

# Green Day by Food from Finland



Mahdollisuuksia kasvavilla kasvipohjaisilla markkinoilla



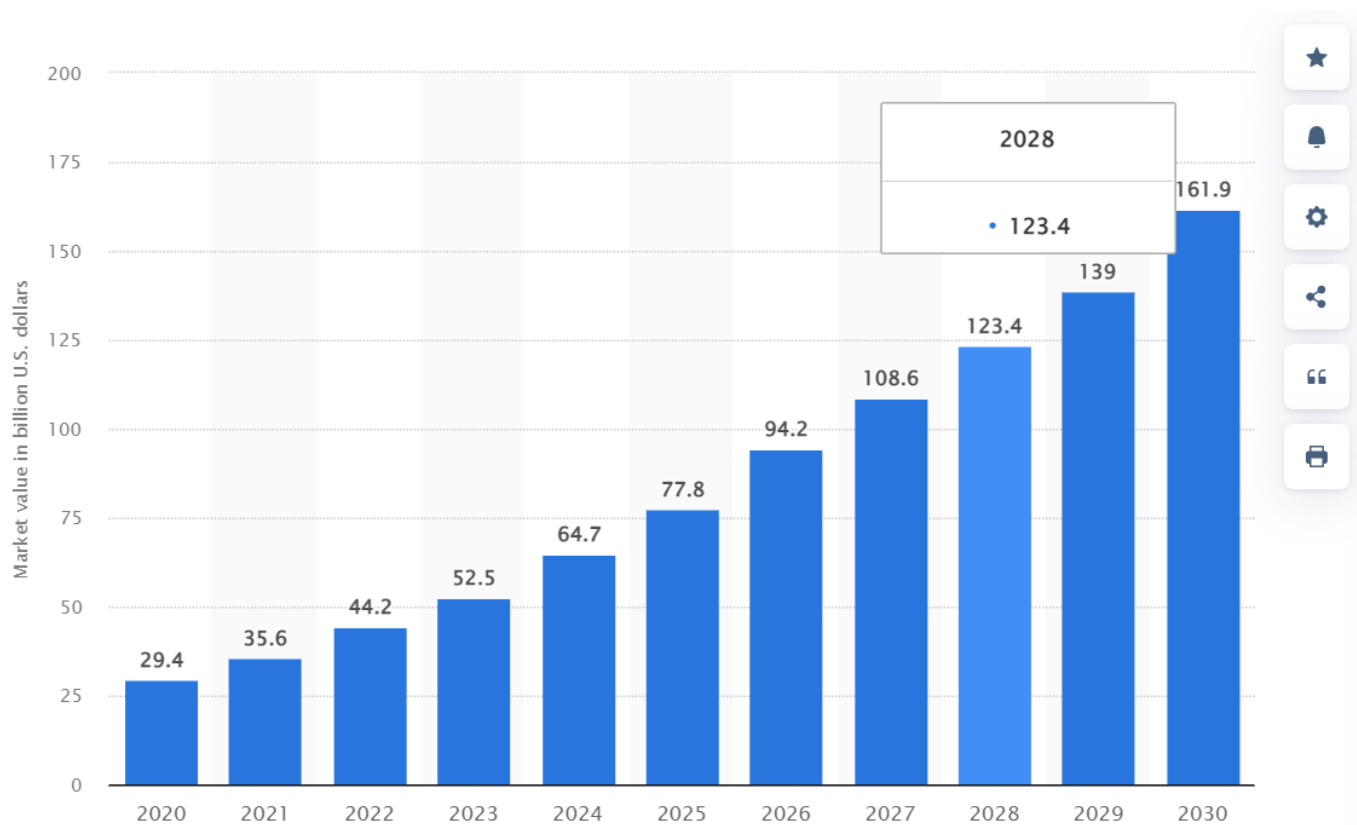
Annaleena Soult

Food from Finland /  
Business Finland

5.4.2022

# Kasvipohjaisten tuotteiden markkinakehitysennuste 2020-2030

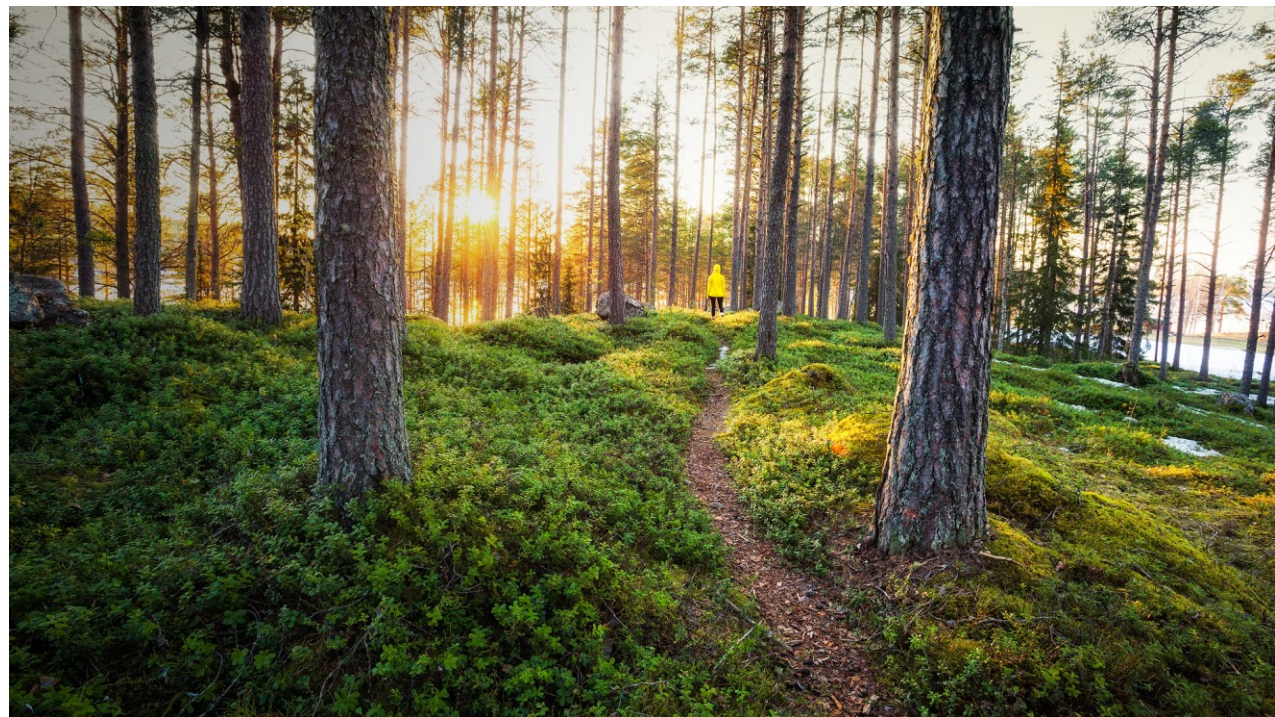
Value of the plant-based food market worldwide from 2020 to 2030 (in billion U.S. dollars)



# Kasvipohjaisten tuotteiden markkinat kasvavat vauhdilla

Taustavaikuttajana kuluttajien arvot

- Kestävä kehitys, ympäristöystävällisyys, vihreä siirtymä
- Terveellisyys
- Trendikkyys



# Kasvipohjaisten tuotteiden kategoriat

- Kasvipohjaiset vaihtoehdot lihalle
- Kasvipohjaiset vaihtoehdot maitotuotteille
- Kasvipohjaiset vaihtoehdot mereneläville ja kalatuotteille
- Uudet kasvipohjaiset proteiinivalmisteet ja raaka-aineet
- Soluteknologialla tuotetut proteiinit



# Kasvipohjaisten tuotteiden kuluttajat

## Who is the flexitarian or plant-based consumer?



**73%** of global flexitarian or plant-based consumers **exercise at least weekly**



**72%** of global flexitarian or plant-based consumers **try to have a positive impact on the environment through my every day actions**



