhe SKT-sse on suuruselt teine (esikohal on Taani) ja määr on 45,8% SKT-st;*
- *kuna 70,7% töajast töötab teenuste sektoris ja 71,5% SKT-st tuleb samast sektorist, võib öelda, et Rootsi majandus on teenustekeskne. Samas on riigi tööstussektor (moodustab 26,6% SKT-st) tugev sellistes valdkondades nagu inseneriteenused, autotootmine, masinaehitus, tselluloosi- ja paberitooted, terasetootmine ja kemikaalid;*
- *valdkondi esindavate ametühingute esindatus kõikjal on Rootsil iseloomulik. Trüki- ja paberitööstuse töötajad võivad olla GS-i (gsfacket.se) liikmed – liikmeskond koosneb umbes 65 000 inimesest, graafika- ja puidutööde valdkondadest;*
- *riigi sotsiaaldemokraatlik ajalugu on avaldanud mõjud mõju õigusloomele ja tarbijate suhtumisele, pannes tõhusalt aluse väga asjaosaliste keskele suhtumisele, kus finantstehingute mõju tervele elanikkonnale ning ka väärtusahela teistele komponentidele (nt välismaiste tarnijate tööohutus, eetika, pingutused keskkonna säilitamise nimel, näiteks FSC-sertifikaadid paberi päritoluallikate kohta) peavad oluliseks nii ametkonnad kui ka lõpptarbijad.*

Trükitööstus ja sellega seonduvad teenused pakuvad Rootsis tööd umbes 16 000 inimesele (võrreldes umbes 3000 inimesega Eestis) ja need moodustavad ühe osa meediaärist. Trükitööd ja salvestusmeediumite taastootmine moodustas 2010. aastal Rootsis 2,2% tootmistoodangu koguväärtusest (NACE 2007 kood C18); paber- ja tselluloositoodete toodang (kood 17), mis on ajalooliselt Rootsis olnud samuti väga arenenud tööstus, kus kasutatakse muu hulgas märkimisväärselt imporditud Balti päritolu tselluloosipuitu, moodustas 6,8% tootmistoodangu koguväärtusest. Ettevõtete arvukusest lähtuvalt vaadatuna on trükitööstuse suurim sektor raamatute trükkimine ja muud tüüpi trükkimine (nt kataloogid), millega tegeleb üle 1600 ettevõtte, kuigi peaaegu enamik neist pakub tööd vähem kui 20 töötajale. Sellele järgneb trükile eelnevate teenuste segment, mille moodustasid 2010. aastal ligikaudu 700 ettevõtet. 2010. aastal oli umbes 30 ettevõtet seotud ajalehtede trükkimise ja 80 perioodilise väljaande ja ajakirja trükiga. Samas on need ettevõtted märkimisväärselt suuremad raamatute trükitööstuse ettevõtetest.

Trükitööstus Rootsis 2009. aastal	Töötajate arv	Netokäive (miljonites Rootsi kroonides)	Tootmis- väärtus (miljonites Rootsi kroonides)	Lisand- väärtus (miljonites Rootsi kroonides)	Brutoinves- teeringud (miljonites Rootsi kroonides)	Netoinves- teeringud (miljonites Rootsi kroonides)
Päevalehtede trükkijad	1 610	4 887	4 909	1 378	276	203
Perioodiliste väljaannete trükkijad	804	1 367	1 377	439	79	75
Raamatute trükkijad ja muude trükitööde tegijad	9 131	13 758	13 826	4 762	506	420
Trükieelsete teenuste ja meediale eelnevate teenuste tööstus	3 153	4 477	4 373	1 742	151	113
Raamatute köitmine	791	612	596	318	55	51
Kokku	15 489	25 101	25 081	8 639	1 067	862

Mahu ja kvantiteediga seotud suundumused

Perioodiliste väljaannete ja ajalehtede tiraažistatistika on küllaltki stabiilne hoolimata asjaolust, et suuremal osal väljaandjatest on samal ajal olemas ka veebiversioon oma ajalehtedest. Samas kätkevad endas suurt võimalikku muutust e-lugejad (need ei avaldaks mõju üldtiraaži arvule, kuid vähendaksid paberlehtede arvu), mis asendavad paberajalehti. Praegu moodustavad e-raamatud alla 1% kogu raamatuturust, kuid Rootsi on üks nendest riikidest, kus suurima tõenäosusega hakkavad e-raamatute ja e-ajalehtede müüginahud tõusma.



Tarbimise taganttõukajad

Ajalehed

Üle 75% rootslastest loeb ühte ajalehte iga päev. 2010. aastal oli valida 227 ajalehte vahel. Ajalehtede müüginumbrite aluseks on suuresti tellijad ning lehed toimetatakse kohale varahommikul. Ulatusliku kättesaadavusega on ka tasuta pakutavad ajalehed (tuntuim neist on Metro) ning nende tiraaž on üle miljoni eksemplari aastas.

