



Viennistä virtaa
elintarvikeyritykseen –
Elintarvikeviennin
perusteet

Pekka Hanhiova

Viennin perusteet

- Työkaluja elintarvikevientiin:
 - Esittäjä Pekka Hanhirova
 - ELVIA asiantuntijaryhmän jäsen
 - Vendix Oy yrittäjä, toimitusjohtaja
 - HRC Marketing Oy yrittäjä, toimitusjohtaja
 - Santa Maria Finland Oy, myyntipäällikkö
 - McCormick Oy / McCormick Plc. - Account Manager
 - Ahlström Kuluttajatuotteet Oy /
Euran Kuluttajatuotteet Oy - myyntipäällikkö

Viennin perusteet

- Työkaluja elintarvikevientiin:
 - Asiakokonaisuudet
 - Miten ulkomaiset kilpailijat myyvät tuotteensa Suomeen ja mitä voimme oppia heiltä?
 - Tuontiyritykset viennin apuna
 - Elintarvikevientiä harjoittavia yrityksiä
 - Tarvittavat työkalut
 - Lisätietoa kohdemaista

Viennin perusteet

- Miten ulkomaiset kilpailijat myyvät ja mitä voimme oppia heiltä?
 - Case esimerkkejä
 - Business Sweden
 - Business France

Miten ulkomaiset kilpailijat myyvät ja mitä voimme oppia heiltä?

- Case Business Sweden
 - Omistus : Ruotsin valtio 50 % ja Elinkeinoelämä (= suuret yritykset) 50 %
 - 50 konttoria ympäri maailman
 - Päämarkkinat: Norja, Tanska, Suomi, Saksa
 - Tuotteita kaikista mahdollisista kategorioista biokaasusta perunalastuihin.
 - <http://www.business-sweden.se/Export/>

Case Business Sweden

- Miten toimii:
 - Elintarvikeviennin edistäminen fokuksessa
 - Markkinakatsaukset
 - Yhteistyökumppanien etsintä ja profilointi
 - Jakelijoiden ja jakeluteiden etsiminen
 - Koulutustilaisuudet
 - Food From Sweden brändin esiintuominen
 - <http://www.tryswedish.com>

Case Business Sweden

- Miten toimii:
 - Yritys tekee hakemuksen Business Swedenille, joka käsittelee sen. Keskustelujen jälkeen, kun kohdemarkkinat ja tahtotila on kartoitettu, Business Sweden myöntää ”stipendin”, joka oikeuttaa hakijayritystä käyttämään heidän palvelujaan kohdemaassa.
 - Valtio maksaa 50 % vientikustannuksista.
 - Esimerkiksi täällä Suomessa toimiva organisaatio etsii sitten yritykselle mahdollisia kontakteja / jakelijoita ja järjestää tapaamiset yrityksen puolesta.
 - Tapaamisia on myös suoraan kauppaketjujen kanssa.
 - Tapaamiset ovat usein Business Swedenin toimistolla.

Case Business Sweden

- Case Business Sweden maahantuojaan kannalta:
 - **Business Sweden** on aktiivisesti yhteydessä jo alalla toimiviin maahantuojiin. He ovat kontaktissa melko säännöllisesti ja tarjoavat erilaisia yrityksiä ja tuotteita, joita keskustelujen pohjalta tietävät maahantuojiin etsivän. Heidän kautta tulee neuvottelu pyyntöjä, joista maahantuoja valitsee itselleen sopivimman kumppanin / tuote portfolioon sopivat tuotteet.
 - Ruotsin valtio myöntää yrityksille voucherin, jolla he saavat ostaa Business Swedenin palveluja. Valtio myös tukee vientiyrityksiä maksamalla puolet vientikustannuksista.

