BUSINESS
FINLAND

Mitä Suomen elintarvikevienti on ja miten se voi kehittyä?

Esa Wrang, Head of Food Program
Food from Finland Program
Business Finland 11.12.2019

FOOD FROM Finland

Suomen elintarvikevienti tänään

- **Elintarvikealan markkina ei kasva kotimaassa. Kasvu löytyy viennistä**
- **Kansainvälinen elintarvikekauppamme on yhteensä yli 6 miljardia euroa**
- **Tämä sisältää 1,7 mrd € suoran viennin lisäksi elintarvikealan ulkomaisten tytäryritysten paikallisen liikevaihdon, eli noin 4,5 mrd €**

  - Vienti on elintarvikeyrityksille selkeä kasvureitti
  - Elintarvikealan lisääntynyt tietoisuus viennin tuomista kasvumahdollisuuksista
  - Kasvava tahtotila vientiin: runsaasti uusia vientiyrityksiä (myös pk- ja start up –yrityksiä)
  - Elintarvikevienti on palannut kasvu-uralle, tänä vuonna vienti on kasvussa noin + 13 %
  - Tavoittelemme tänä vuonna noin 1,7 mrd € viennin tasoa.

- **Vienti kohdistuu nyt uusiin markkinoihin Euroopassa, Aasiassa, Lähi-Idässä ja USA:ssa.**

1,7 mrd

BUSINESS
FINLAND

BUSINESS FINLAND

Food from Finland ohjelma

FOOD FROM Finland

Suomalainen elintarvikevienti uudelleen kasvussa

- **1-6/2018 Vienti oli 761,4 milj. €** → **1-6/2019 vienti 865,6 milj. € (+ 104,2 m€)**

  - Kiina +63,8%
  - Saksa +34,5%
  - Etelä-Korea +27,7%
  - Tanska +25,8%
  - Japani +24,1%
  - Ruotsi +16,6%.

Kasvu +13,7%

- Kasvussa olevia vientituoteryhmiä ovat mm. alkolituotteet, maitotuotteet, kaura.

BUSINESS FINLAND

Food from Finland ohjelma

FOOD FROM Finland

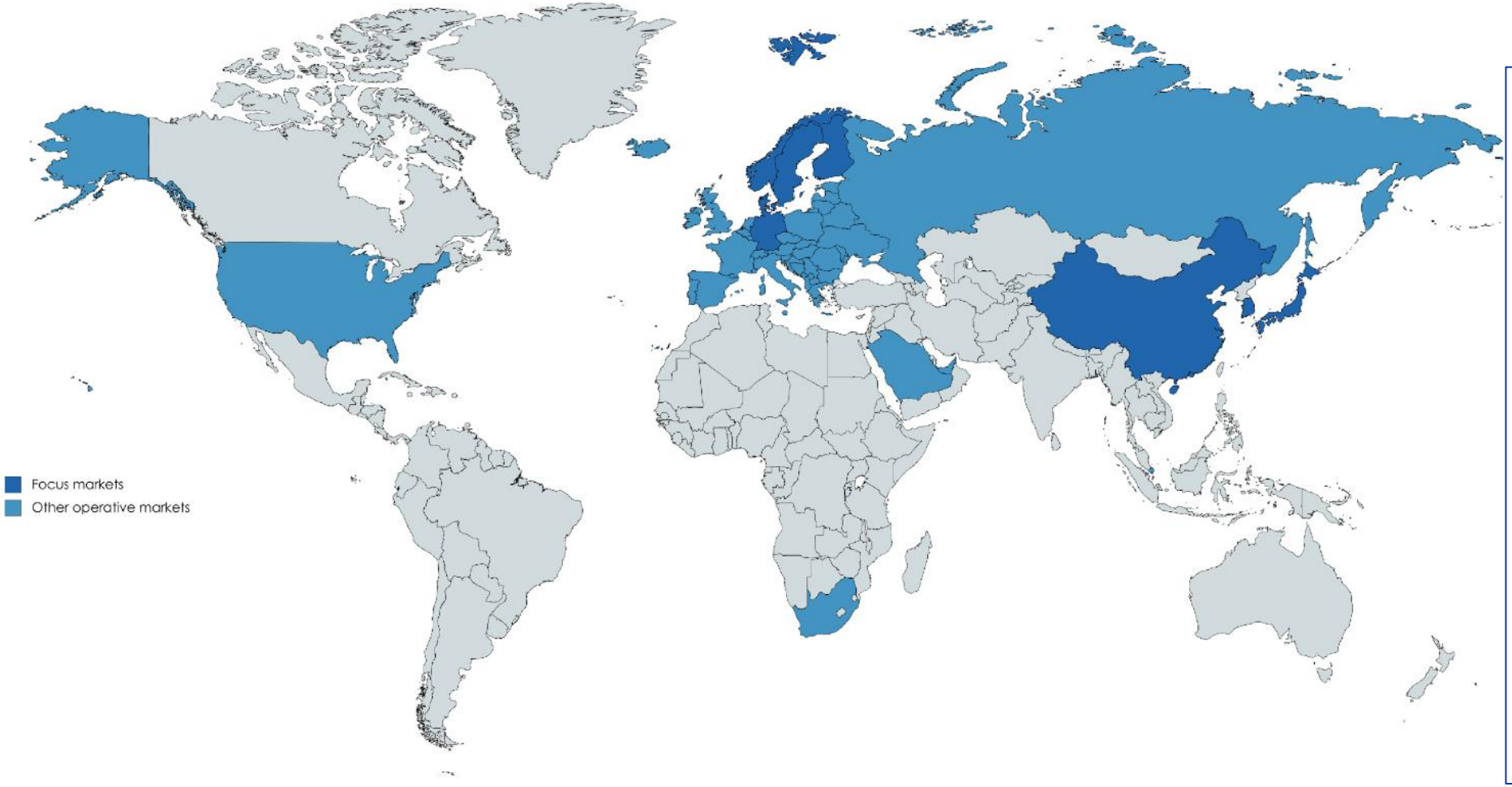
- **Yli 250 vienninedistämistapahtumaa toteutettu tähän mennessä. Noin 50 tapahtumaa tänä vuonna.**
  - Meet the Buyer –ostajatapahtumat kohdemaissa ja Suomessa
  - Ostajatapaamismatkat eri kohdemaihin
  - Suomen messuosastot tärkeimmillä messuilla
  - Aktiivinen yhteistyö muiden Pohjoismaiden kanssa (Ruotsi, Tanska)
  - Teema- ja markkinakohtaiset valmennuspäivät
  - Kuluttajakampanjat vähittäiskaupoissa ja verkkokaupoissa
  - Media vierailut Suomeen ja PR-tapahtumat kohdemaissa
  - Verkkokauppatoiminnan projektit (Kiina, muut maat).
- **Business Finland'in ennätysrahoitus elintarvikeasiakkaille vuonna 2018: yli 22 miljoonaa € ja 184 rahoitettua yritystä.**

