



Elintarvikeviennin näkymät 2018

Annaleena Soult, ohjelmapäällikkö, Food from Finland

Esa Wrang, elintarviketoimialan johtaja, Food from Finland

3.11.2017, Tampere



Food from Finland -kasvuohjelma



Tavoitteena Suomen elintarvikesektorin viennin kasvattaminen

- käynnistynyt syyskuussa 2014
- Finpron johtama
- Rahoittajina TEM, MMM ja TEKES

Laaja yhteistyöpohja:

- TEM, UM, MMM
 - Elintarviketeollisuusliitto
 - VNK, Tekes, MTK, Evira, Visit Finland
 - Muut yhteistyökumppanit, palveluntuottajat ja konsultit
-
- Food from Finland-kasvuohjelman toimintaan on osallistunut jo noin 130 elintarvikealan yritystä
 - Virallisia jäsenyrityksiä Food from Finland kasvuohjelmalla on 108 kpl.



Mitä Food from Finland tekee?



- Konkreettisia suoraan kohdemarkkinoille tähtääviä toimenpiteitä yhdessä yritysten ja yhteistyökumppaneiden kanssa
- Suomen yhteisosasto vuosittain 12-14 ammattimessuilla maailmalla
- 10-15 omaa ostajatapahtumaa kohdemarkkinoilla tai Suomessa
 - Fact finding-matkat kohdemarkkinoille
 - Delegaatiomatkat, yhteistyö suurlähetystöjen kanssa
 - Meet the buyer –tapahtumat Suomessa; ostajia kutsutaan Suomeen
- Jakelukanavien aktiivinen avaaminen verkkokaupassa, pilottina Kiina
- Koulutuksia ja valmennuspäiviä
- Kuluttajatapahtumat yhdessä Visit Finlandin kanssa
- 3- 4 mediavierailua Suomeen + mediatilaisuuksia maailmalla
- 2-3 verkostoitumistilaisuutta Suomessa
- Yhteensä noin 40 tapahtumaa vuodessa



Foodex-messut, Japani 03/2017



Food from Finland ja Visit Finland yhteistyössä



Citti-vähittäiskaupan kampanja Saksassa 04/2017

- 100 suomalaista elintarviketta (20 yritystä) myynnissä Citti-marketeissa ja Lieferlonto-nettikaupassa vuoden ajan
- Kampanjaviikko 19.-25.4. Enjoy Finland-Reinste Natur esitteli suomalaista ruokaa, ja Suomea matkailukohteena
- Pääteemana Suomen puhdas luonto



- Kilpailu CITTIN asiakkaille; palkintomatka Suomeen
- Kampanjasivut Visit Finland-sivustolla: <http://www.visitfinland.com/de/food-from-finland/>
- Markkinointi ja viestintä: kampanjakonsepti, lehdistötiedotteet, Lebensmittelzeitung artikkeli, video (versiot), monikanavamarkkinointi (Citti/ FB, FFF, VF, Finpro, Good News from Finland)

Suomalaisen ruoan ja juoman vahvuudet



- Maailman puhtain vesi, puhdas maaperä (vähän torjunta-ainejäämiä), puhdas ilma (70 % maaperästä on metsää)
- Eksoottisuus, arktinen luonto, metsä ja villit tuotteet
- Ruokatuotannon korkeat standardit
- Innovatiivinen tuotekehitystyö, erityisesti terveysvaikutteisissa tuotteissa
- Ei tarttuvia eläintauteja, ei salmonellaa, vähäinen antibioottien käyttö. Eläinten hyvinvointi korkealla tasolla
- Ruokaturvallisuuden taso erinomainen



*Maailman
turvallisin ja
terveellisin ruoka
tulee Suomesta!*

Innovatiiviset suomalaiset tuotteet



- Turvallinen ja puhdas suomalainen liha ja lihajalosteet
- Innovatiiviset maitotuotteet ja jalosteet



Terveelliset,
innovatiiviset
viljatuotteet:

- erityisesti kauratuotteet
- ruistutuotteet ja snacksit
- ohramaltaat

Allergiavapaat tuotteet
Free From:

- gluteenittomat
- laktoosittomat
- maidottomat



Villimarjoihin perustuvat
tuotteet:

- mehut, smoothiet
- välipalat, jälkiruoat
- marjapohjaiset raaka-aineet

Raikkaat, innovatiiviset juomat:

- erikoisolut
- long drinks
- juomamixit
- siiderit
- marjaliköörit
- vodkat, marjavodkat
- craft alkoholijuomat