Case Business Sweden

- Business Sweden järjestää myös tilaisuuksia, missä ruotsalaisille eri alojen toimijoille järjestetään tilaisuus neuvotella suoraan tukkuliikkeiden ostajien kanssa.
- Esimerkkinä Ruotsin suurlähetystössä järjestetty tilaisuus, jossa valituille yrityksille kerrottiin Suomen ammattikeittiömarkkinasta ja tukkuliikkeiden toiminnasta.

Case Business Sweden

- Case Business Sweden / Kespro Oy
 - Tilaisuus järjestettiin Ruotsin suurlähetystössä.
 - Paikalla lukuisia ruotsalaisia yrityksiä – juomia, rapsiöljyä, leipomotuotteita jne.
 - Kerrottiin suomalaisesta suurkeittiömarkkinasta kokonaisuutena.
 - Eriks Kastikkeiden etabloituminen Suomeen Casena.
 - Kespron osto-organisaatio saapui paikalle ja he kertoivat omasta toiminnastaan.
 - Yrityskohtaiset keskustelut Kespron tuoteryhmäpäälliköiden kanssa.
 - Kespron messuille osallistuminen Helsingissä yhteisellä Try Swedish osastolla.

10

Case Business France

- Toimii samalla tavalla kuin Business Sweden.
- Yhteydenottoja yrityskohtaisesti eli kertovat yhden yrityksen olevan kiinnostuneita etabloitumisesta Suomen markkinoille.
- Kutsuja tilaisuuteen, missä on useita ranskalaisia yrityksiä samassa tilaisuudessa ja keskusteluaajat kaikkien toimijoiden kanssa bookattu etukäteen.

Miten ulkomaiset kilpailijat myyvät ja mitä voimme oppia heiltä?

- Case esimerkkejä Suomen markkinoille tulleista yrityksistä ja kokeiluista
 - Case Svenska Smakupplevelser AB
 - Case Larsvikens Lantbruk Ab
 - Case Inka Food Aps

Case Svenska Smakupplevelser Ab

- Perustettiin 2008 ja missioksi valittiin, että jokaisella pitää olla mahdollisuus nauttia kulinaarisesta elämyksestä kotonaan. Svenska Smakupplevelser Ab valmistaa ja jakelee korkean laatuluokan kylmiä kastikkeita.
- Vienti oli lähtenyt käyntiin Englannissa verkkokaupan kautta.
<http://www.totallyswedish.com/en/shop/food/dairy-deli/eriks-bearnaise>
- 2010 ensimmäinen kontakti yritykseen Gastro Nord messut Tukholma 23 - 25.4.2010.
- Markkinoiden tutkiminen kaiken keskiössä.

Case Svenska Smakupplevelser Ab

- Kylmiä kastikkeita Suomen markkinoille!
- Ei vastaavia tuotteita Suomessa joten mahdollisuuksia on!
- Kilpailijat eivät olleet ajatelleet asiaa samasta näkökulmasta.
- Täydellä valikoimalla uutta luomassa.
- Kahdeksan tuotetta kuluttajamarkkinoille sekä ammattikeittiö markkinoille ja hyppy tuntemattomaan.

Case Svenska Smakupplevelser Ab

- Onnistuminen alkoi tuntua mahdolliselta ja saimme kasvatettua peittoa.
- Keskusliikkeiden valikoimiin vuoden 2012 alussa.
- Otimme valikoimaan lisää tuotteita ja lopuksi kovan työn tuloksena kasvoimme tuoteryhmän markkinajohtaksi.

Case Svenska Smakupplevelser Ab

- Mitä tämä vaati päämieheltä / maahantuojalta?
- Aloitimme päämiehen tuella massiiviset maistatukset. Teimme kaupoissa 80 maistatusta vuonna 2012. Syksyllä pidimme kastikkeiden lanseeraustilaisuuden Ravintola OLO:ssa. Paikalla oli ruokalehdistöä 12 eri lehdestä - kukaan ei kirjoittanut asiasta! Tämän jälkeen oli vuorossa kutsuvierastilaisuus, jossa oli yli 100 kaupan ja ravintola-alan asiakasta.
- Massiivinen näytejakelu eri puolilla Suomea toteutettiin syksyn 2012 ja kevään 2013 aikana. Jaoin 75 000 purkkia kastikkeita kuluttajille! Teimme myös noin 200 maistatusta kaupoissa eri puolilla Suomea.

