

TRÜKITÖÖSTUS – NORRA

Ülevaade turusuundumustest ja -võimalustest

Turu suurus, potentsiaalsete klientide hulk, võrdlus muude sektoritega

Norra on arenenud, jõukas ja soovitud turg paljudele eksportijatele. Rahvastiku arv on 4,94 miljonit ja riiki iseloomustavad olulisimad tunnused on järgmised:

- *tegemist on Euroopa ühe harvemini asustatud riigiga, kus majandustegevuse keskusteks on lõunas olevad linnad, näiteks Oslo ja Bergen, ning kus põhjapoolne osa on suur, väherahvastatud ja logistiliste probleemidega;*
- *kuuludes Euroopa Majanduspiirkonda (EMP), aga mitte ELi, peab Norra kinni ELi normidest ja enamikust majanduseeskirjadest;*
- *Norra SKT inimese kohta on Euroopas Luksemburgi järel suuruselt teine: riigi rikkuse aluseks on rikkalikud loodusvarad (nafta- ja gaasimaardlad merel) ja arenenud tööstus;*
- *Norralased väärtustavad isiklikku aega, millele viitab asjaolu, et enamik ettevõtteid alustab tööd 8.00 hommikul ja lõpetab töö 16.00 ning neile meeldib väga ka oma riigi rikkalik loodus, reisimisvõimalused, kultuuripärand ja demokraatlikud väärtused.*

Norra suurimad tootmistööstuse segmendid 2010. aasta esialgsete käivete põhjal on:

- *toiduained, joogid ja tubakas: 157 miljardit Norra krooni;*
- *metallid: 85 miljardit Norra krooni;*
- *masinad ja seadmed: 72 miljardit Norra krooni;*
- *rafineeritud kütus, kemikaalid, ravimid: 64 miljardit Norra krooni;*
- *laevad, paadid ja naftaplatvormid: 60 miljardit Norra krooni.*

Trükitööstuse toodangumaht on lähedane betooni ja tsemendi tootmisele, paberi tootmisele ning puidu ja plasti tootmisele. 2010. aastal tegutses trüki- ja taastootmistööstuses 1374 ettevõtet ja töötajaskond oli 7090 inimest. 2010. aastal müüsid Norra trüki- ja taastootmistööstuse (CN-kood 18) ettevõtted toodangut 11 170 miljoni Norra krooni eest.

Trükitööd ja salvestatud meedia taastootmine, Norra	2007	2008	2009	2010
Ettevõtete arv	1 492	1 653	1 524	1 374
Töötajaskond	8 238	8 032	7 519	7 090
Käive (miljonites Norra kroonides)	12 242	12 571	11 049	11 170
Tootmisväärtus (miljonites Norra kroonides)	11 993	12 312	10 856	10 907
Kaupade ja teenuste ost kokku (miljonites Norra kroonides)	7 356	7 575	6 768	6 726
Palgad (miljonites Norra kroonides)	2 938	3 154	2 734	2 772
Brutoinvesteeringud (miljonites Norra kroonides)	578	341	475	298

2011. aastal müüdi neli korda nädalas ilmuvaid ajalehti ja perioodikat kokku 117,4 miljonit eksemplari, samal ajal kui raamatuid, brošüüre ja lendlehti (rohkem kui üks leht) müüdi 18,1 miljonit eksemplari.

2010. aastal trükiti kõige rohkem ajalehti, ajakirju ja perioodilisi väljaandeid, mille müügi väärtus ulatus 1,71 miljardi Norra kroonini. Neile järgnesid müügikataloogid ja reklaammaterjalid (2010. aastal oli müügi väärtus 979 miljonit Norra krooni).

