



K-ryhmä aloittaa ruoan verkkokaupan Kiinassa yhdessä Alibaban kanssa

Mediatilaisuus 29.9.2017





Pääjohtaja Mikko Helander: K-ryhmä aloittaa ruoan verkkokaupan Kiinassa yhdessä Alibaban kanssa

Kommenttipuheenvuoro: Maa- ja metsätalousministeri Jari Leppä

Tavarakaupasta vastaava johtaja Ari Akseli: Miksi Kiinan markkinat houkuttavat?

Toimitusjohtaja Tom Lindblad, Fazer Makeisten kaupalliset yksiköt: Fazerin tie Kiinan kasvaville markkinoille

Toimitusjohtaja Vernu Vasunta, Kiantama: Kun puhtaalle ja terveelliselle suomalaiselle ruoalle on tilaus





K-ryhmä aloittaa ruoan verkkokaupan Kiinassa yhdessä Alibaban kanssa

Mikko Helander, Pääjohtaja



K-ryhmä on aloittanut ensimmäisenä suomalaisena päivittäistavarakaupan toimijana ruoan verkkokaupan Kiinassa

- Verkkokauppa toteutetaan yhteistyössä maailman suurimman verkkokauppayhtiön Alibaban kanssa
- K-ryhmällä vahvaa kansainvälistä tavarakaupan osaamista Aasian ja Kaukoidän markkinoilta, vienti luonnollinen jatkumo
- Tavoitteena avata suomalaisille elintarvikkeille tietä Kiinan kasvaville markkinoille
- Verkkokauppaa rakennetaan ketterästi ja start up -hengessä mahdollisuudet ja riskit tiedostaen



Miksi?

K-ryhmällä merkittävää tukkukauppaa ja kansainvälistä osaamista – vienti Kiinaan tarjoaa mielenkiintoisia liiketoimintamahdollisuuksia

Digitaalisuus K-ryhmän strategian ytimessä – tavoitteena kaupan alan parhaat digitaaliset palvelut

Yhteinen huoli suomalaisen elintarvikeketjun tulevaisuudesta - K-ryhmä haluaa edistää suomalaisten elintarvikkeiden vientiä kansainvälisille markkinoille



Pohjalla vahva kansainvälisen tavarakaupan osaaminen

- K-ryhmä tuonut elintarvikkeita ja käyttötavaraa Kiinan markkinoilta vuosikymmeniä
 - Vankka kokemus markkinasta ja laaja yhteistyöverkosto
 - Toimipiste Shanghaissa
 - Esimerkki: Hankintayhteistyö ICA:n kanssa
- Kiina helpottanut ulkomaisten vähittäiskaupparyitysten verkkokauppaan tuloa kevennetyllä CBE-mallilla (cross-border e-commerce), joka astui voimaan helmikuussa 2014



K-ryhmän tavoitteena rakentaa kaupan alan parhaat digitaaliset palvelut

Tutkimme Kiinan nopeasti digitalisoituvien ja kasvavien markkinoiden mahdollisuuksia

Otamme oppia verkkokaupan edelläkävijöiltä



Puhdas, terveellinen ja vastuullisesti tuotettu suomalainen ruoka on kilpailuvalttimme nyt ja tulevaisuudessa

Elintarvikkeiden viennin edistäminen on Suomen ruokapolitiikan kärkitavoite

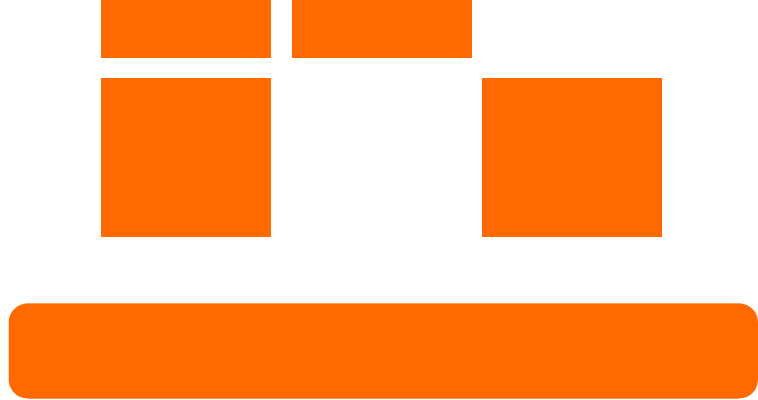
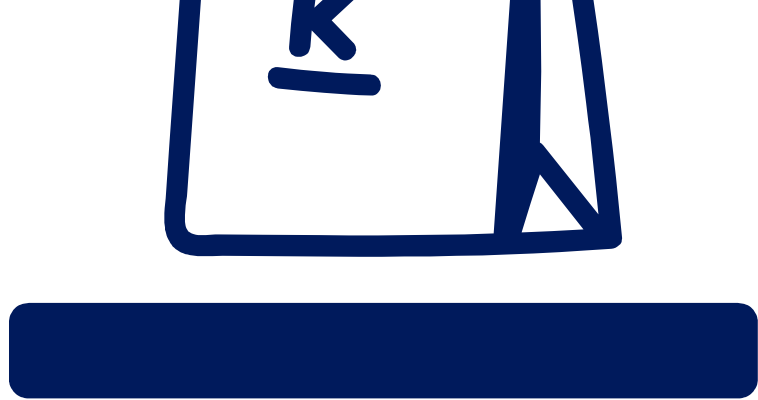
K-ryhmä haluaa aktiivisesti edistää suomalaisten elintarvikkeiden vientiä maailmalle