Case Svenska Smakupplevelser Ab

- Mitä tämä vaati päämieheltä / maahantuojalta?
 - Saimme neuvoteltua tuotteille palautusoikeuden.
 - Tämä näkyi tuotteiden myynnissä niin että vuonna 2013 kasvoimme kylmäkastikkeiden markkinajohtajaksi Suomessa. Myynti oli nousujohteista koko sen ajan kun olimme tuotteiden maahantuojana.
 - Vuoden 2014 kesällä Svenska Smakupplevelser Ab myytiin O.Kavli:lle ja tuotteiden myynti siirtyi heille vuoden 2015 alussa.

It all started with a
picture and some
potatoes...



Larssons

Crisps – tasteful & delicious

Copyright Pekka Hanhirova, Harri Kiviluote

18

Case Larsvikens Lantbruk Ab

- Mahtava tarina takana
 - Maanviljelijöitä jo 8 sukupolven ajan.
 - Viljelevät noin 550 perunalajiketta - ”Perunat ovat meidän intohimomme!”
 - Ainoa yritys Ruotsissa, joka kasvattaa omat perunat perunalastu-tuotantaan varten.
 - Valikoimassa viisi eri perunalastua:
 - Villiperunalastut, Sesongin perunalastut, Tilliruohosipuli- creme fraîche perunalastut, Lakritsi perunalastut ja Juureslastut.

Case Larsvikens Lantbruk Ab

- Aina ei voi onnistua
- Saimme neuvottelupyynnön tulla neuvottelemaan ruotsalaisen perheyriyksen, korkealaatuisen perunalastu valmistajan kanssa. Sovimme maahantuonnin aloittamisesta ja tilasimme lavalliset kaikkia tuotteita. Myynti lähti hyvin käyntiin ja saimme levitettyä tuotteita PK seudun kauppoihin. Tuote edusti Premium tuotteita snack ryhmässä ja Premium hinnoiteltuja perunalastuja ja kuluttajahinta oli huomattavasti korkeampi kuin suurilla toimijoilla. Perunalastut olivat kuitenkin valmistettu tietyistä, tarkoin valikoiduista perunalajikkeista ja kattilassa keittämällä.
- Tämä viesti ei valitettavasti tavoittanut kuluttajaa. Samalla Suomen talous oli alamäessä ja kuluttajat tekivät uudenlaisia valintoja tässäkin tuoteryhmässä.
- Jouduimme lopettamaan tuotteiden myynnin vähäisen kuluttajakysynnän vuoksi. Emme myöskään olleet valmiita investoimaan tuotteisiin tekemällä maistatuksia pienen myyntipalkkion vuoksi.

Case Inka Food Aps

- Tanskalainen ystävä – voiko sellaisia olla?
- Ei kiinnosta, kun markkina on kovin pieni – olisiko jotain muuta tarjolla?
- Inttamällä maaliin – no lähettäköön sitten näytteitä.
- Laatu ja design vaikutti päätökseen ratkaisevasti.
- Taas kerran laaja valikoima ja kuluttajan opettaminen kuvaan.

Tuontiyrietykset viennin apuna

- Tuontiyrietykset viennin apuna
 - Case esimerkkejä
 - Lidl
 - Unilever
 - Ikea

Tuontiyritykset viennin apuna

- Voivatko yhteistyökumppanit auttaa suomalaisia elintarvikeyrityksiä viennissä?
 - Case Lidl
 - Yrityksen tuotteet Lidl Suomi Ky:n valikoimiin.
 - Tuotteiden myynnin ja vientimahdollisuuksien arviointi.
 - Tuoteryhmäpäällikkö esittelee omatoimisesti tuotteet muiden maiden kollegoille.
 - Lidl vastaa tuotteiden etikettien käännöksistä.

