

Digitalt printnettverk av internasjonal klasse

- korleis kan it-bedrifter i distrikta utvikle eit funksjonelt samarbeid?

- Øyvind Heimset Larsen, Vestlandsforskning
- Torbjørn Årethun, Jon Gunnar Nesse, Leif Longvanes, HVL



WESTERN NORWAY RESEARCH INSTITUTE
VESTLANDSFORSKING

www.vestforsk.no

Fjordkonferansen, Loen, 20. juni 2019

Bakgrunn

- I 2018 skipa verksemdene Avery Dennison NTP (Luster), Digital Etikett (Luster) og Printfarm.no (den digitale satsinga til Skrivargarden, Årdal) eit bedriftsnettverk støtta av Innovasjon Norge.
- Alle tre verksemdene ligg langt framme når det gjeld digitalisering, og dekkar ulike segment i marknaden, slik at dei kan utfylle kvarandre. Målet er vidare vekst, og å bli best i Norden innan digital printing.
- Vi ønskjer å følgje dette nettverket over tid og gjere analysar knytt til sentrale funksjonar i bedriftsnettverk og utfordringar ved lokalisering i distrikta.
- Dette er ei naturleg oppfølging av våre tidlegare undersøkingar av IT-etableringar utanfor sentrale strøk, der fem bedrifter vart brukt som case.

Sogn Avis,
7. mai 2018



OPPSTART: Mod slette frå Innovasjon Noreg starta desse no opp eit digitalt printnettverk. Frå òyvind Aga, Printfarm.no, prosjektleiar Atle Stalheim, Kjøtt Hovland, Digital Etikett AS og Tom Dyrdal, Avery Dennison NTP AS.

Nettverk skal gjera dei best i Norden

■ ■ Trongt nålauge ■ ■ Same bransje, ulike segment

GAUPNE: Avery Dennison NTP og Digital Etikett i Luster har saman med Printfarm.no i Årdal skipa eit nytt digitalt printnettverk.

Målet er å verta best i Norden.

Innovasjon Noreg løyver inntil 2 250 000 kroner over tre år til prosjektet.

– Det var mange søknadar, og det er eit trøngt nålauge for å koma inn i nettverkprogrammet til Innovasjon Noreg. Så me er veldig glade for at dei ynskjer å støtta prosjektet vårt, seier prosjektleiar Atle Stalheim.

– Det er første gang Innovasjon Noreg støttar eit digitalt printnettverk.

Tysdag var dei tre verksemdene og prosjektleiaren samla

i Gaupne hjå Digital Etikett for formelt oppstartmøte. Og dei har mykje til felles.

– Verksemdene er alle langt framme innan digital produksjon, og har satsa tungt både i investeringar i utstyr og produktutvikling. Og dei har litt lik bedriftskultur, seier Stalheim.

Avery Dennison NTP produserer transfermerke, Printfarm.no trykte produkt, og Digital Etikett produserer etikettar. Same bransje, men ulike segment.

– Me har mange felles utfordringar og same ambisjonar om vekst. Eg trur det er største sjansen for å lukkast om me arbeider saman, seier Tom Dyrdal i Avery Dennison.

– Dei ynskjer å lære av kvarandre.

– NTP er gode på eksport, Printfarm.no er gode på teknologi og trykktekniske utfordringar. Dei kan me lære om

frå dei. Kvifor skal og sitja òlne og fundara på kva utviklinga vil visa nokre år fram, når me er fleire som driv med det same og kan finna det ut i lag, seier Kjøtt Hovland i Digital Etikett.

Vil verta best

Ambisjonen er å verta best i Norden på digital produksjon av grafiske produkt. Dei har sett opp nokre område dei meiner er viktige. Det grunnleggjande er samarbeid. Dei ynskjer å vera opne med kvarandre og òlra vekslar på kvarandre. Teknologi og innovasjon er andre ting dei vil fokusera på. I tillegg skal dei ha eit eksternt fokus.

– Når ein går i det daglegg så kan det vera vanskeleg å løfta blikket og sjå framover. I lag kan me klara det betre, seier Dyrdal.

– Dei meiner målet om å verta best er realistisk.

– Det kan høyrast ambisiøst ut, men det er godt mogleg å få til. Grunnlaget er alt lagt, sidan alle verksemdene òlra ligg langt framme når det gjeld digitalisering, seier Stalheim.

Veslebror

Printfarm.no er den digitale satsinga til Skrivargarden AS i Årdal. Dei driv med kommersiell print i form av alt frå visittkort til hafte og bøker.

– Me er kanskje litt veslebror her, og har mykje å lære. Men me satsar ganske likt med dei andre. Dette nettverket er veldig viktig for å utvikla bedrifta vår vidare, både i høve teknologi, arbeidsprosessar og mot marknaden, seier Øyvind Aga.

Han meiner dei også har ein jobb å gjera saman for å gjera kundane merksame på fordelane det er med digital trykking.

– Det er nok ikkje alle som har skjena kva som er mogleg med å trykkja digitalt.

