

Asia: VN/35773/2023

Lausuntopyyntö luonnoksesta valtioneuvoston asetukseksi yrityksille myönnettävästä kansainvälistymisavustuksesta vuosina 2024-2030

Lausunnonantajan lausunto

Voitte kirjoittaa lausuntonne alla olevaan tekstikenttään

Arvoisa työ- ja elinkeinoministeriö,

Kiitämme lausunnon antamisen mahdollisuudesta.

Me Kinnusen Myllyllä aloitimme uuden liiketoiminta-alueen, gluteenittomien 65 Oats - kauratuotteiden valmistamisen viisi vuotta sitten. Kyseessä oli yli 10 miljoonan euron investointi. Tänä päivänä kauratuotteitamme myydään gluteenittomien elintarvikkeiden valmistajille jo yli 35 maahan ympäri maailmaa. Kauraliiketoiminta työllistää yrityksessämme tällä hetkellä suoraan jo yli 10 ihmistä ja välillisesti vielä enemmän. Uusi liiketoiminta-alue on suunniteltu alusta alkaen vientilähtöisesti ja suurin osa tuotteista menee vientiin.

Vientimyyntimme on saatu käyntiin pääasiassa messuille osallistumisen kautta, Food from Finlandin maaosastoilla. Olemme valinneet meille 4-5 tärkeintä messua, joihin osallistumme vuosittain. Jokaisella messulla on oma asiakasprofiilinsa ja suurin osa meidän myyntiliideistä ja nykyisistä asiakkaista on tullut näiltä messuilta. Elintarviketeollisuudessa asiakkaan saaminen ja luottamuksen rakentaminen vaatii pitkäjänteistä työtä, kasvokkaisia tapaamisia ja useita neuvotteluita. On tärkeää, että asiakkaat löytävät meidät kerta kerran jälkeen valituilta messuilta myös uudestaan. Myyntiprosessi helposti kestää vähintään vuoden, usein jopa vuosia. Pitkäjänteisyys on siis ehdottoman tärkeää. Olemme olleet erittäin tyytyväisiä tähänastiseen tukeen ja apuun, mitä olemme saaneet vientitoimintaan laajentamisessa Food from Finland -hankkeen ja Exhibition Explorer -tuen myötä. Nämä panostukset ovat tuottaneet tulosta.

Olemme nyt huolissamme suunnitteluista muutoksista messutukiin, erityisesti nyt kun samanaikaisesti Food from Finland -ohjelma päätettiin jättää vaille jatkoa. Erityisesti meitä

huolestuttaa se, miten käy Suomen maaosastolle jatkossa. Jos yritykset saavat jatkossa tuen vain yhdelle messulle, on hyvin todennäköistä, että yritysten messuosallistumiset tulevat oleellisesti vähentymään. Jos yhteisosastoja ei saada järjestettyä kuten ennen, siitä on seuraavia seurauksia:

- o Yhteinen elintarvikepuolen Suomi-brändi hiipuu, kun sen pitäisi päinvastoin vahvistua, jotta elintarvikevientiä saadaan kasvatettua ja pärjäisimme kilpailussa muille elintarvikevientimaille, joilla jo nyt on isommat ja näyttävät maaosastot.
- o Yksittäisen yrityksen näkyvyys heikkenee: Meidän omassa vientitoimintamme aloituksessa yhteiset maaosastot ovat olleet korvaamattomassa roolissa, koska ne ovat olleet laadukkaita, näyttäviä ja hyvillä paikoille sijoitettuna ja näin ollen houkutelleet hyvin kävijöitä osastolle. Jos olisimme aloittaneet omalla pienellä osastolla, vaatimattomammalla paikalla, tuskin olisimme saaneet vientiä yhtä hyvin alkuun heikomman näkyvyyden vuoksi.
- o Maabrändin lisäksi yhteisosastot ovat todella tärkeä ja arvokas tapa yrityksille yhdessä kerryttää ja jakaa osaamista viennin edistämiseksi ja kasvattamiseksi

Erityisesti, jos jatkossakin vaaditaan vähintään neljän tukikelpoisen yrityksen osallistuminen samoille messuille, on todennäköistä, että se yksikin messutuki jatkossa jää kokonaan saamatta. Syitä tähän ovat yritysten messuosallistumisen väheneminen ja osallistumisen sirpaloituminen eri messuille ja eri ajankohtiin. Tällöin yhdelle messulle on vaikea saada neljä tukikelpoista hakijaa yhtä aikaa. Johtaako tämä myös siihen, että erityisesti loppuvuoden messuille tuki on mahdotonta saada ja yhteisosastot jäävät historiaan?

Lisäksi ns. ”yhden messun taktiikka” ei toimi kapean segmentin tuotteilla, kuten meidän gluteenittomilla kauratuotteillamme. Yksi maantieteellinen alue tai yksi kohdema ei ole tarpeeksi riittävien volyymien saamiseksi. Jos kävisimme vain yksillä messuilla vuodessa, myyntimme ja liidikantamme olisivat vain murto-osa nykyisestä.

Kansainvälisille messuille osallistuminen on ollut meidän pääasiallinen tapamme tehdä uusasiakashankintaa, tehokas tapa tavata asiakkaita ja edistää myyntiprosesseja, sekä ylipäätään markkinoida kauraa kansainväliselle elintarviketeollisuudelle. Esimerkiksi juuri kauran erinomaisuuteen ja sen tarjoamiin mahdollisuuksiin muu elintarvikemaailma on vasta herännyt. On tärkeä kuitenkin ymmärtää, että ruokamaailmassa tuotekehitys ja uudet innovaatiot vaativat paljon aikaa sekä sinnikästä, pitkäjänteistä työtä, eikä läpimurtoja tehdä yhden messun aikana.

Kun Suomen elintarvikevientiä on tavoitteena kasvattaa niin meidän mielestämme tukimuodossa pitää huomioida se, että Suomelle saadaan jatkossakin yhteisiä maaosastoja tavalla tai toisella. Yrityskohtainen messutuki linkittyy meidän mielestämme tähän hyvin vahvasti ja siksi toivomme, että mahdollisessa muutoksessa huomioidaan tämä asia. Viennistä kasvua hakevia yrityksiä täytyy siis ehdottomasti tukea ja kannustaa osallistumaan, mieluiten yhdessä, tärkeille elintarvikealan ammattilaismessuille.

Utajärvellä 12.1.2024

Annu Kuure

Toimitusjohtaja

Kinnusen Mylly Oy

Marja-Riitta Kinnunen

Markkinointijohtaja

Kinnusen Mylly Oy

Kinnunen Marja-Riitta
Kinnusen Mylly Oy