Trükikaubatüüp	Müügi väärtus 2010. aastal miljonites Norra kroonides	Väärtuse % müüdü trükitoodetest ja teenustest
Paberajalehed, -ajakirjad ja perioodilised väljaanded	1 712	38,4%
Raamatud, brošüürid, lendlehed, sarnased trükitooted ja lasteraamatud	497	11,2%
Müügikataloogid ja müügiks kasutatav reklaammaterjal	979	22,0%
Kaardid, postkaardid, mängukaardid, pildid, disain ja fotod	25	0,6%
Muud trükitooted	658	14,8%
Muud graafilised teenused	586	13,1%
Kokku	4 457	100 %

Mahu ja kvantiteediga seotud suundumused

Norra trükiteöstuses tegutseb stabiilselt umbes 1400 ettevõtet, kuigi ennustatakse väikest langustrendi. See avaldab omakorda mõju sektori töötajaskonna arvule, mis samuti järk-järgult langeb. Muud indikaatorid, näiteks käive, palgad, ostud ja brutoinvesteeringud, viitavad tööstuse konsolideerumisele. Reklaam ja pakendid on mõnevõrra stabiilsemad sektorid, kuid tervikuna on turg viimase kolme aasta jooksul konsolideerunud.

Norras on umbes 250 uudisteagentuuri üle 400 töötajaga ning aastase kogukäibega üle 700 miljoni Norra krooni. Kliendikulutuste perspektiivist vaadatuna tundub, et viimaste aastate jooksul on Norra olnud pidevalt ja stabiilselt kasvav turg, kuid seda peamiselt tänu stabiilsele hindade kasvule segmendis.

Norra, 2010, miljonid Norra kroonid (hinnad praegu)	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Tarbijate kulud ajalehtedele, ajakirjadele, raamatutele ja kontoritavetele	15 119	15 856	17 144	17 525	18 209	19 190

Tarbimise taganttõukajad

Võrreldes teiste riikidega on Norras ajalehtede lugejaskond olnud väga suur: umbes 550 koopiat 1000 elaniku kohta, kuid viimase kümne või rohkema aasta jooksul on see arv stabiilselt kahanenud. Ajalehed on üritanud kohaneda, võttes kasutusele tabloidide formaate ning muutnud sisu ja stiiljuhiseid. Sellegipoolest on ajalehed turul praegu, pärast majanduskriisi, ebastabiilses olukorras ning mõned on väikeste reklaamimahtude ja veebist lugemise trendi kasvamise tõttu oma tegevuse isegi lõpetanud.

Peaaegu 95% elanikkonnast on juurdepääs Internetile ja seega muutuvad ajalehed kiiresti digitaalseks: VG uudiste veebilehe igapäevaste lugejate protsent rahvastikust on juba 37,6%. Mure keskkonna pärast aitab samuti kaasa elektrooniliste uudiste formaatide populaarsuse kasvule. Tegemist on üha kasvava suundumusega. TNS Gallup intervjuueeris vahemikus august 2009 kuni juuli 2010 170 ajalehte ning kaks kolmandikku väitis, et nende paberlehtede müük kukkus (kokku –7% lugejaskonnast), ja ainult 15 lehe müük suurenes. Üleriigilise levikuga ja üksikmüügiga ajalehtede mahud vähenesid kõige rohkem. Sel aastal kaotas VG 137 000 lugejat ehk 12,6% lugejaskonnast ja Dagbladet kaotas 15,5% oma lugejaskonnast. Mõnevõrra paremini läheb tellijatega ajalehtedel, nt Aftenposten, mis on hetkel suurim ajaleht, kaotas ainult 5% oma lugejaskonnast. Hetkel on turul 220–230 ajalehte (see pole 2003. aastast palju muutunud), kuid aasta lõikes müüdavate eksemplaride arv on vähenenud kolmelt miljonilt 2003. aastal keskmiselt 2,7 miljonile 2008. aastaks. Kõige populaarsemad ajalehed on VG ja Dagbladet (2008. aastal olid tiraažid vastavalt 285 000 ja 125 000). Ärilehed kuuluvad omaette kategooriasse ja levinud on mõne erakonna (nt sotsiaaldemokraadid, kristlased jne) arvamusleht, nagu ka piirkondlikud lehed (Aftenposten Oslos, Bergens Tidende Bergenis jne).