Tuontiyritykset viennin apuna

- Voivatko yhteistyökumppanit auttaa Suomalaisia elintarvikeyrityksiä viennissä?
 - Case Lidl
 - Yrityksen tuotteet Lidl Tanskan valikoimiin.
 - Yrityksen tuotteet Lidl Ruotsin ja Norjan valikoimiin.
 - Yrityksen tuotteet Lidl Kreikan ja Portugalin valikoimiin.
 - Lisää maita tullut mukaan.

Tuontiyritykset viennin apuna

- Voivatko yhteistyökumppanit auttaa suomalaisia elintarvikeyrityksiä viennissä?
 - Case VM FOOD
 - Unilever Suomi toimii VM Food Oy:n kanssa kokkimaajoukkueen tukijana. Kun VM Food USA perustettiin, niin Suomesta indikoitiin USA:n Unileverille, että VM Food pystyy valmistamaan heille myyntiin loistavia tuotteita.
 - IKEA
 - Toimittajien rooli
 - Heidän yhteistyökumppanien rooli

25

Viennin perusteet

- Elintarvikevientiä harjoittavia yrityksiä
 - Jepuan Peruna JePo
 - 123Tea / Ranolin Oy

Elintarvikevientiä harjoittavia yrityksiä

- Jeppo Potatis Ab- Jepuan Peruna Oy
 - Kypsiä perunatuotteita ammattikeittiöille.
 - Vientiä Ruotsiin 1990 luvun alkupuolella.
 - Logistiikka oli helppoa ja edullista.
 - Nähtiin tilaisuus kypsille perunatuotteille, koska Ruotsissa ei ollut vastaavia tuotteita.
 - Kun myynti oli kasvanut ja ammattikeittiöt hyväksyneet tuotteet, oli kotimainen tuotanto myös kehittynyt ja vienti lopetettiin.
 - Virossa kävi 2000 luvun alussa samoin – oma tuotanto kasvoi ja vienti loppui.

Elintarvikevientä harjoittavia yrityksiä

- 123TEA / NORD-T www.nord-t.com
- Mikä sai yrityksesi aloittamaan viennin?
 - Yrityksen perustamisvaiheessa kävi selväksi, että meidän markkinamme sijaisevat kansainvälisillä markkinoilla. Toki haluamme olla myös Suomessa, mutta ulkomailta tulisimme saamaan tarvittavan liikevaihdon.
 - Heti ensimmäisistä päätöksistä lähtien kaikki lähti vahvan brändin luomisesta. Brändin mikä tulisi skaalautua, mutta viestiä myös sitä viestiä minkä haluamme välittää vahvasti.
 - Vertailimme eri saman alan brändejä suomessa sekä ulkomailla. Tämä johti siihen, että näimme tarpeen vahvan brändikuvan sekä pakkauksen suunnitteluun.
 - Otimme myös näkökulman "miten ruotsalaiset tämän tekisivät".

28

Copyright Pekka Hanhirova, Harri Kiviluote

Elintarvikevientä harjoittavia yrityksiä

- 123TEA / NORD-T www.nord-t.com
- Mikä sai yrityksesi aloittamaan viennin?
 - Monet tahot ovat pelotelleet viennistä. Siihen uppoaa paljon rahaa, tunne markkinasi jne. Markkinat tulee tuntea jo ennen edes viennin pohtimista. Tuleehan jokaisen yrittäjän tietää miten asioita tehdään suomessa tai ulkomailla. Ilman vertailevaa tutkimusta on vaikea lähteä rakentamaan ainakaan mitään uutta.
 - Toki vientimarkkinoista on hyvä tietää myös hieman detaljitason asioita. Maailmasta kerätään paljon dataa ja se on melko helposti saatavilla.
 - Vähemmän epäröintiä ja puhetta - enemmän tekoja!

