

Innovatiivisuus Suomen elintarvikeketjun menestystekijänä

Visio- ja uutispäivä
27.11.2009

Toimitusjohtaja Heikki Juutinen
Elintarviketeollisuusliitto ry

Tämä ei ole uutinen:

Innovatiivisuus on ja on aina ollut kehittyvän yrityksen menestystekijä.

Innovatiivisuus tutkimuksessa, tuotekehityksessä ja kaupallistamisessa

”Strategisesti kohdistetun monikansallisen ravitsemus-, elintarvike- ja kuluttajatutkimuksen sekä tehokkaan elintarvikeketjun hallinnan avulla voimme tuottaa innovatiivisia, uusia ja entisestään parannettuja tuotteita kotimaisille ja kansainvälisille markkinoille.”
(European Technology Platform on Food for Life, 2005)

”Vahvistamalla koko innovaatioketjua saadaan tutkimuksen, tuotekehityksen ja kaupallistamisen yhteistyönä tuotteet menestymään” (ERA-ohjelma, 2007)

Strategia määrittelee yrityksen innovatiivisen luonteen ja T&K:n toteutustavan

4. Innovaattori

Tutkii pitkäjänteisesti, patentoi tuotteita / teknologiaa, etsii ratkaisuja ongelmiin ja markkinamuutoksiin

3. Edelläkävijä

Kehittää kuluttajalähtöisiä uutuustuotteita, uudistaa vanhoja, omaa tuotekehitystä, hyödyntää ulkopuolista tutkimusta

2. Seurailija

Etsii ja kopioi kilpailijoita kotimaasta ja ulkomailta
Seuraa tarkasti kilpailijoiden toimintaa, omaa tuotekehitystä

1. Tuottaja

Kustannustehokas kaupanmerkkien valmistaja tai teollisuuden alihankkija, tuotekehitys pienimuotoista

Millainen innovaattori yrityksesi on?

- Mille tasolle 1 – 4 yrityksesi asettuu?
- Eri tasoilla tehdään hyvin erilaista T&K:ta
- Ideoinnin, tuotekehityksen, testauksen ja lanseerauksen menetelmät, aikajänne sekä panostukset vaihtelevat suuresti
- Yrityksen siirtyminen alhaalta ylöspäin vie aikaa ja rahaa, eikä ole aina viisasta. Päinvastainen liike helpompaa.
- **Kaikille innovaattoreille yhteistä:**
 - Trendien seuranta
 - Tahto tuottaa uutuuksia
 - Pakkausdesign
 - Kuluttajapalautteen ja markkinadatan hankinta
 - Lainsäädännön tuntemus

Innovaatioiden lähtökohdat

- **Tieteelliset innovaatiot**
 - Tiede- ja tutkimusresurssit
 - Kärsivällinen tutkimustyö
 - Vahva tieteellinen näyttö
 - Patenttien ja terveystieteiden aikaansaanti
- **Teknologiset innovaatiot**
 - Patentoidut teknologiat tai tuotteet
 - Lisenssien myynti
- **Markkinalähtöiset innovaatiot**
 - Oma brändi, lisenssibrändi, tavaramerkki
 - Kuluttajaviestintä ja markkinointi
 - Kaupallistamisen mahdollisuus
- **Organisatoriset innovaatiot**
 - Organisaatiota kehittämällä luodaan lähtökohdat edellä mainituille innovaatioille
- **Strategiset innovaatiot**
 - Yritys innovoi strategiaansa, muuttaa liiketoimintaa

Case Valio: Menestyvien innovaatioiden resepti



1. Tieteelle ja teknologialle resursseja
2. Tutkimus ja tuotekehitys
3. Tieteellinen näyttö, patenttien suojaus
4. Saumaton yhteistyö markkinoinnin, tuotannon ja myynnin kesken
5. Suomi ja suomalaiset kuluttajat ideaali markkina-alue menestyvien innovaatioiden pilotoinnille

© Valio Oy

Innovatiivisuuden merkitys

- Innovatiivisuus mahdollistaa kilpailukyvyn parantamisen uusien, lisäarvoa antavien tuotteiden avulla sekä parempien toimintatapojen kautta
- Kannattavuuden parantaminen syntyy kyvystä kohdata asiakkaiden ja kuluttajien halut sekä tarpeet
- Sekä asiakas että yritys hyötyvät
- Pakottaa jatkuvaan kehittämiseen. ”Menestys on menestystä – toistaiseksi.”