150 Finnish companies working with us

FOOD FROM Finland

Valio
Fazer
HKSCAN
HARTWALL
ALTIA FINLAND
RAISIO
K For shopping to be fun
Apetit
Myllyn Paras
OLVI
Atria FROM FINLAND
Snellman
MOILAS
Orkla Confectionery & Snacks Finland
Bonne
Halva
JUUSTOPORTTI Elämä on valintoja. Valitse paremmin.
NORDQVIST 1979
FINN SPRING
Laitilan WIRVOITUSJUOMATEHDAS
Lignell & Piispanen ARCTIC LUXURY SINCE 1852
DISAS
LINKOSUO
GOODIO IT'S ALL GOOD
HELSINKI MILLS - Since 1934 -
HÄTÄLÄ OY Fair northern fish
ISOKYRÖ KYRÖ DISTILLERY COMPANY FINLAND
Kalaneuvos
Suomisen Maito PIENI JÄÄTELÖTEHDAS
maustaja
KOTI mustard
Wolt
RESQ CLUB
sense n insight
ENTOCUBE
SOLAR FOODS
epic
FREDMAN
NORDIC INSECT ECONOMY
BUSINESS FINLAND
LEADER Best for you
Verso
Riitan Herkku
VEEN
L'Uomu
puhdistamo
Arctic SUPER FOODS
KALEVALA
Pernod Ricard Finland

Food from Finland -ohjelman kohdemaat



Päämarkkinat:

- Pohjoismaat
- Saksa
- Itä-Aasia: Kiina, Hongkong, Japani, Etelä-Korea

Muut kohdemarkkinat:

- Muu Eurooppa, varsinkin Ranska
- Saudi-Arabia, Arabiemiraatit
- Etelä-Afrikka, Singapore
- USA
- Venäjä

BUSINESS FINLAND

Viennin kasvattaminen tarvitsee pitkäaikaisia toimia

- **Vientiin sitoutuminen vaatii yritykseltä johdon vahvaa sitoutumista ja pitkäjänteisyyttä. Vienti ei ole ylijäämäkapasiteetin täyttämistä.**

