

Ei halvinta hintaa, vaan premiumia. Viennin kasvu jää saavuttamatta, jos kilpaillaan hinnalla

Ruokavientiin kaivataan kipeästi kasvua, mutta se ei onnistu hintakilpailulla. Arvokkaista raaka-aineistamme kannattaa valmistaa premium-tuotteita, joissa ulkomaisen asiakkaan huomio kiinnittyy ensimmäisenä laatuun, eikä siihen, mitä tuote maksaa.

Ruokaviennissä eniten keskustelua herättävä aihe on todennäköisesti hinta. Moni elintarvikealan yritys kokee, että suomalaisilla tuotantokustannuksilla ja tuotemäärillä kansainvälinen kilpailu vaikeutuu nopeasti, jos markkinoille edetään hinta edellä. He ovat siinä aivan oikeassa.

Samalla yritykset kuitenkin korostavat tuotteidensa ainutlaatuisuutta. Tuote voi olla valmistettu harvinaisista raaka-aineista, perinteikkäällä reseptillä, erityisen ympäristöystävällisesti – tai esimerkiksi tuotettu kulttuurihistoriallisessa maatilamiljöössä.

Miksi sitten edes yrittää kilpailla hinnalla, kun tuotteet ovat premium-laatua?

Ruokavienti kasvaa vain, jos halpuuttamisesta päästään premium-liigaan.

Vientiä korkeammalla hinnalla – premiumia Suomesta

Viime vuosien inflaatiopaineet, sota-aika ja kustannuskriisi ovat tuoneet suuria muutoksia kansainväliseen vähittäiskauppaan. Muutos avaa mahdollisuuksia myös suomalaisille elintarvikevalmistajille.

Private label on tällä hetkellä maailmalla nopeimmin kasvava vähittäiskaupan trendi. Uutta kysyntää syntyy kiihtyvään tahtiin myös sen korkeimpiin hintapisteisiin. Kansainväliset kauppaketjut etsivät korkealaatuisia erikoistuotteita palvelukseen parhaiten maksavia asiakkaitaan, ja perustavat uusia premium private label -brändejä. Tästä markkinasta löytyy myös suomalaisen ruokaviennin mahdollisuus.

Markkinanäkymä saattaa kuulostaa erikoiselta, sillä private label tunnetaan perinteisesti kaikkein tiukimpana hintakilpailutuksena. Suomalaisen ruokaviennin kannattaakin satsata korkeamman hintaluokan premium private label -kategoriaan.

Premium voi tarkoittaa esimerkiksi erityisen hyvää makua, gluteenittomuutta, vastuullisuutta, antibiootittomuutta, luomua tai vaikka ainutlaatuista reseptiikkaa. Kyse on tämän hetken ruokaviennin ehkä tärkeimmästä kasvumahdollisuudesta.

FINLABEL opastaa onnistumaan

Tarvitaan uutta strategista ajattelua ja palveluliiketoiminnan osaamista, että yritys pääsee kasvuun mukaan. Premium-laatu on osattava tuotteista ja tuoda esille.

Suomessa ensimmäisenä asiaan perehdyttää FINLABEL-hanke. Hanke järjestää kevään aikana kuusi OPI OSAAJAKSI -työpajaa elintarvikevalmistajille. Hankkeeseen on saatu EU:n maaseuturahoitusta ELY-keskuksesta. Lue lisää www.finlabel.fi.

Lisätiedot: Jukka-Pekka Inkinen, projektinjohtaja, + 358 40 500 2896, jukka-pekka.inkinen@fennopromo.fi

FINLABEL-tiedonvälityshanke 1.8.2024 – 31.8.2025 tiedottaa maaseudun pk- elintarvikeyrityksille kansainvälisestä premium private label -markkinasta. Hanke toimii pilottihankkeena, joka ensimmäisenä elintarvikealalla nostaa esille premium private label -valmistuksen potentiaalinen elintarvikeviennin kasvualueena. Toteutusalueena on Pohjois-Pohjanmaan, Pohjanmaan, Etelä-Pohjanmaan, Uudenmaan ja Varsinais-Suomen alue, mutta hankkeeseen osallistuminen on mahdollista myös alueen ulkopuolelta. Hankkeen toteuttaa elintarvikeviennin asiantuntijayritys Fennopromo Oy yhdessä alan koti- ja ulkomaisen osaajaverkoston kanssa. Hankkeeseen on saatu EU:n maaseuturahoitusta ELY-keskuksesta. Lue lisää www.finlabel.fi ja ilmoittaudu mukaan.