

SeAMK FramiPro®

Selvitystä elintarvikealan kansainvälisistä messuista  
Clarification of international food fairs

**Versionumero** 3.0

**versionluontipäivämäärä** 10.10.2013

**Dokumentti:** Loppuraportti

**Dokumentin tila:** valmis

**Julkisuusaste:** ulkoinen

Laatijoiden nimet:

Rita Jokinen

Sauli Kitunen

Soila Mäntymaa

Ulla-Maija Poranen

## SISÄLTÖ

SISÄLTÖ .....	2
1 JOHDANTO .....	4
1.1 Projektin kuvaus.....	4
1.2 Kansainvälisistä messuista .....	4
1.3 Yritysten osallistuminen messuille.....	5
1.4 Esimerkki onnistuneesta messukokemuksesta .....	6
2 SUOMALAISIA OSALLISTUJIA KANSAINVÄLISILLÄ MESSUILLA	8
3 ELINTARVIKEALAN TÄRKEIMPIÄ KANSAINVÄLISIÄ MESSUJA	10
3.1 Erilaisia messuja .....	11
3.1.1 Saksan messut .....	11
3.1.2 Venäjän ja Viron messut .....	12
3.1.3 Ranskan messut .....	13
4 RAHOITUS .....	15
4.1 Yhteishankkeet:.....	15
4.2 Yrityskohtaiset hankkeet: .....	16
4.3 Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelma .....	16
4.3.1 Ohjelmakauden vaihto .....	16
4.3.2 Tuen hakeminen .....	17
4.3.3 LEADER-toimintatapa .....	18
4.3.4 Yritysryhmät .....	18
4.4 Muut rahoitusvaihtoehdot.....	19
5 YHTEISTYÖKUMPPANIT JA OSALLISTUMISMUODOT .....	21
5.1 Viexpo .....	21
5.2 Finpro .....	21
5.3 BSR Itämeriverkosto .....	22
5.4 Fintra .....	22
5.5 Team Finland .....	22
5.6 OSKE .....	23
5.7 Yritys-Suomi ja Kasvuväylä.....	24
5.8 Finnpartnership ja Finnfund .....	24

5.9 Kaupalliset messuyritykset.....	25
6 YHTEENVETO.....	26
7 LÄHTEET.....	27
8 LIITTEET .....	31

# 1 JOHDANTO

## 1.1 Projektin kuvaus

ProAgria Etelä-Pohjanmaan Maa- ja kotitalousnaisten FramiPro:lle antamassa projektissa tavoitteena oli selvittää elintarvikealan kansainvälisiä messuja. Projekti liittyy osana laajempaan Häppeninki-hankkeeseen, jolla halutaan lisätä ja parantaa paikallisten yritysten mahdollisuuksia osallistua maakunnallisiin, kansallisiin ja kansainvälisiin tapahtumiin liiketoiminnallisesti kannattavasti. Häppeninki-hankkeessa pyritään luomaan kolme uutta tapahtumaosallistumiskonseptia kyseisille aluetasolle. FramiPro:n tehtävä rajautui toimeksiannon pohjalta seuraaviin tavoitteisiin:

1. Lista messuista, joissa on ollut ja on vuosina 2013-2014 Suomi-osastoja tai maakuntaosastoja.
2. Tietoja elintarvikealan tärkeimmistä kansainvälisistä messuista, painottuen Itämeren alueeseen.
3. Esimerkkejä tällä hetkellä saatavilla olevista rahoitusvaihtoehdoista ja osallistumismuodoista
4. Lyhyt yhteenveto mahdollisuuksista koottujen tietojen pohjalta.

Tarkoituksena oli kerätä toimeksiantajalle tietoa, jota voi hyödyntää messukonseptin kehittämisessä. Tietoja haettiin internetistä, asiantuntijoilta, tutkimuksista ja kirjallisuudesta.