Food from Finland kohdemarkkinat

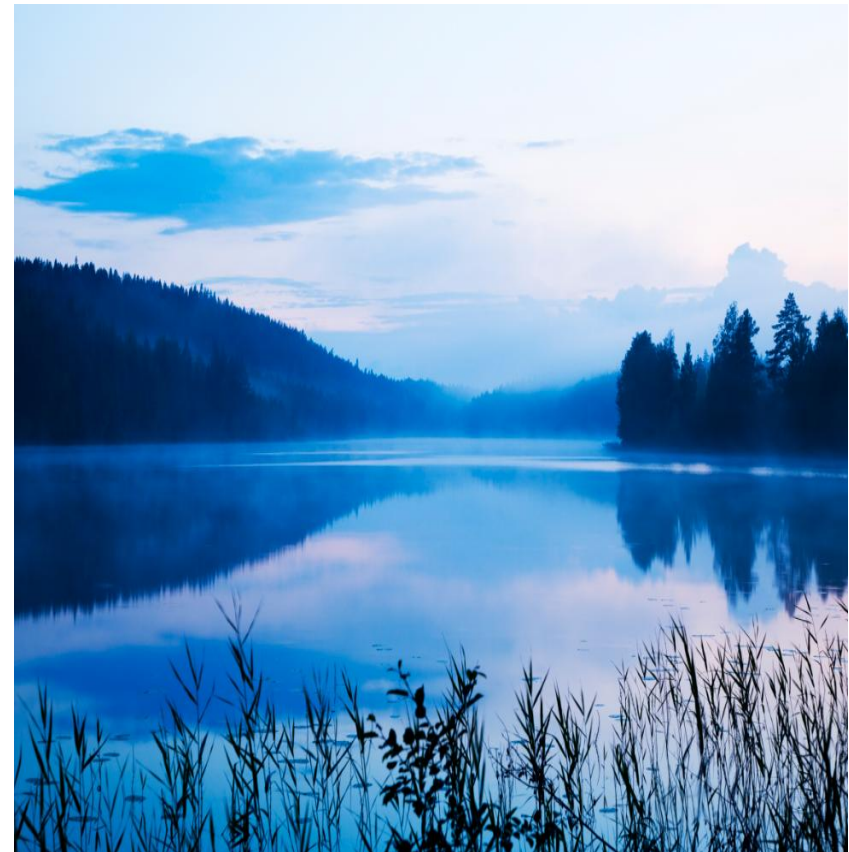


Ensisijaiset:

- Saksa
- Pohjoismaat
- Itä-Aasia (Kiina & Hongkong, Japani, Etelä-Korea)

Toissijaiset:

- Muut Euroopan maat (Ranska, Italia, Espanja)
- Saudi-Arabia, Arabiemiraatit
- Etelä-Afrikka, Singapore?
- USA
- Venäjä (toistaiseksi)



Kohdemarkkinoiden yhteiset nimittäjät



Suomalaiset elintarvikkeet

- korkealaatuisia
- innovatiivisia
- turvallisia
- luonnollisia
- puhtaita
- kaukana
-kalliita

Kohdemarkkinat

- hintatasoltaan korkeita
- laatutietoisia
- terveystietoisia
- usein nopean talouskasvun maita
- arvostavat luonnollisuutta ja turvallisuutta



Esimerkki toiminnastamme uusilla vientimarkkinoilla : Etelä-Korea



- Pohjoismainen ostajataapahtuma + mediatapahtuma
- FFF ostajataapahtuma + Verkostoitumistilaisuus



- Liha- ja olutpromotapahtuma Lotte-ketjun ravintolassa
- Pohjoismainen ostajataapahtuma + Marjapromo medialle

- Innovaatioseminaari + mediatapahtuma
- Pohjoismainen ostajataapahtuma + verkostoitumistilaisuus + mediatilaisuus

- Tavoitteet: herättää mielenkiintoa ja tehdä suomalaiset elintarvikkeet tunnetuksi
- Luoda kontakteja ostoportaaseen ja esitellä suomalaiset yritykset
- Tukea markkinoille saatujen tuotteiden myyntiä
- Tukea suomalaisia viranomaisia maahantuontilupaprosesseissa



Tuloksia tähän mennessä:

- Useat suomalaisyritykset löytäneet jakelijan Etelä-Koreasta (arvio 15-20)
- Suomalaisten tuotteiden maahantuojaan ”klubi”, Finpro Korea
- Hyvä kontaktiverkosto muotoutunut
- Useita artikkeleita mediassa

Pohjoismainen ostajatapahtuma & Marjapromootio



Soul, Etelä- Korea 6.-8.11.