Raamatute kirjastamine on samuti languses, mis on osalt tingitud kiiremast elutempost, kuid mõneti ka seetõttu, et heliraamatud ja e-raamatud on turuosa juurde võitmas. Paberraamatute kirjastamine on kahanenud alla 7000 teoseni aastas. Selle tulemusena vähenes raamatute kirjastate arv 2009. aastal 555 kirjastajani. 2009. aastal müüdi raamatuid kokku 25 miljonit eksemplari (–2% võrreldes 2008. aastaga). Harivate raamatute sektori väljavaated on paremad ning seal ennustatakse isegi väikest kasvu. Täiskasvanutele mõeldud Norra ilukirjandus kasvas samuti hiljuti, kuid kõige paremad on näitajad Norra lasteilukirjanduse kategoorias, kus 2009. aastal täheldati 23% suurust müüdü ühikute kasvu ja 10% suurust käibe kasvu.

2009. aasta raamatumüügist moodustasid registreeritud kirjastajad 70%, ülejäänud kirjastajad 13%, raamatute importijad 7% ja raamatuklubid 10%. Huvitaval kombel avaldavad ametühingud ja -liidud, kes on Norras väga võimsalt esindatud, palju trükiteodangut ja lisaks on turul ka lai valik akadeemilist perioodikat: need kaks segmenti on Norras rohkem arenenud. Lisaks võib Norra arenev loomemajandus kujuneda uueks ja kindlaks kliendisegmendiks. Sektoril on ametkondade toetus ja riiklik rahastus ning kasv on hoogu võtmas: peaaegu 34 000 ettevõtet ja 120 000 töötajat (2009).

Tarbijakäitumine

Norras loeb ajalehti kolm inimest neljast. Päevalehtede lugemine on rohkem levinud kõrgharidusega inimeste seas ning nädalalehed on populaarsemad naiste ja vanurite seas. 2009. aastal ajalehtede lugejaskond siiski natuke langes: 72%-lt 68%-le. Languse põhjuseks on pühapäevalehed, veebiväljaanded ja tasuta jagatavad ajalehed (kuigi viimaste osakaal on Norras endiselt marginaalne). 2008. aastal oli 72% rahvastikust oma majapidamisse tellinud kas ühe või mitu ajalehte. Perioodika lugejaskond on samuti veidi langenud. Naised loevad meestest kaks korda rohkem nädalaväljaandeid või ajakirju.

Raamatukogud on populaarsed – iga norralane laenutab rahvaraamatukogust aastas keskmiselt 5,1 raamatut või muud meediakandjat. Samas võtavad ka nemad kasutusele digitaalformaate ja digiteerivad miljardeid dokumente.

Kuna Norra majapidamised on küllaltki jõukad, saavad nad suure osa oma sissetulekust kulutada sekundaarsetele vajadustele: näiteks kulutavad nad ainult 11% oma sissetulekust toidule ja söövad üha sagedamini väljas. Vananev rahvastik ja kasvavad jaemüügikäibed Internetis on veel ühed selged Norra suundumused.

Ökosõbralik pakend on standard (pappkarbid, paberkotid jne) ka endiselt kasvavas kiirtoidu segmendis (võileibade pakendid, paberist kohvitassid). Tervis ja heaolu on Norras oluline ja pidev elustiilitrend ning ametkonnad toetavad tugevalt mahetootmist.

Tüüpilised trükiteenuste kliendirühmad on:

- *ajalehtede, perioodika ja raamatute kirjastajad;*
- *tootjad, kes kasutavad trükiteenuseid siltide, pakendite ja muu teabe trükkimiseks oma toodete kohta ning ka ettevõttega seonduva teabe, näiteks turvasiltide ja reklaamtoodete, trükkimiseks;*
- *kliendid, kes vajavad igasugust trükimeediat: erakliendid ja ühekordsed kliendid, inividid või ettevõtted koos seminaride, konverentside, meelelahutus- ja muusikasündmuste, festivalidega jms.*

Norra toidu- ja joogitööstus peidab endas märkimisväärset potentsiaali. 2009. aastal olid sissetulekud 146 664 miljonit Norra krooni. 2009. aastal tegutses toidu- ja joogisektoris 2375 ettevõtet. Lisaks on paljutootav ka kaubanduskataloogide segment: paljud era- ja avaliku sektori agentuurid reklaamivad Norrat. Riigi turismitööstust reklaamib näiteks riiklik äritegevuse arendamise agentuur Innovation Norway läbi VisitNorway portaali ning ettevõtted, nagu Nortrade, avaldavad mitmesuguseid tööstusülevaateid ja levitavad neid rahvusvaheliselt.