Perioodilised väljaanded

Riigis levitatavate perioodiliste väljaannete arv on riigi kohta väga suur: see on stabiliseerunud üle 22 miljoni numbrini aastas. 2010. aastal moodustasid selle tiraaži 421 perioodilist väljaannet. Enamiku moodustasid televisiooni, elustiile, kuulsuseid, sisekujundust ja muid päevakajalisi teemasid käsitlevad ajakirjad. Rootslaste seltsivus ja küllaltki suured sissetulekute tasemed on tekitanud selles segmendis tugeva nõudluse.

Raamatud

Raamatukirjastajate käibed on vähenenud, kukkudes umbes 8500 miljonilt Rootsi kroonilt 2005. aastal 7500 miljoni Rootsi kroonini 2009. aastal. Tegemist on esimese sektoriga, millele e-lugereid mõju avaldasid. E-lugereid hakkasid Rootsis laiemalt levima 2005. aastal ning nende arv kasvab kiiresti, kuid raamatute müügiarvude vähenemist ei saa põhjendada ainult e-lugereite leviku kasvuga: hoolimata 177% suurusest e-lugereite müüginumbrite kasvust 2010. aastal müüakse alla 1% kõikidest raamatutest e-lugereite formaatides. Pigem on üha kiirenev elutempo kasvatanud tarbijate huvi perioodiliste väljaannete ja ajalehtede vastu Rootsis.

Pakkimine

Üha kasvav mure keskkonna pärast sunnib kasutusele võtma loodussõbralikumaid pakendeid. Rohelised sildid on üks väga hea viis toodete eristamiseks, et ettevõtted hakkaksid eelistama pealetrükiga pappkarpe või paberkotte näiteks plastkottidele poodides. Kasvav kiirtoidusektor (võileibade pakendid, paberist kohvitassid jne) kasutab samuti enamjaolt eri tüüpi pealetrükiga paberit ja papppakendeid.

Reklaam

Eeldatavalt kasvavad 2011. aastal reklaamikulud inimese kohta 2000 Rootsi kroonini. Tegemist on kümnendi kestnud kasvava suundumusega. Eestis on kulud umbes 500 Rootsi krooni inimese kohta. Suur juurdepääsetavus Internetile (95% rahvastikust on juurdepääs Internetile) ja sotsiaalmeedia olulisuse suurenemine muudavad reklaamimaastikku. Samas on peamised reklaamikanalid endiselt ajalehed, televisioon, raadio ja välireklaam. Digireklaamtahvlid on Stockholmis ja teistes suuremates linnades saamas uueks suundumuseks.

Tarbijakäitumine

Väljaandmissektori laiema määratluse kohaselt on valdkonnas umbes 4195 tegevettevõtet, mille müügimaht 2010. aastal oli umbes 60 miljardit eurot. Määratlus hõlmab nii kohalikke trükikodasid kui ka väljaandjaid ning mõlemast kategooriast võivad Eesti tarnijad endale kliente leida.

Tüüpilised kliendirühmad Eesti trükiteenuste pakkujatele oleksid järgmised:

- suuremahuliste tellimustega ärikliendid, näiteks ajalehed, perioodilised väljaanded ja raamatute kirjastajad;
- kohalikud tootjad, kes vajavad silte, pakendeid, reklaamesemeid, tooteteabe brošüüre ja flaiereid;

- nišiturule keskendunud kliendid, kes vajad spetsiaalseid tooteid, nt kohalikud reklaami- ja disainisektorid, mille hulka kuulub palju väikeseid ja keskmise suurusega stuudioid.

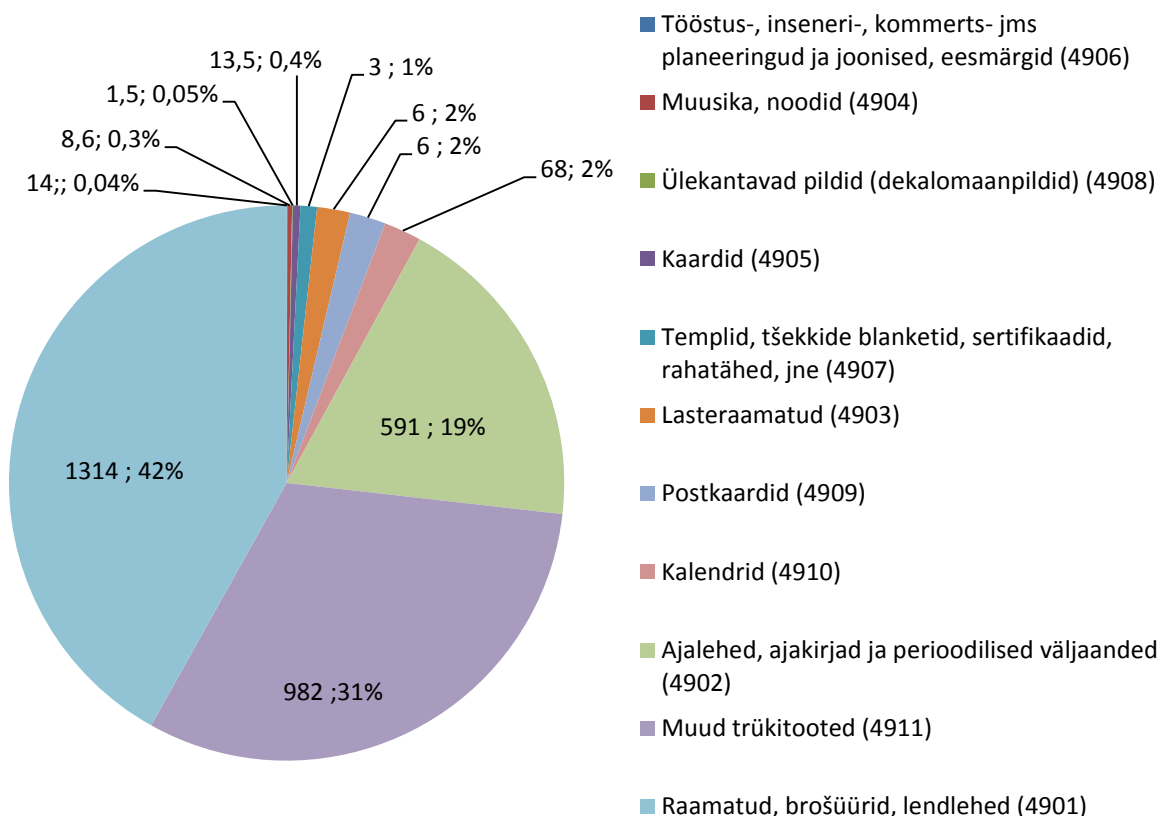
Täiendavad kindlad trükitööstuse kliendisektorid on:

- umbes 3500 ettevõtet toidu-, joogi- ja tubakatööstuses, kus müük oli 2010. aastal 65 000 miljonit Rootsi krooni;
- autode müük ja tootmine, masinatootmine, inseneriteenused ja kemikaalid, terasetootmine ning tselluloosi- ja paberitööstused: keskmise suurusega tööstus ja rasketööstus on Rootsi ekspordi selgroog;
- Rootsi disainitööstus alates kodu sisekujundusest, mööblist ja tekstiilist kuni kunstiobjektideni: väljaarenenud nišiturg väga kõrge kvaliteediga trükiteenustele.

Peamised impordiliigid

Rootsi olulisima impordikategooria moodustavad raamatud, brošüürid ja flaietid, millele järgneb muu trükitoodang (2010, CN-kood 4911), ajalehed, ajakirjad ja perioodilised väljaanded. Muud küllaltki suure väärtusega kategooriad on kalendrid, lasteraamatud, postkaardid ja templid, samal ajal kui muud tüüpi trükitee väärtus on palju väiksem: alla 1% väärtusest selles impordikategoorias.

2010. aastal Rootsi imporditud trükitee, CN-koodid 4901–49011, väärtuse alusel, miljonites kroonides (nelja numbriga CN-kood on sulgudes)



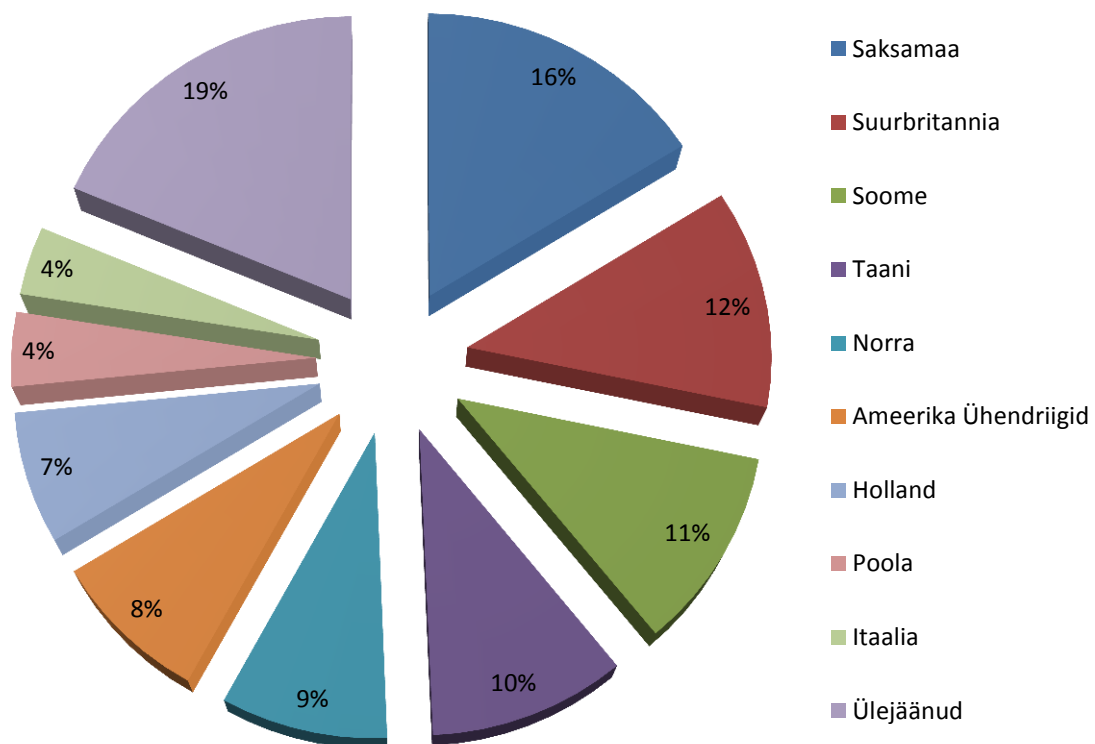
Suurim trükiteodangu Rootsi eksportija on Saksamaa (2010. aastal 508 miljonit Rootsi krooni ehk 16%), kes ekspordib peamiselt raamatuid, ajakirju ja muud tüüpi trükiteodangut. Saksamaale järgneb Suurbritannia (379 miljonit Rootsi krooni ehk 12%), kes on juhtiv raamatute eksportija Rootsi ja koguväärtus selles kategoorias 2010. aastal oli 260 miljonit Rootsi krooni. Teised Põhjamaad ehk Soome (kes on juhtiv ajalehtede eksportija), Taani ja Norra on eksportimisedetabeli kohtadel 3–5 ja jällegi raamatute, ajalehtede ja mitmes teises kategoorias: need moodustasid vastavalt 11%, 10% ja 9% kogu CN-koodid 4901–4911 impordist Rootsi 2010. aastal. Rootsi impordib ka USA-st (8%), Hollandist (7%), Poolast (4%) ja Itaaliast (4%). Ülejäänud riigid moodustavad alla 3% impordi väärtusest.