Viktig støtte

Det vart gjort forsøk for nokre år sidan på å laga eit nettverk med fleire verksemdar, men det stoppa opp av ulike årsakar.

– Det har vore eit aukande samarbeid, og me har brukt litt tid på å finna ut kva me ville med nettverket, seier Tom Dyrdal.

At dei no har fått støtte frå Innovasjon Noreg gjør at dei kan samanst mair jamlag i eit forpliktande samarbeid over tid. Og så kan dei ta seg råd til å ha Atle Stalheim som prosjektleiar.

– Min jobb vort å sergja for framdrift, og at me oppnår målsøtjinga vår.

Wenche Schenke Eikum
wenche@ognat.no

Føremål

- Føremålet er å knyte saman teori og empiri når det gjeld *bedriftssamarbeid* og *lokaliseringsårsaker* for å kome med fruktbare innspel til næringsutvikling i distrikta.

Teorigrunnlag

- **Generelt trippel/multippel helix, teoriar om nettverk/klynger/innovasjonssystem på ulike nivå**
- **Spesifikt teori om nettverksfunksjonar (inkluderer teori om nettverksfordelar, kompetanse, innovasjon, legitimitet, ressursutvikling, ekstern nytte, etc.)**
- **Lokaliseringsteori, ruralitet**

Problemstillinger

- **Korleis kan samarbeid mellom bedrifter redusere ulempene ved rural lokalisering, og på kva måte kan den rurale lokaliseringa vere ein styrke?**
- **På kva stadium, på kva måte og av kven får nettverket den støtta til vekst og utvikling som dei opplever behov for?**
- **Er det utover rural lokalisering andre særtrekk av betydning i dette unge bedriftsnettverket? T.d.:**
 - Korleis jobbar nettverket med felles teknologisatsing og korleis jobbar den einskilde med digitalisering og automasjon, og eventuelt robotisering?

Metode

- **Primærdata: Kvalitative data frå personlege intervju**
 - Har laga intervjuguide basert på problemstillingane
 - Vi kan tenkje oss to intervjurundar, i 2019 og 2020
 - Kven skal intervjuast: Nøkkelpersonar i dei tre bedriftene og prosjektleiar. Andre: IN og FK, både gamle Sogn og Fjordane og nye Vestland?
 - Så langt er berre prosjektleiar intervju
- **Sekundærdata**
 - Resultat av søk i atekst
 - Opplysningar om bedriftene frå Brønnøysund-registra

Om bedriftene

- [Avery Dennison NTP](#)
- [Digital Etikett](#)
- [Printfarm.no](#)
- **I tillegg til dei tre kjerneverksemdene, er nokre andre bedrifter knytte til nettverket. Dette gjeld: Sogndal Fotball, Lerum, ACG i Sverige og Norrøna. ACG er ein partner når det gjeld leveransar av styringssystem og teknisk utstyr**

Førebelse resultat- Forskingsspørsmål 1

- **Ulempe ved rural lokalisering: Avstanden til marknaden.** «Ja, avstanden til marknaden er heilt klart ei kjempeutfordring, og vi lever i ei verd der kravet til snøgg levering aukar, og vil auke. Og du konkurrerer med bedrifter som ligg langt tettare på kundane enn det du gjer i Gaupne».
- **Ulempe ved rural lokalisering : Tilgang på spisskompetanse, men utstrekt bruk av digitale løysingar reduserer denne ulempa.** På dette område hjelper nærleiken til regionsenteret Sogndal som dreg til seg høgkompetent arbeidskraft mellom anna som følgje av at staden er eit senter for fjellsport og tilgrensande aktivitetar.
- **Fordel ved rural lokalisering. Stabil arbeidsstyrke er ein fordel med å vera lokalisert ruralt.**
- **Fordel ved rural lokalisering. Eksotisk ved å produsere høgteknologiske produkt i storslagne omgjevnader i ei avsidesliggande grend.** «....så det er noko med imaget som du skapar då, med å produsere i ein vestlandsfjord, nesten der ingen skulle tru at nokon kunne bu og langt mindre at det er muleg å produsere digitale etikettar for ein internasjonal marknad. Så du blir jo litt sånn, eksotisk, kanskje, skal ein bruke det uttrykket, både nasjonalt og internasjonalt. Du har ein faktor som skil seg litt ut».
- **Fordel ved rural lokalisering. Samarbeid og transparens. (lettare å..?) Vera tydeleg og ærleg på kva produkta inneheld, korleis produksjonen er lagt opp, kva produksjonsmetodar som vert nytta, korleis transporten og logistikken er organisert og kva arbeidsvilkår som gjeld.** Dette gjer det mogleg for kundar og leverandørar å måle bedrifta sitt fotavtrykk og i kva grad ho følgjer FN sine berekraftsmål. «Samarbeid og transparens, altså gjennomsiktighet, det vil marknaden og kundar vere opptatt av».
- **Merk at respondenten sjølv trur ikkje at nettverkssamarbeid er ein avgjerande faktor for å avhjelpe ulempene ved ei rural lokalisering.**