Pohjoismainen ostajatapahtuma 6.-7.11.

- Tutustuminen Etelä-Korean elintarvikemarkkinaan ja vähittäiskauppaan
- Ennalta sovitut, yrityskohtaisesti räätälöidyt ostajatapaamiset
- Järjestetään yhdessä muiden Pohjoismaiden kanssa



Pohjoismainen ostajatapahtuma & Marjapromootiotilaisuus



Soul, Etelä-Korea 6.-8.11.

- Tavoite tehdä tunnetuksi suomalaisia marjatuotteita sekä vauhdittaa niiden myyntiä
- Marjojen ja marjatuotteiden esittely, pienimuotoinen kokkauskurssi
- Toimittajille ja bloggareille
- Osa FFF-marjaklusterin toimintaa

@FoodFromFinland #nomfinland facebook/nomfinland



Food from Finland 2018

Alkupaloja



Suunnittelu täydessä käynnissä
Ammattimessut:

- FFF-osasto varattu, ilmoittautumiset käynnissä
 - Biofach, Nürnberg 14.-17.2.2018
 - Gulfood, Dubai 18.-22.2.2018
 - Foodex, Tokio 6.-9.3.2018
 - SIAL Shanghai 17.-19.5.2018
 - Bar Convent, Berlin 8.-10.10.2018



Yritysten kiinnostusta kartoitetaan



MADE Paris

20.-21.3.2018

<http://www.madeparis.com/>

Seoul Food and Hotel, Etelä-Korea

1.-4.5.2018

http://www.seoulfoodnhotel.co.kr/2009_IFIES_allworld/index.asp

Free From Functional Food Expo, Stockholm 16.-17.5.2018

<https://www.freefromfoodexpo.com/>

PLMA Amsterdam

29.-30.5.2018

<http://www.plmainternational.com/>

NOPA Hong Kong

29. – 31.8.2018

<http://naturalproducts.com.hk/event/about-the-show>



SIAL Paris

21.-25.10.2018

<https://www.sialparis.com/>

Food and Hotel China, Shanghai

November 2018

<http://cn.fhcchina.com/cn>

Food Matters Live, London

November 2018

www.foodmatterslive.com

HI Europe 2018, Frankfurt

27.-29.11.2018

<https://www.figlobal.com/hieurope/>

Muista tapahtumista lisää kun avaamme
tapahtumakalenterimme 2018 joulukuussa

Enjoy Finland -kampanjavideo



www.foodfromfinland.fi @FoodfromFinland #nomfinland

Food from Finland tapahtumakalenteri:



<http://www.foodfromfinland.fi/member-information>

Kiitos!



Kuinka onnistua ruokaviennissä?

Esa Wrang, elintarviketoimialan johtaja
Food from Finland, Finpro

Kasvua ja kannattavuutta viennistä



- Suomessa elintarvikealan markkina ei kasva. Yritysten merkittävin kasvureitti on vienti. Tänä vuonna vienti Suomesta nousee 1,7 miljardiin euroon. Tavoite on vielä huomattavasti korkeammalla
- Vientiin sitoutuminen vaatii yritykseltä johdon vahvaa sitoutumista ja pitkäjänteisyyttä. Vienti ei ole ylijäämäkapasiteetin täyttämistä
- Suomessa valtio tukee vientiä merkittävästi. TEM:in, MMM:n ja Tekesin rahoittama Food from Finland –ohjelma on toiminut nyt 3 vuotta; ohjelman toimintaan osallistuu jo noin 130 suomalaista elintarvikealan yritystä.



Kasvua ja kannattavuutta viennistä



- + Nostaa kapasiteetin käyttöastetta
- + Parantaa tuottavuutta
- + Lisää investointeja
- + Kasvattaa kotimaisten raaka-aineiden kysyntää
- + Lisää työpaikkoja koko ruokaketjussa
- + Mahdollistaa yrityksen paremman kannattavuuden
- + Jättää arvonlisää Suomeen
- + Parantaa huoltovarmuutta.



Suomalaisen ruoan ja juoman vahvuudet ovat jo olemassa

- Maailman puhtain vesi, puhdas maaperä (vähän raskasmetalli- ja torjunta-ainejäämiä) ja puhdas ilma (70 % maaperästä on metsää)
- Eksoottisuus, arktinen luonto, metsä ja villit tuotteet
- Ruokatuotannon korkeat standardit
- Innovatiivinen tuotekehitystyö, erityisesti terveysvaikutteisissa tuotteissa
- Ei tarttuvia eläintauteja, ei salmonellaa, hyvin alhainen antibioottien käyttö. Eläinten hyvinvointi
- Hyvin korkea ruokaturvallisuuden taso.