Kommenttipuheenvuoro: Maa- ja metsätalousministeri Jari Leppä

Miksi Kiinan markkinat houkuttavat?

Ari Akseli, Johtaja, Tavarakauppa



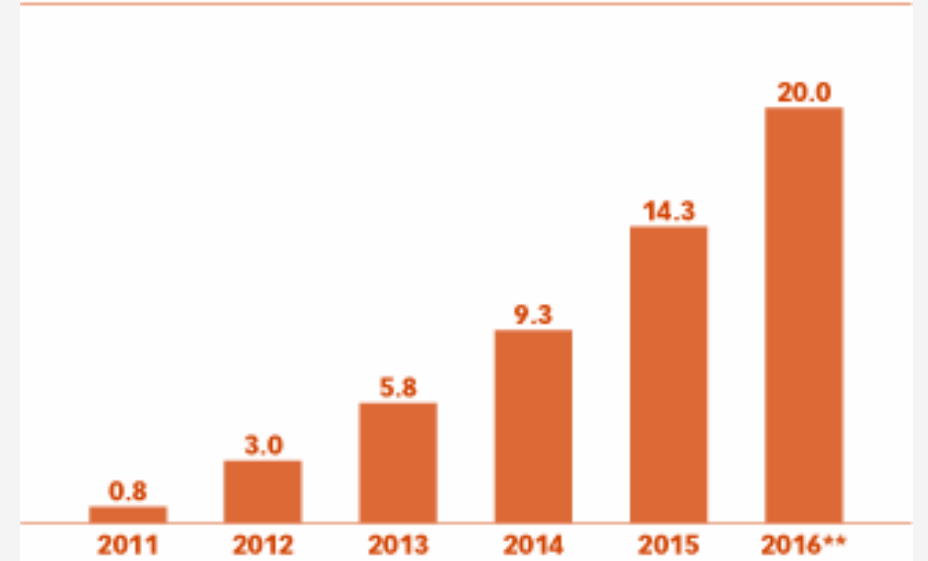
Kiina on maailman suurin ja kasvavin verkkokaupan markkina

- Kiinan verkkokaupan markkinan arvo on noin 750 miljardia dollaria (2016)*
- Verkkokaupassa aktiivisesti asioivia, 80- ja 90-luvulla syntyneitä 16-35 v. kiinalaisia milleniaaleja on 415 miljoonaa - suurempi joukko kuin läntisen Euroopan ja Yhdysvaltojen koko työikäinen väestö
- Perinteisen kaupankäynnin osuus pienentynyt ja verkossa tapahtuvan asioinnin osuus kasvanut merkittävästi viime vuosina
 - Eri selvitysten mukaan verkkokaupan arvioidaan kasvaneen 24,4 % ja perinteisen kaupan noin 1 % v. 2016
- Elintarvikkeiden myynti verkkokaupassa on kasvanut tasaisesti ja kasvun arvioidaan olevan noin 30 % v. 2018

Esimerkki: 11.11. eli Single Dayn myynti oli vuonna 2016 suurempi kuin koko Suomen PT-kaupan vuosimyynti



Alibaba's Ecommerce Sales During the 11/11 Online Shopping Festival* in China, 2011-2016
billions



Note: *a digital shopping promotional event that occurs on Nov 11 of every year, also known as Singles' Day; **forecast
Source: Fung Business Intelligence Centre (FBIC), "2016 Singles' Day Preview: Aiming High As Alibaba Pairs Shopping With Entertainment and Social Media," Nov 2, 2016

219270

www.eMarketer.com





Terveellisyys ja turvallisuus nousussa

Terveellisyys on Kiinassa vahvasti kasvava trendi – luomun arvostus ja tietoisuus ruoan terveellisyydestä kasvussa, ulkomaisiin elintarvikkeisiin liittyy vahva laatumielikuva

Viime aikojen ruokaskandaalit ovat horjuttaneet kuluttajien uskoa kiinalaisiin brändeihin – toiveet ruoan turvallisuudesta kasvattavat tuontielintarvikkeiden kysyntää