Peamised impordiliigid

Norra impordib peamiselt trükitooteid ja -teenuseid: impordimäär on umbes neli korda suurem ekspordimäärast. Peamised impordikategooriad on raamatud, brošüürid ja lendlehed (CN-kood 4901) – koguväärtus oli 2010. aastal üle miljardi Norra krooni – ning muud trükitooted (CN-kood 4911), mille koguväärtus oli üle 1361,1 miljonit Norra krooni 2010. aastal. Raamatute, brošüüride ja lendlehtede (CN 4901 kategooria) impordi koguväärtus 2010. aastal oli 1011,6 miljonit Norra krooni. Juhtivad tarneriigid olid Suurbritannia (20%), Rootsi (17%), Saksamaa (10%), Taani (9%), Läti (8%), Hiina (6%) ja Poola (5%). Eesti osakaal Norra raamatuimpordist on napilt alla 1%.

Teises olulises impordirühmas nimetusega muu trükimeedia moodustavad kauba- ja müügikataloogid olulise osa (820 miljonit Norra krooni), mida tarnitakse peamiselt Rootsist (väärtusega 210 miljonit Norra krooni), Taanist (172 miljonit Norra krooni), Saksamaalt (175 miljonit Norra krooni), Soomest (55 miljonit Norra krooni) ja Hollandist (34 miljonit Norra krooni).

Muud impordikategooriad on palju väiksemad kui raamatud ja muud trükitooted, nt ajalehtede ja perioodika impordi väärtus 2010. aastal oli ainult 19,5 miljonit Norra krooni; 40% mahust tuleb Rootsist, 24% Suurbritanniast, 12% Saksamaalt ja veel pea 12% Taanist. Ülejäänud tarneriigid moodustavad alla 3% kategooria CN 4902 impordiväärtusest.

	Impordiväärtus 2010. Aastal (miljonites Norra kroonides)	% kogu imporditud trükitoodete mahust (CN-rühmad 4901– 4911)
Raamatud, brošüürid, lendlehed (CN-kood 4901)	1011,6	39,2%
Ajalehed, ajakirjad ja perioodilised väljaanded (4902)	19,5	0,8%
Lasteraamatud (4903)	30,7	1,2%
Muusika, noodid (4904)	5,9	0,2%
Kaardid (4905)	29,8	1,2%
Tööstus-, inseneri-, kommerts- jms planeeringud ja joonised, eesmärgid (4906)	1,3	0,1%
Templid, tšekkide blanketid, sertifikaadid, rahatähed, jne (4907)	0	0,0%
Ülekantavad pildid (dekalomaanpildid) (4908)	10,4	0,4%
Postkaardid (4909)	64,0	2,5%
Kalendrid (4910)	48,4	1,9%
Muud trükitooted (4911)	1361,1	52,7%
Kokku	2582,7	100 %

Konkurentsikeskkond

Peamised eksportijad, kohalikud tarnijad, klientide lojaalsus

Raamatute, brošüüride ja lendlehtede (CN 4901 kategooria) impordi koguväärtus 2010. aastal oli 1011,6 miljonit norra krooni; juhtivad tarneriigid selles kategoorias olid Suurbritannia (20%), Rootsi (17%), Saksamaa (10%), Taani (9%), Läti (8%), Hiina (6%) ja Poola (5%). Eesti osakaal Norra raamatuimpordist on napilt alla 1%.

Teises olulises impordirühmas nimetusega muu trükimeedia moodustavad kauba- ja müügikataloogid olulise osa (820+ miljonit Norra krooni), mida tarnitakse peamiselt Rootsist (väärtusega 210+ miljonit Norra krooni), Taanist (172+ miljonit Norra krooni), Saksamaalt (175+ miljonit Norra krooni), Soomest (55+ miljonit Norra krooni) ja Hollandist (34+ miljonit Norra krooni).