*Maailman
turvallisin ja
terveellisin
ruoka tulee
Suomesta.*

Rakennamme yhdessä vientiä



Suomalaiset elintarvikealan yritykset ja Food from Finland ohjelma rakentavat yhdessä kasvualustaa Suomen elintarvikeviennin kasvattamiselle.

- laajapohjainen yhteistyö
- yhteinen tarjoama
- Suomen osaamiskärkien kautta tehty markkinointi.

Viennin synnyttämä lisäarvo jää Suomeen, toimialan kotimaisuusaste on peräti 82 %.

Tarvitsemme vielä lisää laajapohjaista yhteistyötä.



Onnistumme, jos tunnemme asiakkaidemme tarpeet



- Tuotantolähtöisestä myynnistä siirryttävä valittujen markkinoiden ja oikeiden kohderyhmien tunnistamiseen, asiakaslähtöiseen tuotekehitykseen, markkinointiin ja myyntiin
 - vientiä ei voida tehdä vain kotimarkkinoita varten kehitetyillä tuotteilla
 - kansainvälisen markkinoinnin osaaminen ja suomalaisen osaamisen esiintuonti ovat avainasemassa
- On tunnistettava nousevat trendit ja konkreettiset markkinamahdollisuudet
 - kuinka voimme olla edelläkävijöitä ja erityisosaajia
 - on pakko tehdä valintoja ja erikoistuttava, luotava lisäarvoa
- On haettava oikeaa ja tutkittua tietoa markkinoista.



Onnistumme, jos tunnemme asiakkaidemme tarpeet



- Tunne kohderyhmäsi – ihan oikeasti
- Asiakkaan tarpeiden tunteminen on onnistumisen edellytys. Viennissä korostuvat moniportaisten jakelukanavien hallinta, paikallisen partnerin tarpeiden ymmärtäminen ja asiakkuuksien todellinen hoitaminen
- On tehtävä fokusoitua toimenpiteitä ja markkinointia
 - Oikeiden asiakkaiden ja kohderyhmien tavoittaminen on keskeistä
 - Systemaattinen promootiotyö on välttämätöntä
- On tehtävä yhteistyötä ja oltava paikanpäällä uusilla markkinoilla – näkyvästi
 - Suunnitelmallisuus ja yhteistyö suomalaisten toimijoiden kesken auttaa.

Food from Finland: saadut opit



Mikä toimii hyvin?

- Voimme yhdessä luoda korkean osaamistason roolin suomalaisille elintarvikkeille. Suomen profiilia nostavat tasokkaat messuosastot, ostajatahtumat, mediatapahtumat ja säännöllinen markkinointi oikeilla osaamiskärjillä. On panostettava systemaattiseen ja pitkäjänteiseen toimintaan
- Suomalaisten yritysten yhteistyö ja yhteisen tarjoaman esittely herättää mielenkiintoa ja avaa ovia. Olemme esitelleet suomalaisia tuotteita jo yli 2000 ostajalle eri kohdemaissa
- Suomen vahvat argumentit toimivat. Suomalaisissa elintarvikkeissa kiinnostaa puhtaus, laadukkuus, turvallisuus, terveellisyys ja pohjoinen omaperäisyys. Vallitsevat ruokatrendit suosivat suomalaista tarjontaa
- Kustannustehokas yhteismarkkinointi sekä menekinedistämiskampanjat. Tarkoin kohdistetut toimenpiteet (kaura-, alkoholi-, marjaklusterit) ovat tehokkaita

Food from Finland: saadut opit



Missä voidaan toimintaa kehittää?

- Vientituotteiden jalostusarvon nostaminen
- suurempi fokus brändätyihin kuluttajatuotteisiin
- Tuotekehitys kohdistaen tuotteet suoraan vientimarkkinoille
- tunnistaen oikeat kohderyhmät
- Konseptointi, oikea tarina brändin takana, brändäys ja pakkausdesign
- Kärsivällisyyttä ja pitkäjänteisyyttä - kauppojen konkretisoitumiseen menee aikaa - 18 kk on yleinen keskiarvo vientiprosessin läpivientiin.



Rohkeasti mukaan vientimarkkinoille!



Kiitos !