Eesti osa on ainult 1% Rootsi imporditavast trükiteodangust, edestades küll Leedut (< 0,7%), kuid jäädes järele Lätile (1,3%), kes impordis Rootsi 2010. aastal raamatuid kolm korda suuremas väärtuses kui Eesti. Seda seetõttu, et mõnel Läti trükikojal on juba olemas küllaltki hea sellesse piirkonda eksportimise kogemus, head kliendikontaktid ja kohalikud esindused.

Eesti peamised eksporditüübid Rootsi kuuluvad muu trükiteodangu kategooriasse (17,1 miljonit Rootsi krooni 2010. aastal) ning raamatute, brošüüride ja lendlehtede kategooriasse (11,7 miljonit rootsi krooni), samal ajal kui näiteks Läti ja Leedu ekspordivad peamiselt raamatuid, brošüüre ja lendlehti (vastavalt 35,6 ja 19,8 miljonit Rootsi krooni 2010. aastal).

Trüki- ja köitmiseelsete teenuste impordi väärtus ulatus 2010. aastal 132,2 miljoni Rootsi kroonini. Ekspordi väärtus selles kategoorias oli 40,4 miljonit Rootsi krooni.

Trükiteodangu peamised eksportijad (CN-koodid 4901–4911) Rootsi 2010. aastal impordi väärtuse suuruse järgi



Eesti eksportijate võimalused

Rootsi on väljaarenenud turg, mida iseloomustab küllaltki stabiilne tarbimine. Samas avaldavad uued elustiilisunad kohalikule klientuurile samasugust mõju nagu mujal Põhja- ja Lääne-Euroopas:

- *kaasavõetava toidu ja kohvi juurde kuuluvate pakendite ja trükitoodete järele on nõudlus üha kasvav, millest tulenevalt on vajadus lisafunktsioonidega ja täiendavat mugavust pakkuvate toodete järele ka trükitoodete valdkonnas;*
- *ringlussevõetavad kerged materjalid on väga kindlalt eelistatud kohaliku keskkonnateadliku klientuuri seas: 2009. aastal läks ringlusse 74,2% paberpakenditest (ületades paberpakendi ringlussevõtu organisatsiooni Returkartongi seatud eesmärgi, mis oli 65%);*
- *vananev rahvastik ja sageli ühe elanikuga leibkonnad (suurim ühe elanikuga leibkondade arv Euroopas) on sihtrühmaks ja reklaami sihtrühmaks näiteks toidutootjatele ning plastkaussides valmissupid, metallanumates mikrolainetoidud on kaupluste riulitel üha rohkem ruumi võtmas ja sageli ilma täiendava paberpakendita;*
- *77,6% rahvastikust on juurdepääs lairibaühendusele (2009. aasta andmed): üks suurimaid lairibaühenduste protsente EL-is, millest tulenevalt koondub suur osa reklaamituludest ja meediast veebi ning see avaldab omakorda mõju kohalikule trükitööstusele;*
- *etnilisusel põhinevatel rahvastikurühmadel on aastaid olnud Rootsis oma poed, kuid hiljuti on suuremad toidukaupade ketid lõppude lõpuks hakanud tähelepanu pöörama spetsiifilistele kohalikele rahvusrühmadele, pakkudes spetsiaalselt neile valmistatud tooteid.*

Rootsi riigimonopolide dereguleerimine toob tõenäoliselt kaasa mitmekesistumise ja konkurentsi eri turuosaliste vahel, millega kaasnevad uued ja mugavamad pakendid ning trükimaterjalid. Näiteks Apoteketi monopoolse staatuse kaotamine ravimisektoris (alates 2009. aasta juulist) loob nõudluse uute pakenditüüpide järele (nt kerged pigistatavad plasttuubid ebamugavate, suurte purkide ja pudelite asemel). Joogisektoris on standardiks kujunemas veinide PET-pudelid.