Suomalaisille tuotteille kasvava kysyntä

- Kiinalaiset arvostavat suomalaisten tuotteiden puhtautta, korkeaa laatua ja turvallisuutta – tuotteiden laatu ja palvelu menevät edullisen hinnan edelle*
- K-ryhmän hankkeessa mukana suomalaisia tunnettuja elintarvikealan toimijoita, jotka tulevat mukaan vaiheittain: Valio, Paulig, Fazer, Raisio, Roberts, Finn Spring ja Kiantama
- K-ryhmän oma tuotemerkki Pirkka on valikoimissa myös mukana
- Ensimmäiset Kiinaan viedyt tuotteet ovat myslejä, puuroja, marjatuotteita ja kahveja
- Verkkokaupan valikoima laajenee jatkossa, tavoitteena osuva ja tarkkaan mietitty skandinaavinen valikoima

Valikoimissa olevia tuotteita 29.9.2017 alkaen

Tuotteet alkuvaiheessa: murot, myslit, marjatuotteet, kahvit ja keksit

Valikoimaa laajennetaan mm. suklaisiin ja juomiin



Verkkokauppa toteutetaan yhteistyössä Alibaban kanssa

KESKO海外旗舰店
From Finland

盛大开业
躺在家里的欧洲超市
KESKO WAS FORMED IN OCTOBER 1981. WE INVITE YOU TO STEP INTO THE WORLD OF NORDIC FLAVORS.

KESKO海外旗舰店
北欧风味就在家门口

KESKO是北欧商超连锁品牌，拥有一系列受欢迎的品牌和产品类别。KESKO的核心价值在于为客户提供优质和有趣的购物体验，高品质和安全性是KESKO的首要任务。KESKO提供的所有品牌都是芬兰本土品牌，旗下的大多数产品也都是芬兰制造。

领券更优惠
COUPONS ARE BETTER

超值优惠券 满100减200 (有效期至10/31)	10 满100减10 (有效期至10/31)	20 满200减20 (有效期至10/31)	50 满500减50 (有效期至10/31)
---	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------

阳光燕麦
咖啡
巧克力糖果
饼干曲奇

1分钟 健康美味
即冲即食 独立小袋
Pirikka 苹果覆盆子口味燕麦粥210g
rmb. 139

美好一天，从美味的高麦粥开始
A WONDERFUL DAY BEGINS WITH DELICIOUS OATMEAL

什锦燕麦片 方便即食，营养快捷
草莓树莓燕麦粥 即冲即食，便携小袋
蓝莓苹果燕麦粥 即冲即食，便携小袋

醇香浓郁 顺滑口感
无糖研磨 冲泡即享
Pirikka 大粒综合咖啡 500g
rmb. 139

香醇顺滑的风味，来自精心挑选的咖啡豆
MELLOW AND SMOOTH FLAVOR

Pirikka 大粒综合咖啡
香醇浓郁，品质原味
颗粒风味不流失
rmb. 139

Pirikka 速溶咖啡
方便快捷，即冲即享
牛奶咖啡一冲
rmb. 139





Suomalaiset elintarvikkeet satojen miljoonien kiinalaisten ulottuvilla

”Kiinalaiset arvostavat suomalaisten tuotteiden korkeaa laatua, aitoutta ja turvallisuutta. Suomalaisille tuotteille on kasvava kysyntä Kiinan markkinoilla, ja olemme tyytyväisiä, että pystymme tarjoamaan verkkokauppojemme 466 miljoonalle vuosittaiselle aktiivikävijälle mahdollisuuden tutustua niihin.”

- David Lloyd, Alibaban Iso-Britannian, Irlannin ja Pohjoismaiden toiminnoista vastaava toimitusjohtaja



K-ryhmä noudattaa maailman vastuullisimpana kaupan alan yrityksenä kaikessa toiminnassaan vastuullisuusperiaatteita ja K Code of Conductia

Edellytämme vastaavan tasoisia vastuullisia toimintamalleja myös kiinalaisilta kumppaneiltamme



Yhteistyö Kiinan verkkokaupassa – K-ryhmä ja Fazer

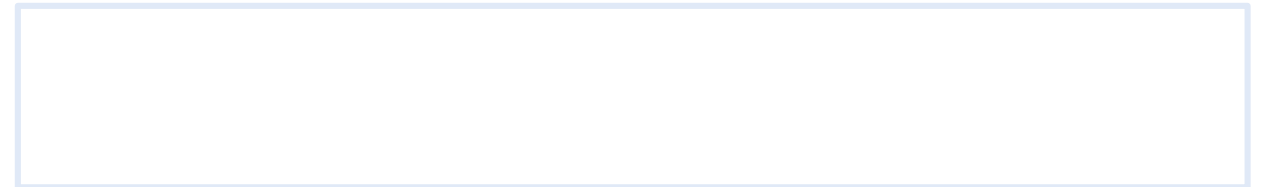
Tom Lindblad

Toimitusjohtaja - Fazer Makeisten kaupalliset yksiköt

Fazer Konserni



- Perustettu 1891
- Liikevaihto 1,6 miljardia euroa
- Henkilöstö 14 876
- Maat: Suomi, Ruotsi, Venäjä, Norja, Tanska, Viro, Latvia, Liettua



