



## Suomalaisten elintarvikkeiden valttikortit viennissä

Annaleena Soult, ohjelmapäällikkö

Finpro, Food from Finland

23.11.2017, Mikkeli



# 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 109 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



# 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





# Marjapromo mediallye Soulissa 8.11





# Food from Finland ja Visit Finland yhteistyössä



## Citti-vähittäiskaupan kampanja Saksassa 04/2017

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

www.foodfromfinland.fi

@foodfromfinland @visitfinland

- 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)

# Food from Finland kohdemarkkinat

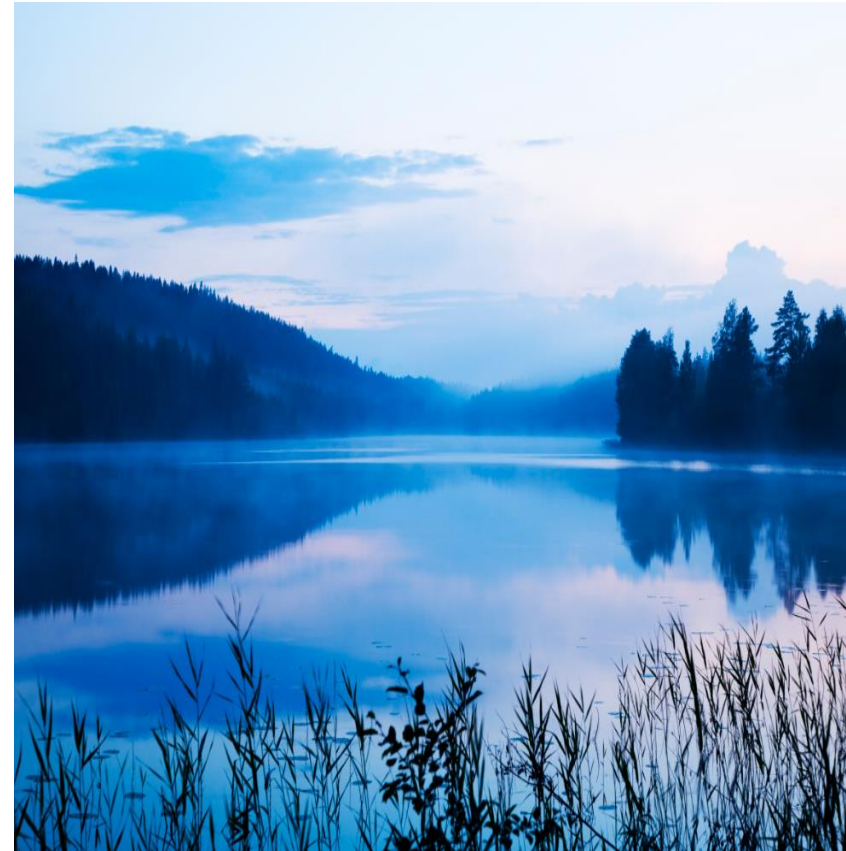


## Ensisijaiset:

- 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 ostajatapahtuma + mediatapahtuma
- FFF ostajatapahtuma + Verkostoitumistilaisuus

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

2015

2016

2017

- Innovaatioseminaari + mediatapahtuma
- Pohjoismainen ostajatapahtuma + 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 maahantuojien ”klubi”, Finpro Korea
- Hyvä kontaktiverkosto muotoutunut
- Useita artikkeleita mediassa



# 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
- Eläintautien ja salmonellan vähäisyys sekä antibioottien käytön alhaisuus maailman huippuluokkaa. Eläinten hyvinvointi korkealla tasolla
- Ruokaturvallisuuden taso erinomainen



***Maailman  
turvallisin ja  
terveellisin ruoka  
tulee Suomesta!***

# Kansainväliseen kysyntään vaikuttavat trendit ovat puolellamme



- **Turvallisuushakuisuus** - ruokaskandaalit
  - Arvostetaan luonnollisuutta, puhtautta, turvallisuutta, jäljitettävyyttä
  - Luomun kysynnän nousu
- **Terveellisuuden tavoittelu**
  - Free from: gluteenittomuus, laktoosittomuus...
  - Lihan korvaaminen kasvisproteiineilla
  - Kaura ja suomalaiset villimarjat suomalaisia superfoodeja
- **Pohjoismaisuus, arktisuus**
  - koetaan puhtaaksi, eksoottiseksi, uudeksi
- **Esimerkkejä tuoteryhmistä, joissa kysyntää**
  - Ikääntyvä väestö: tälle kohderyhmälle sopivien tuotteiden kehittäminen
  - Terveelliset välipalat, erityisesti lapsille





# Trendejä 2018

- Whole Foods Market 2018: meiltä näitä löytyy!
  - **Super powders** - ”superjauheet”
  - **More mushrooms** – lisää sieniä ja kaikkialle, jopa kahviin!
  - **Transparency 2.0** - tuotteen alkuperästä tiedettävä kaikki
  - **Plant based technology** - uusia innovatiivisia kasviperäisiä lihattomia, maidottomia tuotteita
  - **Puffed snacks** - perunalastujen tilalle terveellisempiä, k... vaihtoehtoja
  - **Bubbly beverages** – kasvispohjaisia kuplajuomia
  - **Floral flavours** - villiyrtilit, kukat





# Innovatiiviset suomalaiset tuotteet



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



## Terveelliset, innovatiiviset viljatuotteet:

- erityisesti kauratuotteet
- ruistuotteet 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: saadut opit



## Mikä toimii hyvin?

- **Voimme yhdessä luoda korkean osaamistason roolin suomalaisille elintarvikkeille.** Suomen profiilia nostavat tasokkaat messuosastot, ostajatapahtumat, 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 kohdistuen 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.





# Enjoy Finland -kampanjavideo



Food from Finland - tapahtumakalenteri:



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



**Kiitos!**