Teised impordikategooriad on palju väiksemad kui raamatud ja muu trükitoodang. Näiteks ajalehtede ja perioodika impordi väärtus 2010. aastal oli pea 19,5 miljonit Norra krooni; 40% sellest mahust tuli Rootsist, 24% Suurbritanniast, 12% Saksamaalt ja ülejäänud peaaegu 12% Taanist. Ülejäänud tarneriigid moodustavad alla 3% kategooria CN 4902 impordiväärtusest.

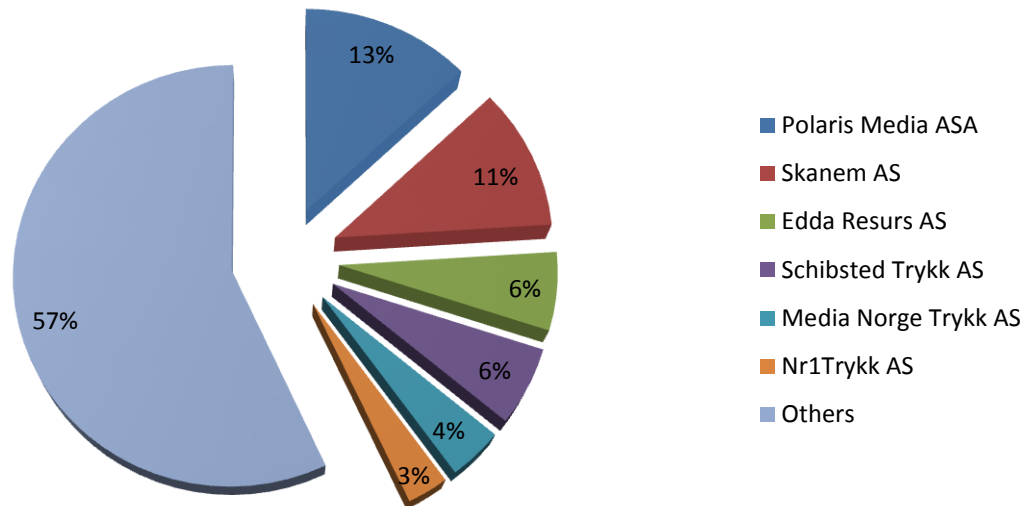
Suurima Norra siltide trükiteenuse pakkuja on SKANEM AS, kes ekspordib ka Rootsi, Venemaale, Taani, Suurbritanniasse, Hiina jne. Lisaks on ettevõttel SKANEM AS tootmisüksusi 12 riigis. Veel üks mõjukas ettevõte on konglomeraat Polaris AS, mille omandis on kümme ajalehte, kus on suur reklaamiosakond ja trükikoda pakendite ning raamatute trükkimiseks. Teised kaks mõjukat trükiettevõtet on Schibsted Trykk AS (kuulub Schibstedi meediakontserni, mis on ka Balti ettevõtete omanik) ja Nr1Trykk AS, mis trükib peamiselt ajalehti ja reklaammaterjale. Edda Ressurs AS, osa Media Team ettevõttest, on samuti oluline osaline. Tegemist on ajalehega, kes tegeleb ka trükiprojektidega.

Norra kliendilojaalsus trükiteenustuses on küllaltki huvitav: enamik ajalehti ja raamatute kirjastajaid omavad ka trükikodasid, mistõttu ei osta nad tõenäoliselt seda teenust sisse. Olukord on küllaltki erinev aga reklaamivaldkonnas, kus mõnel ettevõttel on oma trükikojad, mõned soovivad sõlmida pikaajalisi lepinguid ja mõned valivad trükikodasid iga projekti jaoks uuesti hinnapakumiste ja teiste kriteeriumite järgi. Raamatute kirjastamist ostetakse sageli sisse lähiriikidest, mida on võimalik näha ka peatüki alguses olevast statistikast.