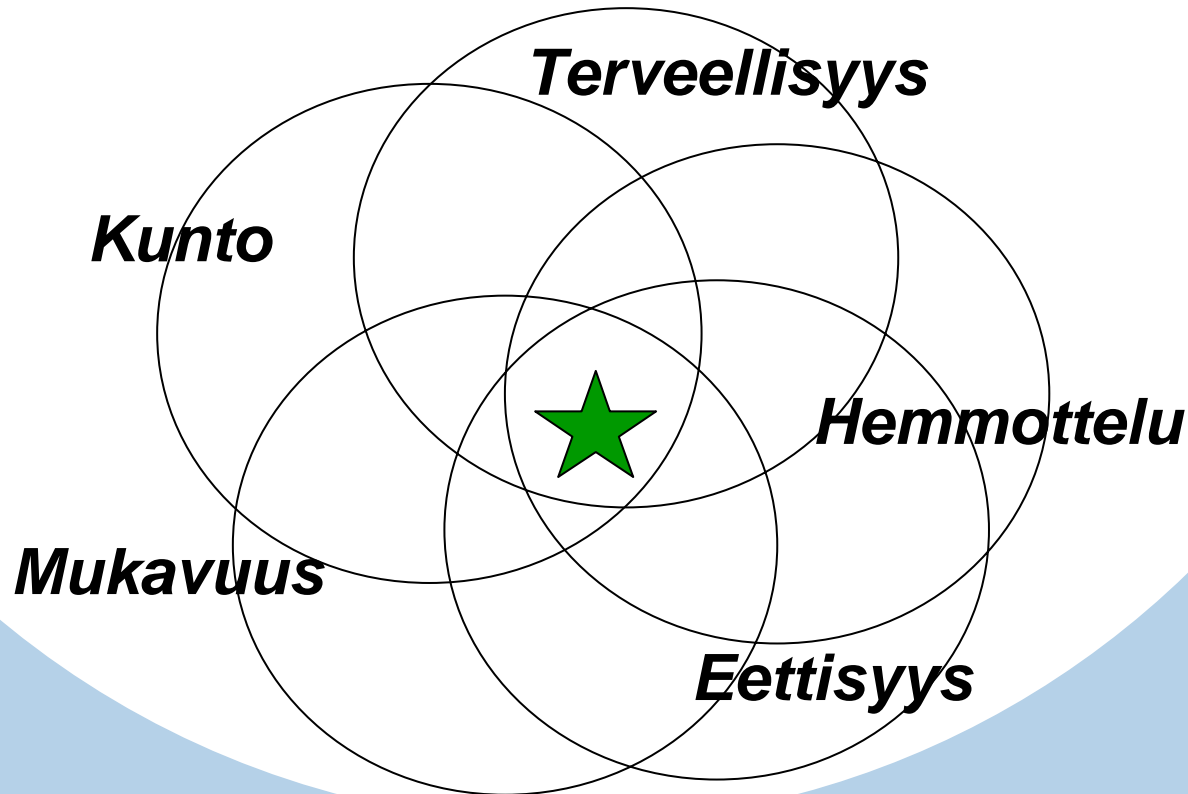
Kaupallistamisen onnistuminen ratkaisee

1. Kuluttaja on tietämätön, kunnes havaitsee uutuuden
2. ”Uutuus” on asiakkaan vangitseva markkinaviesti
3. Hyvä uutuus:
 - Tehdään maksimaalisesti uutta minimaalisella panostuksella
4. Uutuuksien (esim. <5 vuotta vanhat) osuus
 - Myyntituotoista, käyttökatteesta?
 - Tavoite?