  - Suomalaisista elintarvikealan pk-yrityksistä nyt noin 16 % toimii kansainvälisillä markkinoilla; tavoitteemme on nostaa tämä 25 % tasoon. Pk-yritykset on saatava laajemmin kansainvälistymään ja aloittamaan elintarvikkeiden vienti. Vientiä harjoittavilla pk-yrityksillä viennin osuus liikevaihdosta pitää saada kasvuun

  - Isommilla yrityksillä ja varsinkin teollista suoramyyntiä tekevillä yrityksillä viennin osuus liikevaihdosta on 20–60%. Vienti on näille yrityksille tärkeä strateginen osa liiketoimintaa, kuitenkin suuri osa näidenkin yritysten vientiä on raaka-ainepainotteista.

- **Perustuotteiden ja raaka-aineiden viennistä on pitkäjänteisellä työllä ponnisteltava laajempaan, kohdemarkkinoille brändättyjen kuluttaja- ja lisäarvotuotteiden vientiin.**

Onnistumme, jos tunnemme asiakkaidemme tarpeet

- **Vientituotteiden jalostusarvon nostaminen**
  - **Suurempi fokus brändättyihin kuluttajatuotteisiin**
  - Vientiä ei voida tehdä vain kotimarkkinoita varten kehitetyillä tuotteilla
  - Vienti kohdistettava korkean hintatason maihin, laatuun ja innovatiivisuuteen pohjautuen
  - Kansainvälisen markkinoinnin osaaminen ja suomalaisen osaamisen esiintuonti ovat avainasemassa
  - Tuotekehitys kohdistaen tuotteet suoraan vientimarkkinoille, tunnistaen oikeat kohderyhmät. Rohkeampi brändäys, oikea tarina brändin takana, kansainvälisille markkinoille sopiva konsepti, viimeistelty pakkausdesign, natural – organic
  - Vientiin on varattava riittävät resurssit.

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
  - Yhä laajempi yhteistyö viennissä ja uusien myyntikanavien hyödyntäminen

- **Vientiin kohdistettavat resurssit edelleen pienet verrattuna kotimaahan**
  - **Tarvitaan lisää vientiin koulutettua henkilöstöä ja osaamisen kehittämistä**
  - Vientipäällikköresurssien rekrytointi (ei viennin tekemistä vasemmalla kädellä)
  - Enemmän rohkeutta toimintoihin

Onnistumme, jos tunnemme asiakkaidemme tarpeet

- **On tunnistettava nousevat trendit ja konkreettiset markkinamahdollisuudet**
  - On haettava oikeaa ja tutkittua tietoa markkinoista.
  - Meidän pitää olla edelläkävijöitä ja erityisosaajia
  - On pakko tehdä valintoja, erikoistuttava, luotava lisäarvoa.

- **On tehtävä fokusoitua toimenpiteitä ja markkinointia**
  - Oikeiden asiakkaiden ja kohderyhmien tavoittaminen on keskeistä
  - Systemaattinen promootiotyö on välttämätöntä
  - Vientimahdollisuuksien kasvattaminen verkkokaupan avulla.

- **On tehtävä yhteistyötä ja oltava paikanpäällä uusilla markkinoilla – näkyvästi**
  - Suunnitelmallisuus ja yhteistyö suomalaisten toimijoiden kesken auttaa.

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.

BUSINESS FINLAND

Tiekartta viennin kasvun turvaamiseksi

FOOD FROM Finland

Projekteista jatkuvan budjettirahoituksen piiriin

Julkinen rahoitus turvattava vähintään nykyiselle tasolle, sekä yrityksille, tutkimustoiminnalle että ohjelmatyölle

Yritysten ja Team Finland toimijoiden yhteistyö toimivan nykymallin mukaisesti – yritysten välistä yhteistyötä lisättävä

Pysyvä koulutus elintarvikevientivalmiuksien vahvistamiseksi

Food from Finland – ohjelman kontaktitiedot

Esa Wrang, Head of Food Program

Tel: + 358 400 243 076, esa.wrang@businessfinland.fi

Annaleena Soult, Senior Adviser, Manager

Tel: + 358 40 343 3447, annaleena.soult@businessfinland.fi

Hanna-Kaisa Erkkilä, Senior Project Coordinator

Tel: + 358 50 464 4292, hanna-kaisa.erkkila@businessfinland.fi

Rahoitus:

Kari Venäläinen, Senior Adviser,

Tel: +358 40 722 1632, kari.venalainen@businessfinland.fi (erityisesti start –up)

Pirjo Hakanpää, Senior Adviser,

Tel: +358 44 712 4136, Pirjo.hakanpaa@businessfinland.fi