Suurima turuosaga ettevõtted

Nagu tabelist näha, on trükitööstuse suurimad turuosad eelmainitud Polaris Medial ja Skanemil (vastavalt 13% ja 11%) Edda Resurs ja Schibsted Trykki ees, kellel mõlemal on turuosa 6%, ja Nr1Trykk, kelle turuosa on 3%.

Norra trükitööstuse turuosad käibe alusel, 2010



Turule sisenemiseks vajalikud investeeringud

Turule sisenemiseks vajalikud investeeringud on esmalt seotud eri standardite ja sertifikaatide hankimisega ning tootmise keskkonnasõbralikuks korraldamisega. Tegemist on väga olulist tingimustega, kuna Norra on juhtiv riik ettevõtetele kehtestatavate keskkonnakaitseõuete poolest. Nordic Ecolabel on üks tuntumatest ökosertifikaatidest ja seda on võimalik taotleda soovitud riigi veebilehel Ecolabel olevate kontaktide kaudu. Taotlus maksab 16 000 Norra krooni ja pikendustaotlus maksab 8000 Norra krooni. Märglise aastatasu sõltub kasutatud paberi mahust. Tasu on lähedane Rootsi tasule, umbes 1,5 eurot tonni eest. Kontrollkülastusreisid EL-i piires maksavad 4000 Norra krooni.

Üldised turunduskulud sõltuvad tarnija valmidusest: ettevõtte veebileht (kohustuslik, kuigi see ei pea ilmingimata olema norrakeelne, kuna suured ettevõtted kasutavad väga palju ärikeelena inglise keelt), reisimine vajalikele messidele, et reklaamida ettevõtet, ning ärikülastuste korraldamine potentsiaalsete Norra klientide juurde.

Organiseerides müüki läbi müügiesindaja, tuleb arvestada sellega, et nende vahendustasu varieerub vahemikus 0,5–2% tehingu summast olenevalt lepingu üksikasjadest. Enamik Balti eksportijatest kalduvad tegema koostööd Norra kontaktidega otse, sest müügiagentide aktiivsus varieerub ja see ei kindlusta tellimuste stabiilsust.

Standardid, eeskirjad, sertifikaadid ja tollimaksud

Norra on kasutusele võtnud standardi ISO 12647, mis seab olulised eeskirjad selle kohta, milliseid trükimasinaid tuleks kvaliteedi ja keskkonna seisukohalt kasutada. Teine keskkonnastandard on ökostandard ISO 14000.

Norra keskkonnapoliitika on maailmas kõige laiaulatuslikum ja põhjalikum. Esiteks on olemas määrus heitkoguste ja tootmistehnoloogiate kohta. Teiseks on olemas määrus kõikide maksude, tasude, tariifide jms kohta ning kolmandaks on määrus ka vabatahtlike kinnituste ja ökomääruste kohta. Mõned Norras kasutatavad märgised on näiteks DIN Geprüft (tintidele), Greenguard ja Nordic Ecolabel (ökosertifikaadid) ja FSC-märgis keskkonnasõbraliku paberi tootmise kohta.

Tollimaksude puhul on oluline meeles pidada, et käibemaks on 25%, kuid raamatutele, osale perioodikast ja ajalehtedest käibemaks puudub. Kuna Norra ei ole ELi liige, ei ole riik kohustatud oma maksupoliitikat harmoniseerima ja ainus olemasolev määrus kehtestab, et Norra Euroopa Majanduspiirkonna liikmena peab kinni pidama kaupade ja teenuste vabast liikumisest ning seega ei ole trükitoodetele tollimakse kehtestatud.

Turule sisenemine

Jaotuskanalid

Trükitoöstuses on viis peamist jaotuskanalit. Esiteks kirjastajad, kes annavad välja erisuguseid tooteid – raamatud, ajakirjad ja ajalehed. Teiseks muud trükiettevõtted, kes vajavad mingisugust toodet, mida nemad ise näiteks ei saa toota – seda nimetatakse lepinguliseks tootmiseks. Kolmandaks muude toodete lõpptootjad, nt toidukaupade ettevõtted, rõivatootjad jne. Need tootjad vajavad erisuguseid pakendeid, turvasilte jms tooteid. Neljas kategooria on reklaamiagentuurid ja sõltumatud disainerid, kes vajavad oma klientide jaoks trükiteenuseid. Viimane kategooria on valitsused, kes kasutavad trükiettevõtteid kontoriteenuste tarbeks.