Innovaatioiden tuottaminen (1)

- **Ulkopuolisen maailman oivalluksiin pohjautuvat**
 - Trendien seuranta ratkaisevan tärkeää
 - Asiakas- ja markkinatiedon keruu ja analysointi
 - Kuluttajan odotusten ja tarpeiden ennakointi
 - Trendit voivat olla sekä uhka että mahdollisuus yrityksen portfoliolle
 - Taitava yritys kääntää uhkan menestykseksi; on useita hyviä esimerkkejä
 - Trendit kuvastavat muutosta kuluttajan
 - Asenteissa
 - Arvoissa
 - Ostokäyttäytymisessä

Case Valio: Trendit näyttävät innovaatioille suunnan



© Valio Oy

Innovaatioiden tuottaminen (2)

• Yrityksen sisältä syntyvät

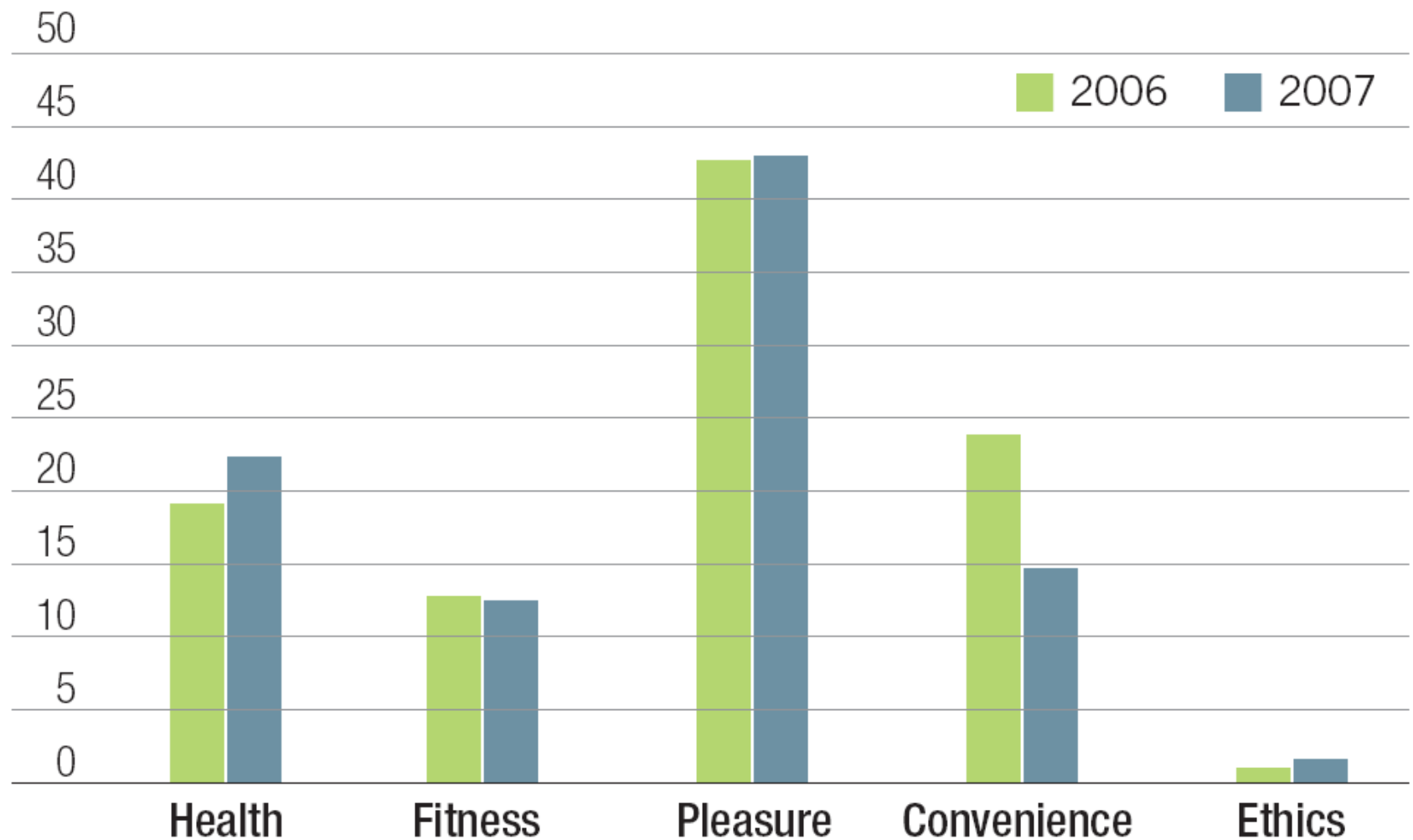
- Strategian tuomat kehittämistarpeet
- Asiakkaiden toiveet ja tarpeet
- Uuden tuotteen, tuoteperheen, konseptin tai palvelun kehittäminen
- Yrityksen portfolion uudistaminen
- Keksitään tai luodaan kokonaan uusi markkina
- Kehitetään uusi tapa toimia
- Tuotekehityksen, designin ja markkinaviestinnän tiivis yhteistyö
- Innovoiva tuotekehitysprosessi ideoinnista lanseeraukseen

