

Kommentoimassa

Eeva-Liisa Lilja, yrittäjä, toimitusjohtaja Fennopromo Oy

“Visionäärisyttä elintarvikealan kehittämiseen”

“Pienistä puroista rakentuu suuria väyliä”

“Ei ole niin pientä yrittäjää, etteikö kasvun ja kansainvälistymisen askeleita kannata ottaa”

- Kansainvälistymisen edistämistä vuodesta 2005.
- Elintarvikealan kehittäjänä yli 20 hankkeessa neljännesvuosisadan (!) ajan.
- Yli 300 yrityksen kasvun ja kansainvälistymisen strategi.
- Food from Finland –vientipalvelun perustajia v. 2005 ja brändin omistaja v. 2010 – 2014.



Vakaan talouden ajasta muutosten aikaan

Lyhyellä aikajänteellä ihmettelemme

- Sotatilanteen kehitys.
- Ruoan hinnan ja inflaation nousu.
- Energiaratkaisut.
- Ruoan tuotantopanosten, tuotantomuotojen ja lopputuotemarkkinoiden uusjako.
- Vihreä siirtymä.
- 300 milj EUR ei riitä.

Pitkällä aikajänteellä joudumme muuttumaan

- Ruoasta strateginen businessalue.
- Ilmastonmuutokseen reagointi.
- Yhä suurempi kustannustehokkuuden vaatimus perinteisessä ruoantuotannossa.
- Tuotanto-olosuhteet määrittävät tuotantosunnat?
- Ruoan jakeluun globaalia sääntelyä?
- Uudet ruoan tuotantotavat – mikä on ruokaa?

Suomalainen ruokaketju muutosten ajassa

- Ruoan tuotantojärjestelmää on kehitetty vuosikymmenten ajan.
- Maatalouden tutkimus on kansainvälistä huipputasoa.
- Ruokaturvallisuus on korkea.
- Tuotantoprosessit ovat tehokkaat.
- Pienet tuotantoyksiköt ovat joustavampia kuin suuret.
- Suomalainen viljelijä osaa työnsä ja tuntee maan.
- Olemme ratkaisukeskeisiä ja sisukkaita.

Mihin on panostettava?

1. Etäisyyttä markkinoihin on lyhennettävä.
Loppuasiakas on tarpeen olla tiedossa, arvonlisä joka portaalla tulisi osata ilmaista.
2. Vain ympäristöystävällinen toiminta on pitkällä tähtäimellä kannattavaa.
Nopeat siirtyjät ulosmittaavat suurimman hyödyn.
3. Vienti tuo tuoton. Jatketaan ”valitsemallamme tiellä”.
Suomalaisilla on pelipaikka erityisesti premium private labelissa ja HoReCa:ssa.



Kiertotaloudesta lisää kilpailukykyä elintarvikevientiin (KIKE)

Kuinka uusimmasta bio- ja kiertotalousosaamisesta luodaan lisäarvoa vientituotteisiin?

Kuinka tehdyt ympäristöinvestoinnit todennetaan tuotetasolla?

Miten investoinnit tuotteistetaan, brändätään ja myydään vähintäisina tuotteina maailmalla niin, että jokainen ruokaketjun väliporras pystyy hinnoittelemaan arvonlisänsä kannattavasti?

Siinäpä KIKE-pähkinää purtavaksi!

Tule mukaan, lue lisää, verkkosivut aukeavat huhtikuussa www.ki-ke.fi

FENNO
PROMO

Jatketaan keskustelua!

eeva-liisa.lilja@fennopromo.fi

+ 385 40 833 7727

Fennopromo Oy