Eesti eksportijate võimalused ning riigi ja toodete maine

Norras imporditud raamatute ja sarnaste trükitoodete (CN-koodid 4901–4911) väärtus 2010. aastal oli 1101,6 miljonit Rootsi krooni. Läti osakaal sellest oli 7,7%, Poola osakaal 5%, Leedu oma 4%, kuid Eesti oma natuke alla 1%. Võttes arvesse asjaolu, et Eesti kogueksport Põhjamaadesse on suurem kui Läti kogueksport, on võimalik trükitoodete eksporti selgelt kasvatada, kui Norra turg võetakse samamoodi sihtturuks, nagu seda on teinud Eesti metallitööstus.

Selleks et korrata näiteks Läti trükikodade küllaltki häid kliendisuhteid Norra klientidega, tuleks kliendisuhetesse investeerida ja neid aastate jooksul arendada. Läti trükikojad UnitedPress (perioodikale spetsialiseeruv) ja Livonia Print (raamatud) on seda edukalt teinud ning nüüd keskenduvad nad Skandinaavia ekspordile, mis moodustab nende käibest kuni 90%.

Norra kasvav loometööstus (tekstiil, videomängud, sisekujundus), välja arendatud munitsipaalettevõtted (nt keskkonnasõbraliku energia tootmise valdkonnas), avaliku sektori asutused riigi tasandil ning isegi mõned spetsiaalsed raamatukirjastamise segmendid (nt kiiresti kasvav lasteraamatute valdkond) on head sihtsektorid võimekatele trükikodadele.

Lisaks võivad Norra stabiilsed ja väljakujunenud klastrid olla head kontaktisõlmed: Norra tippkeskused (küpsemad ja arenenumad klastrid) ja Arena programmi projektid (noored ja dünaamilised klastrid).

Tehnilisest perspektiivist vaadatuna on kuni 50% kogu trükimaterjalist tehtud ofsettrükiga. Ülejäänud 50% jaotub sügavtrüki (10% trükitoodetest), fleksotrüki (22%) ja digitaaltrüki (10%) ning teiste tehnoloogiate vahel. Ofsettrükki iseloomustab langustrend, kuid digi- ja fleksotrüki tõusutrend. Üks hilisematest arengusuundadest on olnud integreeritud märgiste suurem kasutus, mis on veekindlamad ja seeläbi suurendavad tootesiltide kvaliteeti.

Eesti ei ole suutnud Norra trükitoöstuses veel mainet kujundada. Kuna Eesti naaber Läti on tööstuses tuntud ja hinnatud, on Eestil siiski väga hea võimalus saavutada samasugune staatus, keskendudes oma strateegias Skandinaaviale, hankides vajalikud sertifikaadid ja tagades toodete väga hea kvaliteedi, lühikesed täitmisajad ja õigeaegsed tarned.

Turule sisenemise võimalikud strateegiad

Sarnaselt Rootsiga on Norra ettevõtted väga suured ja pakuvad täisteenust ning kohandatavat disaini. Seetõttu on nende mastaabisäästud väga suured ja nende maine väga hea, muutes uutele tulijatele turule sisenemise väga keeruliseks.

Norras on võimalik saada turuosa, luues tütarettevõtte või palgates kohaliku müügiesindaja. Isegi kui kohaliku esindaja olemasolu lihtsustab tarnija ja kliendi suhtlust, loetakse seda esmasel turule sisenemisel riskantseks strateegiaks ja see nõuab suuri investeeringuid.

Ekspordi käivitamiseks võib olla lihtsam turule siseneda läbi kohaliku partneri (kirjastaja, raamatute trükkija või lõpptarbija – klienditoodete valmistaja).

Mis aitab tarnijaks saada?