Reklaami ja disainisektoris on suhted ja maine väga olulised ning nendeni võib-olla raskem jõuda, kuid nad on stabiilsemad rahavoo tekitajad.

Eesti tarnijad saavad kiiresti pakkuda lahendusi Rootsi trükitööstuses toimuvatele ülalmainitud muutustele geograafilise läheduse ja sarnase äriideoloogia tõttu: nad suudavad kiiresti reageerida ja pakkuda uusi lahendusi, mida saab kiiresti muundada turundatavateks trükitoodeteks.

Konkurentsikeskkond

Peamised eksportijad, kohalikud tarnijad, klientide lojaalsus

Suurim kohalik trükiteenuste pakkuja on V-TAB AB: täisteenuse pakkuja: alates trükiteenustest (nt raamatud, ajakirjad, 35 piirkondliku ja üleriigilise levikuga ajalehte, millest suurimad on Svenska Dagensblad ja Aftonbladet, otsepost – kuni kolm miljonit teadet nädalas – ja üle 180 ajakirja) kuni trükile eelnevate teenuste ning digitaallahenduste ja mitmesuguste reklaammaterjalini välja. Käive on üle 240 miljoni euro, trükikodasid on üheksa ning iga päev trükitakse üle 70 000 lehe.

Suuruselt teine trükiteenuste pakkuja on kontsern Bold Printing, mis on neljast ettevõttest (Bold Printing Group AB, DNEX Tryckeriet AB, Boras Tidning Tryckeri AB ja Sydsvenskan Tryck AB) koosnev konglomeraat: Nad tekitavad sünergia tööstuse eri valdkondade vahel, et pakkuda oma klientidele täisteenust: ajakirjade trükkimine, raamatud, lendlehed ja muud materjalid. Teised suured ettevõtted Rootsis on Mittmedia Print AB, kes on spetsialiseerunud ajalehtede ja ajakirjade trükile, ning Pressgrannar AB, kes trükib peamiselt ajalehti, perioodilisi väljaandeid, erialaajakirju ja otseposti.

Klientide lojaalsus sõltub ettevõtte spetsiifikast: kui ajalehtede ja ajakirjade väljaandjatel on trükikodadega tavaliselt pikaajalised lepingud, siis mõne tootmisettevõtte pakendeid võidakse valmistada ka mitmes trükikojas. Sama kehtib raamatute kohta: kirjastajad otsivad uusi võimalusi ning võrdlevad kvaliteeti ja hindu, vaadates sageli Rootsist kaugemale.

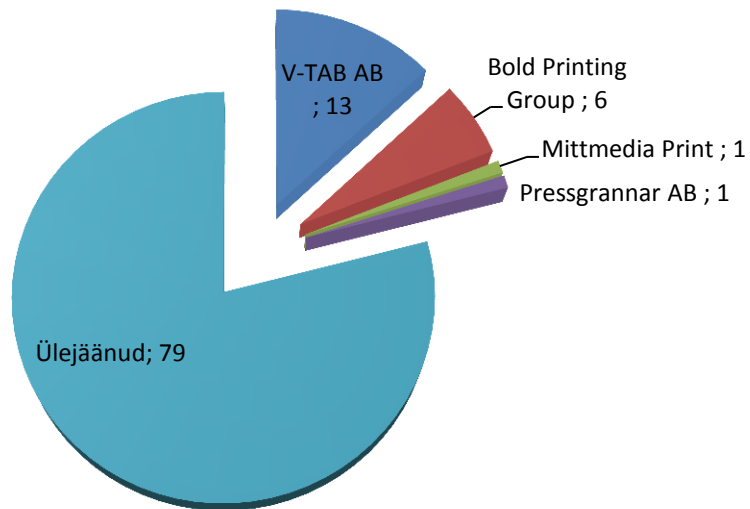
Eesti ettevõtete lähimad konkurendid asuvad Lätis. UnitedPress (spetsialiseerub perioodilistele väljaannetele) ja Livonia Print (raamatud) on Läti trükikojad, kellel on Skandinaavias parim maine. Nad ei rõhu mitte ainult kvaliteedi ja hinna (paljud trükiteenuste pakkujad suudavad selles vallas konkurentsivõimelised olla) olulisust, vaid ka oskust hästi suhelda ja klientidega pikaajalisi suhteid luua. Hoolimata arvukatest pakumistest Rootsi trükitoöstuste vahendajatel on need trükikojad otsustanud eksportida otse oma klientidest väljaandjatele Norras ja Rootsis ning spetsialiseeruda ühte tüüpi tootmisele ning kasutada moodsat tehnikat.

Suurima turuosaga ettevõtted

Bonnier on Rootsi meediasektoris juhtiv kontsern, andes välja päevalehte Dagens Nyheter, tabloidi Expressen ja ärisündmustele keskendunud päevalehte Dagens Industri. Äripäev kuulub sellesse ajalehtede kontserni, kes on esindatud ka CEE-s. Modern Times Group (MTG) on veel üks Rootsist alguse saanud rahvusvaheline väga mõjukas meediaettevõtte, kuid see on rohkem keskendunud televisioonile (Viasati kanalite kontsern). Samas oli MTG tasuta jagatavate ajalehtede kontseptsiooni üks alusepanijatest, alustades 1995. aastal Stockholmis Metroga. See kontseptsioon on nüüdseks levinud paljudesse riikidesse, kus MTG International toodab ja levitab tasuta ajalehti.