**66%** of global flexitarian or plant-based consumers **want to improve their eating habits**



**59%** of global flexitarian or plant-based consumers **only buy from companies/brands that they trust completely**

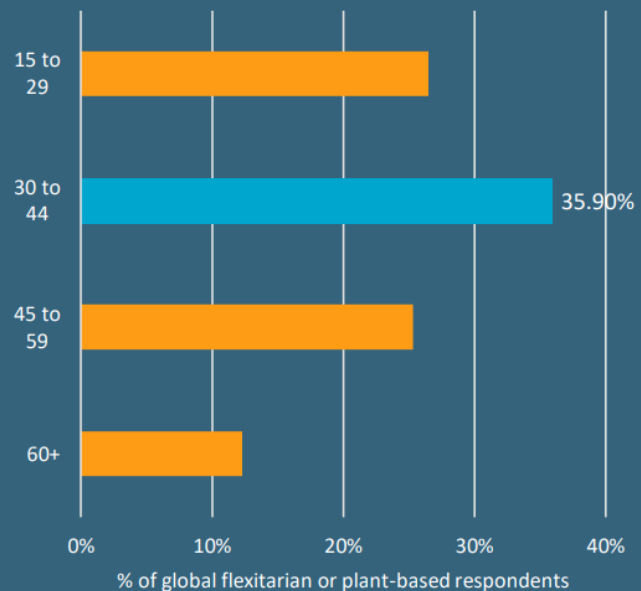


**50%** of global flexitarian or plant-based consumers **prefer to spend money on experiences, rather than things**



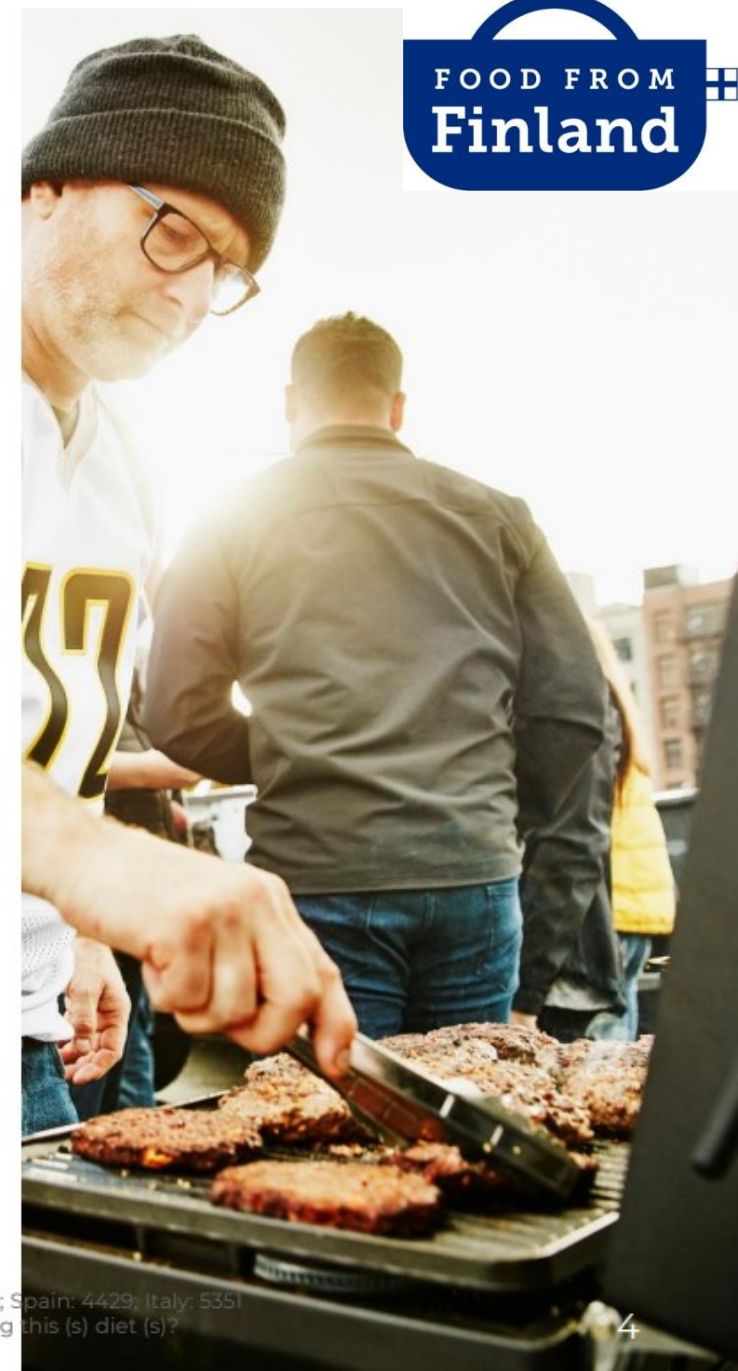
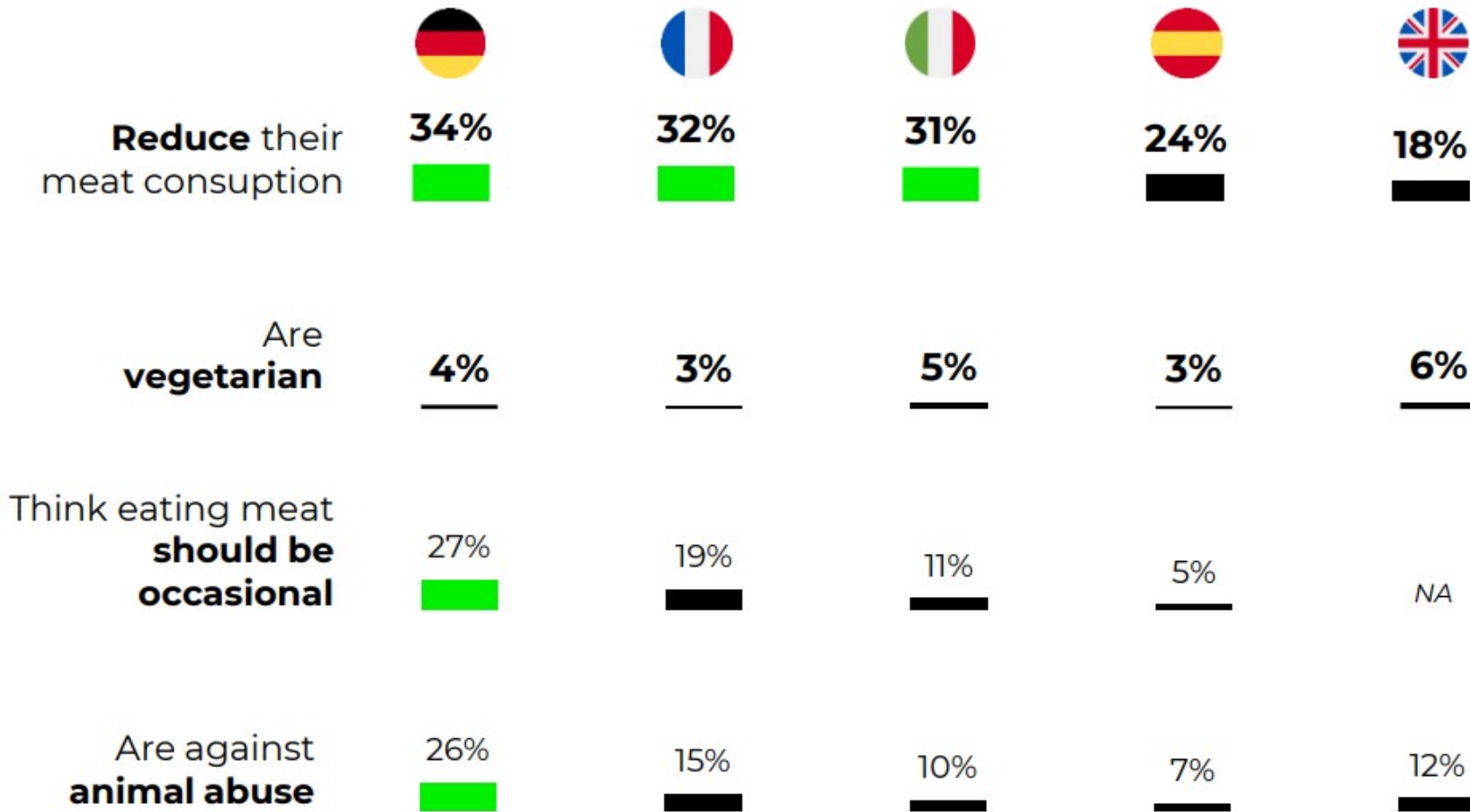
**40%** of global flexitarian or plant-based consumers **participate in stress reduction activities at least weekly**

**Flexitarian or Plant-based Consumers by Age**  
n = 21,144



Source: Euromonitor International's Voice of the Consumer: Health and Nutrition Survey, fielded January/February 2021

# Reducing meat consumption is European reality



Raw base: Germany: 10687; UK: 7604; France: 9057; Spain: 4551; Italy: 5461; those who have a reason to follow a specific diet: Germany: 10179; UK: 7382; France: 8823; Spain: 4429; Italy: 5351  
 Q8. Which dietary habits do you personally follow? Q9a. You have just told us that you are following one or more specific diets, for what reason (s) are you following this (s) diet (s)?