Ideasta innovaatioon

Ideoiden syntyminen – tuska vai ilo?

- Yrityksen strategian on luotava mahdollisuus ideointiin
- Ideat syntyvät ihmisen päässä – ei työryhmissä
- On oltava ymmärrys mielikuvituksen ja luovuuden toteuttamisesta jokapäiväisissä toiminnoissa
- Luodaksesi uutta luo olosuhteet muutokselle
 - ”Ei koira käskemällä hauku”
 - Uudet välineet ajatteluun
 - Ideointi ilman rajoitteita
- Tarjolla paljon erilaisia toimintamalleja ja myös ulkopuolista osaamista
- Idea on vasta kipinä innovaation syntymiselle

Share of the drivers for innovation in Europe, 2006-2007 (%)



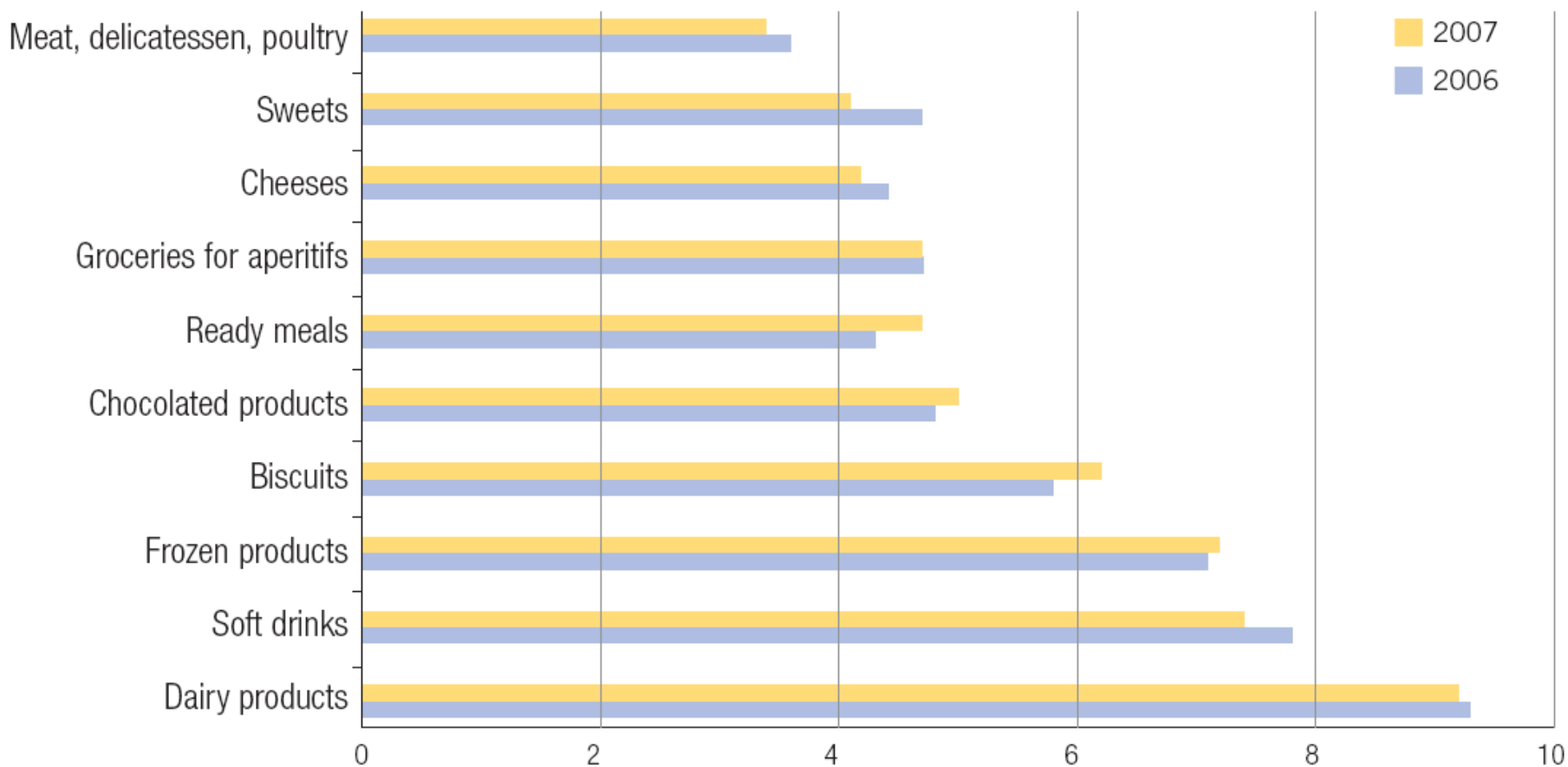
Source: XTC world innovation 2008 (www.xtcworldinnovation.com)

Share of the main trends within the categories for innovation in Europe, 2006-2007 (%)

<i>Category</i>	<i>Trends</i>	<i>2006</i>	<i>2007</i>
Pleasure	Sophistication	18.6	19.8
	Exotism	7.8	5.8
	Variety of senses	10.2	12.2
	Fun	6.1	5.2
Health	Medical	10.1	11.1
	Naturality	7.8	9.4