Nagu ülal mainitud, on juhtiv trükiteenuste pakkuja V-TAB AB (13%), kellele järgneb Bold Printing Group (6%). Nii Mittmedia Print kui ka Presgrannar AB käes on 1% turust (vt joonist 4). Üldjoontes võib öelda, et trükitoöstus on küllaltki heterogeenne ja turul on palju osalisi, nii nagu kõikjal Euroopas, kus trükkimine on ajalooliselt olnud väga heterogeenne turg, koosnedes peamiselt väikeettevõtetest, kus töötab alla 20 töötaja.

Rootsi trükitööstuse turuosad hinnanguliselt käibe alusel, 2010



Turule sisenemiseks vajalikud investeeringud

Tarnijatel peavad olema seadmed, mis võimaldavad tootega tegeleda alates trükiettevalmistusest kuni valmistooteni. IT-süsteemid peavad olema väga tõhusad ja kommunikatsioonivõrgustikud turvalised. Samuti tuleks välja töötada ka keskkonnapoliitika ja -normid. Eri standardite ja sertifikaatide omandamine on tõenäoliselt suur investeering. Tootmine piisavalt tõendatud ja heakskiidetud ökoloogiliste standardite kohaselt on väga oluline tegur, mille alusel Rootsi ettevõtted omale äripartnereid valivad. Ökomärgise Nordic Ecolabel taotlustasu on 20 000 Rootsi krooni (käibemaksuta) ja iga-aastase litsentsitasu suurus on trükikoja ostetava paberi kogus: põhimakse on 14 Rootsi krooni tonni kohta (Nordic Ecolabel märgisega paberi korral: 9 Rootsi krooni tonni kohta) ja maksimaalne piirtasu on 275 000 Rootsi krooni aastas.

Lisaks peab ettevõttel olema ka vastav hooldus- ja kliendisuhete võimekus. Kui ettevõtte seda pakkuda ei suuda, siis sobiva kogemuse ning vajamineva keeleoskusega ekspordijuht Põhjamaade tarbeks küsib netopalgaks 1000–2000 eurot kuus.

Üldised turunduskulud on ettevõtte veebilehe loomine, vajalikele Rootsis valdkonnamessidele ja -konverentsidele reisimine, et reklaamida ettevõtet ja korraldada potentsiaalsetele Rootsi ettevõtetele otsekülastusi äri otstarbel. Nende ärikülastuste korraldamise võib allhankena sisse osta kohalikest või Balti ekspordikonsultatsiooni ettevõttest. Sellisel juhul ulatuksid kulud 2–3 päeva pikkuse kohtumise korral umbes 3000–5000 euroni, millele lisanduksid reisikulud.

Organiseerides müüki läbi müügiesindaja, tuleb arvestada sellega, et nende vahendustasu varieerub vahemikus 0,5–2% tehingu summast olenevalt lepingu üksikasjadest.

Kui otsustatakse siseneda kohaliku esindaja palkamise teel, siis peaks ettevõtte teadlik olema Rootsi palgatasemest. InvestSwedeni andmete kohaselt on müügimehe keskmine kuupalk Rootsis 3892 eurot, mille hulka ei ole arvestatud sotsiaalkindlustusmaks (InvestSweden – www.investsweden.se).

Standardid, eeskirjad, sertifikaadid ja tollimaksud

SIS on Rootsi riiklik standardite organisatsioon, kes on seotud ka ISO-ga. TC 130 on graafikatehnoloogia tehniline komisjon, kelle töö haakub ISO tehniliste komisjonidega. SIS TK 434 on Rootsi graafikatehnoloogia tehniline komisjon ja ka ISO/TC130 aktiivne liige.

SIS TK 434 on kaubandusnõukogu BRS (Branschrådet för Standarder och Rekommendationer). BRS-i eesmärk on jälgida ja levitada teavet kaubandussoovituste ning teabe käsitlemist puudutavate standardiuuenduste kohta. Lisaks teeb nõukogu graafikatööstusele kasutoovaid ettepanekuid kasulike standardite väljatöötamise kohta ja on osaline nende väljatöötamisel. BRS-i liikmena on GFF aktiivselt seotud standardite väljatöötamisega.

Hetkel töötab GFF ühe ISO standardi projektiga, mille eesmärk on sõnastada rootsikeelsed suunised trükiprotsessi standardimiseks ISO 12647-2 standardi alusel. Suunised kogutakse kokku juhendisse pealkirjaga „CGP Certifierad Grafisk Produktion” (sertifitseeritud graafikatootmine).