29

Elintarvikevientä harjoittavia yrityksiä

- 123TEA / NORD-T www.nord-t.com
 - Miten olette onnistuneet viennissä?
 - Tällä hetkellä tuotteitamme on Ruotsissa. Paraikaa käymme keskusteluja Tanskan avaamiseksi vielä ennen joulua sekä pienempiä avauksia ympäri eurooppaa.
 - Me olemme onnistuneet, koska olemme satsaneet pakkaukseen. Se maksaa paljon, mutta jos jokainen kontaktointi alkaa pakkauksen kehumisella on tällöin tehty jotain oikein. Lisäksi upea sisältö herättää ja koskettaa.
 - Panostamme tällä hetkellä erityisesti Instagramiin sekä Facebookkiin. Tanskassa on mieletön hypetys päällä mikä näkyy esim. Instagramissa. Otamme tarkalla fokuksella kuvat sinne. Haluamme niiden luovan sitä tarinaan mitä me kerromme itse henkilökohtaisesti, mutta kaikkialla emme pysty olemaan. Näin kuvat vievät meidän tarinaan eteenpäin.

Copyright Pekka Hanhiova, Harri Kiviluoto

Elintarvikevientä harjoittavia yrityksiä

- 123TEA / NORD-T www.nord-t.com
 - Miten olette onnistuneet viennissä?
 - Olemme karsineet paljon mahtavia tuoteideoita. **Fokusoimalla tiukka tuoteryhmä on auttanut meitä eteenpäin.**
 - Onnistuminen on lähtenyt siitä, että olemme rohkeasti kysyneet ja olleet oikeissa paikoissa oikeaan aikaan. Meidän on innostunut asenne on kielinyt sitä, että tämä on hyvä juttu. Innostuminen tarttuu ja välittyy! Ihmiset myyvät mielummin asioita missä on hyvä tarina, se on hyvin kerrottu ja sen takana oikeasti seisotaan.

31

Tarvittavia työkaluja

- Tuotekortti
- GS1 - GS1.fi
 - Synkka / Validoo
 - <http://www.gs1.org/contact/overview>
- Tiedot tuotteen käyttäytymisestä.
- Tuotekehitys - Ravintolan pöydästä kuluttajan pöytään.
- Uniikin tuotteen markkinointi.

Tietojen hankinta kohdemaista

Tunnetko kilpailijasi?

- Mistä saat selville kilpailijasi kohdemaassa?
 - Lehdistön käyttö
 - Toimiala katsaukset
 - Kaupalliset lähetystöt
 - Tilastot
 - Internet
 - Käy kaupassa
 - Käy alan messuilla

Esimerkkejä ulkomaisista lehdistä

- Lehdistön käyttö
 - <http://www.di.se>
 - <http://www.handelsblatt.com/>
 - <https://www.forbes.com/>
 - <https://www.ft.com/>
 - <http://fortune.com/>
 - <https://themoscowtimes.com/>
- <http://kehittyvaelintarvike.fi/teemajutut/22-saksa-82-miljoonan-kuluttajan-markkina-alue>

Tietojen hankinta kohdemaista

Tunnetko kilpailijasi?

- Mistä saat selville kilpailijasi kohdemaassa?
 - Kaupalliset lähetystöt esimerkkejä
 - <http://formin.finland.fi/public/default.aspx?nodeid=49529#vke>
 - Saksalais-Suomalainen kauppakamari
 - Ranskalais-Suomalainen kauppakamari
 - Suomalais-Ruotsalainen kauppakamari

Tietojen hankinta kohdemaista Tunnetko kilpailijasi?

- Mistä saat selville kilpailijasi kohdemaassa?
 - Käy alan messuilla
 - Anuga Köln
 - Sial Pariisi
 - Grüne Woche
 - PLM Amsterdam
 - Gastro Nord Tukholma
 - Fastfood & Cafe Tukholma
 - Gastro messut Helsinki
 - Fastfood & Cafe & Ravintola 2017

36

KIITOS!

37