Vaadates, kuidas mõjukaimad trükikojad ennast positsioneerivad, võib väita, et nad püüavad pakkuda lühemaid täitmisaja ja mitte keskenduda nii palju hinnale. Norralastele on hinnast olulisem stabiilne kvaliteet, head suhtlustavad ning hea ärisuhe, mida võib usaldada. Seetõttu eelistavad norralased sageli kohalikke ettevõtteid. Seega on edu saavutamiseks vaja mõista, et tuleb pakkuda tervet teenusepaketti, et klient huvituks partneri vahetusest, ning säilitada fookus pikaajalisele partnerlussuhtele, mitte kiirele müügile. Viimast võidakse tõlgendada isegi ebaprofessionaalse käitumisena või isegi solvanguna.

Missugused sündmused ja messid on tõhusaks turustamiseks tähtsad?

Norra Tööstusmess on põhisündmus, mille külastamisest võib kasu tulla. Tegemist on tipptasemel ärimessiga, kus kõik tootjad ja teenusepakkujad kohtuvad ning koostöö üle arutavad. Järgmine mess toimub 2013. aasta 23. septembril. See kestab neli päeva ja külalisi käib tavaliselt üle 11 000.

Kaks kasulikku pakendimessi on **Pakk & Emballasje Norge** (2012. aastal 14.–15. veebruaril Oslos) ja **Nef-Dagene** (<http://messe.no/no/NEF-dagene/>), mis 2012. aastal toimub samuti veebruaris. Mõlemal messil käib palju pakendite ostjaid ja tootjad ning eesmärk on lihtsustada koostööd ja vahetada teadmisi.

Norra kaks suurimat raamatumessi on **Lillehammeri kirjandusfestival Norsk Litteraturfestival** (igal aastal maist juunini, www.litteraturfestival.no) ja Oslo raamatumess (igal aastal novembris, www.forleggerforeningen.no).

Grafiske Dager on Norra trükitoöstuse mess, mida korraldatakse Lillestromis. 2011. aastal toimus see vahemikus 30. märts kuni 1. aprill, kuid uue messi kuupäevi pole veel avaldatud.

Riigihanked

Norra riigihankeid reguleerib riigihanke seadus kooskõlas EMP ja WTO lepingutega. Seetõttu kohaldab Norra riigihangete direktiive, mille Euroopa Liit 2004. aasta vastu võttis.

Enamik valitsusasutuste trükiteenuste kommunaalhankeid haldab SELLIHCA QUALIFICATION, Achilles Systems AS, mis koordineerib hankeid ja haldab kõiki taotlusi. Kõik sellised pakkumised pannakse tavaliselt üles iga aasta lõpus (november ja detsember). Teiste projektide, näiteks aruannete ja kaartide trükkimise, kuid ka teabelehtede ja aastaruannete trükkimise hangete ülespanekuga alustatakse iga aasta oktoobris ja lõpetatakse detsembri või jaanuari keskpaigas.

Viimaseid hankeid on võimalik näha aadressilt www.proff.no/anbudss

Lingid ja kontaktid

Sektoripõhised ja valitsusallikad

Norra statistikaamet: www.ssb.no

Riiklik kaubandusamet: www.nortrade.com

Norra tolliamet: www.toll.no

Norra maksuamet: www.skatteetaten.no

Norra toimetajate liit: www.nored.no

Euroopa trükitööstuse liitude konföderatsioon: www.intergraf.eu

Norra meedianõukogu: www.medietilsynet.no

Teavet keskkonna kohta: www.environment.no

Äritegevuse otsingumootor: www.proff.no

Riigihangete andmebaas: www.english.doffin.no

Riigihangete amet: anskaffelser.no/index.html

Norra graafikaliit: www.ssb.no

Ekspordi konsultatsioonid: www.gatewaybaltic.com

Meedia

NRK: nrk.no

Hegnar: www.hegnar.no

E24: e24.no

Dagbladet: www.dagbladet.no

Nyhetera: www.nyhetera.se

Vg.no: www.vg.no

Aftonbladet: www.aftonbladet.se/nyheter/

Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus (EAS)

Registrikood 90006006

Lasnamäe tn 2, Tallinn 11412

Tel: 6279700, faks: 6279701

eas@eas.ee

www.eas.ee