# Suomalaisten kasvipohjaisten tuotteiden vahvuudet



## Ruokaturvallisuus

- Kansainvälisten markkinoiden kuluttajat arvostavat elintarvikkeidenpuhdasta, luonnollista kasvuympäristöä, tuotantoketjujen turvallisuutta ja jäljitettävyyttä

## Innovatiivinen tuotetarjonta pohjautuen suomalaisiin raaka-aineisiin

- Kaura on vahvasti kasvava trendi maailmalla – Suomessa laaja kirjo innovatiivisia kaurapohjaisia tuotteita
- Suomalainen kaura on laadukasta ja ravintorikasta
- Härkäpapu, herneproteiini, muut kasvipohjaisten proteiinien lähteet suomalaisissa innovatiivisissa tuotteissa ja raaka-aineissa
- Suomalaiset villimarjat – suomalaista superfoodia

## Pohjoismainen alkuperä, suomalaisuus

- mielletään uudeksi, raikkaaksi, laadukkaaksi, kestävää kehitystä tukevaksi



# Green Day- suomalaisen kasvipohjaisen tuotetarjoaman promootiokonsepti



Tavoitteena tutustua paikalliseen markkinaan, tehdä suomalaista tarjontaa tunnetuksi ja luoda ostajakontakteja

## Green Day, Pariisi 21.-22.3.

- Mukana 18 suomalaista yritystä
- 2 päivän ohjelma:
  - paikalliseen markkinaan tutustuminen
  - Green Day-tilaisuus Suomen suurlähetystössä:
    - Aamupäiväseminaari: suomalaisen osaamisen esittelyä, Ranskan markkinatietoutta
    - Buffet-lounas, valmistettu osallistuvien yritysten tuotteista
    - Verkostoitumisiltapäivä, yritykset omissa esittelypöydissään
- Kohderyhmä: ranskaiset ostajat ja maahantuojat (vähittäiskauppa, horeca-sektori, teollisuus) sekä media
  - Tavoite: herättää kiinnostusta ja tehdä tunnetuksi suomalaista osaamista ja tuotteita, luoda ostajakontakteja
- Skaalattavat tapahtuma usealle kohdemarkkinalle, suunnitelmassa ainakin Etelä-Korea, Japani, USA





# Green Day activities - USA



Interested in US opportunities?

## Upcoming Webinar - US Plant Based Category Insights

**Timing:** April 28, 2022

- Category size and growth
- Key brands
- Opportunities/challenges
- Store check photography
- Overview of retailers
- Packaging considerations
- Merchandising considerations
- Focus on plant-based milk & creams, yogurt, meat, cheese and snacks

## 1:1 Coaching Opportunities

**Timing:** May 2022

- Opportunity to connect with Green Seed partner and marketing director for 1:1 coaching sessions, focusing on brand/product concept feedback and areas of opportunity
- Ahead of the meetings, Green Seed team will review product samples and brand sales presentation to provide specific, actionable feedback



# Muut Green Day-tapahtumat 2022



## USAn kasvipohjaisten tuotteiden markkinat

- Markkina-avalmennus 1 03/2022
- Markkina-avalmennus 2 28.4.2022
- Yrityskohtaiset keskustelut Green Seed-konsulttiyrityksen kanssa (8 kpl, FDA-hyväksynnän saaneille tai joilla prosessi jo käynnissä, ei raaka-ainevalmistajille) 05/2022

Green Day-valmistelut jatkuvat syksyllä.

## Etelä-Korean kasvipohjaisten tuotteiden markkinat

- Markkina-avalmennus
- Green Day-verkostoitumistapahtuma 31.10-1.11. Nordic Food Eventin yhteydessä, Soul

## Japanin kasvipohjaisten tuotteiden markkinat

- Markkina-avalmennus, pvm vahvistuu
- Green Day-verkostoitumistapahtuma 15.-16.11., Tokio



The background of the entire image is a close-up photograph of a bowl filled with fresh blueberries. The berries are dark blue with a natural white bloom. Several bright green mint leaves are scattered among the berries, adding a pop of color. The lighting is soft, highlighting the texture of the fruit.

**KIITOS!**

Jo toteutetut valmennusmateriaalit ja tiedot tulevista tapahtumista:

<https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/ohjelmat/food-from-finland>