Fazer Makeiset



- Suomen johtava makeisyrittäjä
- Myyntiä yli 40 maassa
- Vahva markkina-asema Skandinaviassa, Baltiassa sekä maailmanlaajuisilla travel retail –markkinoilla (nro 9 maailmassa)
- Laaja valikoima kattaa kaikki makeiskategoriat, brändit mm. Karl Fazer, Tutti Frutti, Dumle ja Geisha
- Suklaatuotteet tehdään 100 % vastuullisesti tuotetusta kaakaosta
- Fazerin makeistehtaat sijaitsevat Suomessa
 - makeisista n. 97 % valmistettu Suomessa
- Fazer Makeiset laajentaa toimintaansa ja arvioi jatkuvasti uusia mahdollisia markkinoita viennin kasvattamiseksi mm. premium suklaalle

1 109 työntekijää
Liikevaihto 337 M€



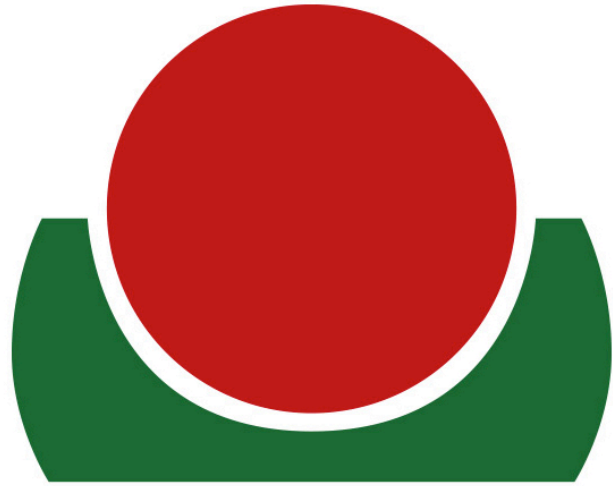
Yhteistyö: K-ryhmän ja Alibaban Kiinan verkkokauppa & Fazer

- Pohjoismaisilla tuotteilla vahva kuluttajaimu Aasiassa – laatuimago on erinomainen
- Uusi verkkokauppa on uusi jakelutie Fazerin Suomessa valmistetuille tuotteille Aasiassa
- Fazer pystyy hyödyntämään vahvaa asemaa ja pitkää kokemusta maailman travel retail – liiketoiminnassa potentiaalisten tuotteiden löytämiseksi verkkokauppaan
- Kokemukset verkkokaupasta tuovat Fazerille tietoa Kiinan markkinoista myös laajemmin
- K-ryhmän ja Alibaban Kiinan verkkokauppa on luonteva ja erinomainen yhteinen oppimisprojekti Kiinan markkinoista





**MAKES THE WORLD
TASTE GOOD**



KIANTAMA

bio^{ki}o^{ki}o^{ki}o^{ki}®

BERRY GOOD INGREDIENTS SINCE 1973

KIANTAMA

Olemme perheyhtiö. Yrityksemme on perustettu 1973 Suomussalmella.

Valmistamme ja kehitämme korkealaatuisia marjatuotteita ja raaka-aineita elintarvike-, luontaistuote- ja kosmetiikkateollisuuden käyttöön.

Biokia-kuluttajatuotemerkki vuodesta 2003.

Perusarvomme ovat puhtaus, terveellisyys, oikeudenmukaisuus, luotettavuus ja luonnonläheisyys.



50 %
vientiin



12,2 M€
2017



42
hlöä



4
Mkg/v

KIANTAMA



Yhteistyö K-ryhmän kanssa

biokia®

- Uskomme, että puhtailla ja terveellisillä Biokia-tuotteillamme on merkittävä vientipotentiaali etenkin Aasiassa
- Vahvuutemme on, että suomalaiset marjat mielletään terveystuotteiksi
- Odotamme, että vienti kasvaa hyvin nopeasti suuremmaksi kuin kotimaan myynti
- Verkkokauppa yhteistyössä K-ryhmän kanssa on meille ideaali tapa aloittaa vienti Kiinaan – yksin se olisi ollut meille liian iso ponnistus





Jotta kaupassa
olisi kiva käydä.