Rootsi trükitööstuse olulisimad eeskirjad, nagu kõikjal Euroopas, on pakenditel kasutatava tindi eeskirjad. Direktiivis 94/62/EÜ keskendutakse kõikidele pakendiküsimustele ja sellega reguleeritakse pakendite tootmisel ning valmistamisel kasutatavate raskemetallide koguseid. Kuna tegemist on Euroopa Komisjoni dokumendiga, on seda kohaldatud juba ka Eestis. Toidupakendite normide aluseks on Euroopa Ülemkogu resolutsioon AP (89) 1, milles jällegi keskendutakse pakenditootmises kasutatavate raskemetallide kasutamise eeskirjadele.

Trükitööstuse olulisim standard on ISO 12647: juhised trükimasinatüüpide kohta, võttes arvesse kvaliteeti ja keskkonda.

Enamikul trükikodadest on ISO 14000 kvaliteedistandard, et tagada keskkonnakaitse, või ökomärgis, mis on vabatahtlik keskkonnasõbraliku tootmise standard. Turu olulisimatel osalistel on see standard praegu olemas. See on saadaval ka teistele EL-i ettevõtetele. Üldjoontes võib öelda, et enamik Rootsi klientidest avaldavad tootjatele survet, et nad pakuksid tooteid, mis on valmistatud keskkonnasõbralikul viisil.

Klientide muud enamjaolt kohustuslikud nõuded on FSC-sertifikaat ning võib-olla ka GRI 2000, ISO/PDTR 14062.4 2001 ja WBCSB 2000.

Tollimaksude puhul on oluline meeles pidada, et tavaline käibemaks on 25%, kuid raamatutel ja ajakirjadel on alandatud käibemaks, mis on 6%. Kauba sisenemisel Rootsi ei rakendu sellele muid tariife või teisi tollieeskirju. Rootsi tolliametilt on võimalik saada tolliteeninduspunktide loendit.

Turule sisenemine

Jaotuskanalid

Trükitööstuses on viis suurt kliendirühma:

- *mitmesuguseid tooteid – raamatud, ajakirjad ja ajalehti – välja andvad kirjastused;*
- *muud trükiettevõtted, kes vajavad mingisugust toodet, mida nemad näiteks ise toota ei suuda: seda nimetatakse lepinguliseks tootmiseks;*
- *muude toodete lõppkasutajad, nt toidukaupade ettevõtted, rõivatootjad, jaemüüjad, kes vajavad erisuguseid pakendeid, turvasilte jne;*
- *reklaamiagentuurid ja sõltumatult tegutsevad disainerid, kes vajad trükitoide oma klientidele;*
- *avaliku sektori kliendid – kohalikud omavalitsused ja riikide valitsused, ametkonnad ja asutused, kes kasutavad trükiettevõtete teenuseid.*

Trükkimine on ärisektor, kus on kolm peamist edasimüügi võimalust, nagu kirjeldatud peatükis „Turule sisenemiseks vajalikud investeeringud”.

- *Kasutades kohalikku müügiagenti (müügiesindaja) või trükiteenuste vahendajat.*
- *Otsemüük lõppklientidele, st Rootsi ettevõtetele paljudes sektorites.*
- *Lepinguline tellimuste täitja suuremale, kohalikule, spetsiifilistele teenustele pühendunud trükikojale, kes võib näiteks kindlatel perioodidel aastas vajada suuremat tootmisvõimsust (hooajalised tipunõudlusperioodid). Balti trükikojad otsustavad kõige sagedamini selle tegevuse kasuks.*

Eesti ja meie toodete maine

Eesti ja eesti toodete üldmaine on väga hea, toodete kvaliteeti ja üldisse suhtluse suhtutakse harva umbusaldusega. Samas on konkurentidel Rootsis ja Balti piirkonnas suurepärase maine ja seega ei saa toetuda Eesti kujundile kui peamisele müügiargumendile.

Turule sisenemise võimalikud strateegiad

Rootsi trükitööstuses on konkurents väga tihe: kui täisteenuse pakkumine on võimatu, siis tuleb kindlasti leida strateegilised partnerid või saada spetsiaalseid tellimusi täitvaks lepinguliseks tootjaks.

Valdkonnaspetsiifilised messid on üks võimalus üritada enda olemasolust Rootsis märku anda. Samas tuleks messidel osaleda umbes 3–4 aastat järjest, et usaldusväärsus tekitada.

Alternatiiv on luua ettevõtetega otsekontakt ja pakkuda neile võimalust kohtuda kokkulepitud messil või neile külla minna. Sellise kaubandusmissiooniteenuse saab samuti allhankena sisse osta Balti või Rootsi turu-uuringu ja ekspordikonsultatsiooni ettevõtetelt.

Veel üks võimalus turule sisenemiseks on üritada kasutada kohalike agentide või trükiteenuste vahendajate teenuseid, makstes neile vahendustasu iga eduka tehingu eest. Samas sõltuvad tulemused palju sellest, millises seisus Eesti trükikoda Rootsis on: kui ainult ühega paljudest ettevõtetest tehakse äri läbi vahendaja, siis võib juhtuda, et tellimused jäävad ebaregulaarseteks ja trükikoja olek turul ebaselgeks. Seega ei tohiks esindajaga kogemuse puudumise korral allkirjastada ainuõiguslikke edasimüügilepinguid, et vältida enda ainuõiguslikku sidumist passiivse edasimüüjaga.