	Vegetarianism	1.0	2.0
Fitness	Diet	11.3	10.7
	Energy, well-being	1.8	1.9
	Cosmetics	0.1	0.3
Convenience	Easy to handle	11.4	11.4
	Time saving	8.9	6.2
	Nomadism	3.7	2.3
Ethics	Ecology/citizenship	1.1	1.5

Source: XTC world Innovation 2008 (www.xtcworldinnovation.com)

The most innovating sectors worldwide, 2006-2007 (share in %)



Source: XTC world innovation 2008 (www.xtcworldinnovation.com)

Innovaatiot antavat kasvuvoimaa elintarviketeollisuudelle

- Innovatiivisuus kehittää toimintaa ja tuottaa uutta
- Trendit kannustavat innovointiin
 - Terveellisyys, vastuullisuus, nautiskelu, helppous
- EU luo perusedellytykset tutkimukselle ja tuotekehitykselle
 - Puiteohjelmat hyviä esimerkkejä
- Suomen hallituksen on edistettävä elintarvike-alan T&K&K -toimintaa
 - Kansallinen Ruokastrategia mahdollisuutena
 - Tarvitseeko myös elintarvikeala T&K-remontin?
 - Millainen on elintarvikealan innovaatio-agenda?
 - Pk-yrityksille paremmat mahdollisuudet innovointiin