Førebelse resultat- Forskingsspørsmål 2

- **Nettverket får støtte fra Innovasjon Norge på 750 000 i året.**
- **I tillegg får einskildverksemder i nettverket støtte gjennom skattefunn-ordninga og kommunale næringsfond.**
- **Offentleg støtte til norske selskap som er del av eit internasjonalt konsern, kan og gje ein viktig signaleffekt til konsernleiinga. «Det er ikkje det at dei får ut hundre eller to hundre tusen, men det er signaleffekten inn i konsernet som er ekstremt viktig, for der sit det folk borte i USA og dei blir obs på at her får faktisk den norske filialen støtte frå kommunen, sant, og då fortener filialen sin posisjon og er viktig».**

Førebelse resultat- Forskingsspørsmål 3 a

- **Felles og enkeltvis teknologisatsing og digitalisering?**
 - Digital Etikett er i fronten når det gjeld digitalisering. Gjev store konkurransefordelar då stordriftsfordelane er monaleg mindre med digital enn med analog etikettproduksjon. Då kan små verksemdar vera like konkurranseduglege som store også fordi små seriar gjer det mogleg å spesialtilpassa produkta til einskild kundar/kundegrupper.
 - NTP, derimot, produserer sports- og arbeidstøy i større skala. Her er det digitalisering av arbeids- og produksjonsprosessar for å auka kvaliteten som er hovudfokuset. Miljømedvitne kundar etterspør dokumentasjon kring kjemikaliebruk og avfallshandtering.
 - For Printfarm er fleksibilitet nøkkelordet. Frå å vera eit tradisjonelt lite trykkeri til å basera seg på prinsippet om print-on-demand (direktetrykk) frå India. Kunden tingar i dag, med levering i morgon.

Førebelse resultat- Forskingsspørsmål 3b

- **Særtrekk, og raske vinstar, etter dei fire første månadane nettverket har vore aktivt:**
 1. Digital arbeidsflyt,
 2. Bruk av laserteknologi som i større grad muleggjer skreddarsaum mot kundar og kundegrupper. «Ulik teknologi, laserteknologien muliggjer individualisering på ein heilt annan måte, eller som det heiter, meir customization and personalization».
 3. Logistikk. Betre nettverkssamarbeidet som kompensere for sjeldnare varesortering i Oslo og færre postomberingsdagar. «Sjølv om du kuttar ned på produksjonstida i Gaupne med tolv timer pga auka grad av digitalisering, så hjelper ikkje det når Bring sluttar å sortere varer i Oslo på natta, og Posten no seier at dei ikkje skal distribuere meir enn tre dagar i veka».
 4. Den eine verksemda endra sitt produksjonsstyringssystem for avvikshandtering etter å ha sett korleis dette systemet verka hjå ei av dei andre verksemdene i nettverket.
 5. Har hatt samarbeid om å auka innsatsen knytt til miljø og kvalitet for å appellere meir til ungdomar. «Milleniumsgenerasjonen er svært opptekne av kvalitet og miljø, og at bedriftene er transparente og miljømedvitne. Så dei faktorane der er utruleg viktige, og vi har diskutert ein del om korleis vi skal bevege oss i retning av å leggja meir vekt på miljø og berekraft».

Vidare arbeid

- **Tema for vidareutvikling av nettverket**

- Samarbeide på område som kvar einskild verksemd korkje har kompetanse eller kapasitet til å utføre åleine. Dette gjeld samarbeide om berekraft. «Og der tenkjer eg det vil vere naturleg å kople seg enten mot Vestlandsforskning eller HVL».
- Samarbeide djupare på område innanfor digitalisering. «Her tenkjer eg mest på type CRM og andre styringssystem».
- Bør utvide nettverket til også å femne om det teknologiske miljøet i Bergen, for å stimulere til auka innovasjon på teknologisida. Ambisjonen er at nettverket om 3 – 5 år kan utgjere navet i ei innovasjonsklyngje i Sogn og Fjordane med koplingar til Fou-miljøet i regionen. «Då har du alle faktorane som gjer at Innovasjon Norge og andre offentlege aktørar lettare kan seie at her, her har vi noko, interessant».
- Nettverket og nettverksaktørane skal vera opptekne av og ha kunnskap om forventa utviklingstrekk som kan ha innverknad på marknaden dei arbeidar innanfor. Då må nettverket søkja denne kunnskapen. «Så ergo må vi jo ut og lære av dei som first movers når det gjeld endringar, slik at vi raskare kan implementere desse og dermed auke konkurransekrafta ved at vi er først ute med å ta den posisjonen regionalt eller nasjonalt. Det er den enkle tenkinga rundt dette».

- **Tema for kartlegginga: Nye intervju, sekundærdata, samanlikning med tidlegare forskning og data frå andre nettverk og verksemdar i regionen.**



Spørsmål, idear, innspel?