Mis aitab tarnijaks saada?

Äriviisiite saab teha inglise keeles, kuid rootsi keele mõningane oskus võib olla eelis. Nagu varem mainitud, on ökomärgisest kindlasti kasu. Kogemus Põhjamaade klientidega (nt sobiva kogemuse või isegi sobivate kontaktidega müügijahi palkamine) tuleb samuti kasuks. Keskendudes asjaosalistele ja tagades pikaajalise strateegia, paindumatu eetika ning hea suhtlustava, saab luua hea tarnija-kliendi suhte.

Osalemised valdkonnaspetsiifilistel messidel ja regulaarsed külastused turule võivad aidata säilitada positiivset suhtlust ja suurendada teadlikkust ettevõttest.

Missugused üritused ja messid on tõhusaks turustamiseks tähtsad?

Eesti eksportijatele pakuksid huvi mõned pakenditööstuse üritused:

- **Skydd & Sakerhetsmassa-Malmo** on pakendite tarnijate, siltide valmistajate ja keskkonnasõbralike pakendite tarnijate kohtumispäik. mess toimub 8. veebruaril 2012. Osalustasu on umbes 45 000 Rootsi krooni olenevalt stendi suurusest;
- **Scanpack** on Skandinaavia suurim pakendimess, mis toimub 2012. aasta 23. oktoobril Göteborgis. Osalustasu (käibemaksuta) on umbes 30 000 Rootsi krooni;
- **Pakk & Emballage 2012** toimub 2012. aasta 18. aprillil (osalustasu on umbes 50 000 Rootsi krooni);
- **Foodtech** – toimub samuti 2012. aasta 18. aprillil;
- **Göteborgi raamatumess** 27.–30. septembril 2012.

Mis puudutab üldisi tootetarnijate messe, siis kõige suurema lisaväärtusega on mess MOTEN and EVENTS, kus kohtuvad tarnijad kõikjal Rootsist, et tutvustada oma kõige uuemaid tooteid ja tootearendusi. 2012. aastal toimub mess 14. märtsil ja käibemaksuta osalustasu on 27 500 Rootsi krooni.

Riigihanked

Rootsi riigihankeid reguleerib riigihankeseadus ja EL-i direktiiv, mille nurgakivi on kaupade vaba liikumine EL-is. Riigihangete puhul on väga oluline meeles pidada, et jällegi eelistab valitsus pakkumusi, kust on näha, et tooted on valmistatud väga keskkonnasõbralikult.

Riigihangetest saab ülevaate veebilehelt www.avropa.se (haldab riigi riiklike ostude administratiivteenuste asutus), kus on olemas Rootsi riigihanked, või lisades ennast tellijaks sellistele eraveebisaitidele nagu näiteks www.offentligaupphandlingar.se, <http://se.mercell.com/> või www.opic.com.

Lingid ja kontaktid

Sektoripõhised ja valitsusallikad

Rootsi statistikaamet: www.scb.se

Riiklik kaubandusamet: www.kommers.se

Rootsi tolliamet: www.tullverket.se

Rootsi müügiagentide liit: www.agenturforetagen.se

Rootsi kaubandusföderatsioon: www.svenskhandel.se

Rootsi meediakirjastajate liit: www.tu.se

Euroopa trükitööstuse liitude konföderatsioon: www.intergraf.eu

Rootsi graafikaettevõtete liit: www.grafiska.se/web/english.aspx

Ökomärgise kodulehekülj: www.svanen.se/en/EU-Ecolabel

Rootsi keskkonnakaitseagentuur: www.naturvardsverket.se

Rootsi konkurentsiamet: www.kkv.se

Riigihanked: www.offentligaupphandlingar.se

Riigihankeseadus: www.kkv.se/upload/Filer/ENG/Publications/Public_procurement_intro.pdf

Meedia

Dagens Industri: www.dagensindustri.se

DN: www.dn.se

Fri Köpenskap: www.fri-kopenskap.se

Göteborgs Posten: www.gp.se

Servicehandlaren: www.servicehandlaren.se

Affars Varlden: www.affarsvarlden.se

Aftonbladet: www.aftonbladet.se

Bensin och Butik: www.bensinochbutik.se

Dagens Handel: www.dagenshandel.se

Dagens Media: www.dagensmedia.se

Üldine teave

Kaubandusvaldkonna otsingumootor: www.largestcompanies.com

Kaubandusvaldkonna otsingumootor www.allabolag.se

Kaubandusvaldkonna otsingumootor: www.proff.se

Kasulikud aruanded

Euroopa Ajakirjanduskeskus aruanne Rootsi meediamaastiku kohta:

www.ejc.net/media_landscape/article/sweden/

Rootsi keskkonnaagentuuri aruanne trükitööstuse kohta (rootsi keeles):

www.naturvardsverket.com/Documents/publikationer/620-8206-X.pdf

Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus (EAS)

Registrikood 90006006

Lasnamäe tn 2, Tallinn 11412

Tel: 6279700, faks: 6279701

eas@eas.ee

www.eas.ee