## 1.2 Kansainvälisistä messuista

Messutoiminta on tärkeä osa suomalaisten yritysten markkinointia, myynninedistämistä ja vientitoimintaa. Keski-Euroopan messut ovat globaalisti tärkeitä, ne ovat alan arvostetuimpia ja niillä on pitkät perinteet. Keski-Euroopan messut sijaitsevat maantieteellisesti Suomea kohtuullisen lähellä, ja ne toimivat tehokkaana myynti- ja markkinointikanavana muualle Eurooppaan. Pienten suomalaisten yritysten voi olla hankala luoda ensikontaktia ulkomaisiin asiakkaisiin muualla kuin messuilla.

Keski-Euroopan liiketoimintakulttuurilla on pitkät perinteet ja kasvokkain tapahtuva yhteydenpito on olennainen osa sitä. Messut ovat hyvä tapa lisätä myyntiä, tavata asiakkaita ja löytää uusia yhteistyökumppaneita.

Verkostojen ja asiakassuhteiden luominen on yksi tärkeimmistä kriteereistä messuille osallistumisessa. Messuilla näkyvyyttä voidaan verrata sosiaalisessa mediassa toimimiseen. Molemmissa tarkoituksena on kohdata asiakkaat ja tarjota heille tuotteita ja palveluita. Sosiaalisessa mediassa tavoitetaan paljon potentiaalisia asiakkaita, mutta messuilla heidän kanssa päästään henkilökohtaiseen kontaktiin.

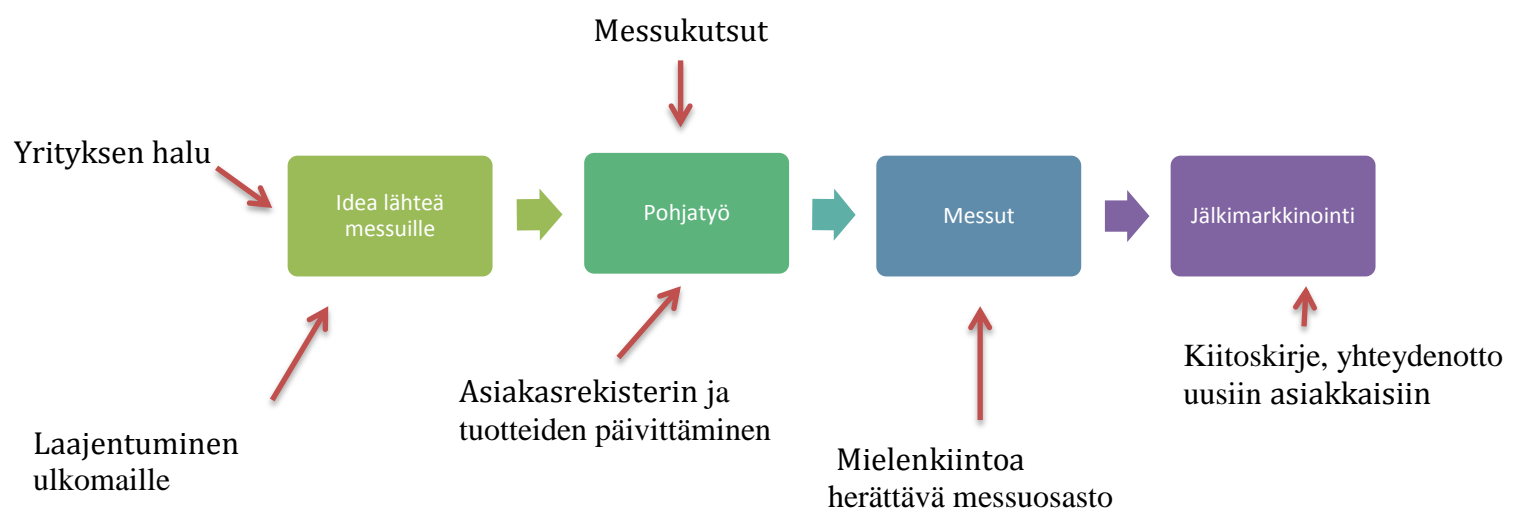
### **1.3 Yritysten osallistuminen messuille**

Yritysten suurin syy osallistua messutapahtumiin on myynnin lisääminen ja markkinoiden kasvattaminen kotimaan ulkopuolelle. Messuille on asetettava realistiset tavoitteet siitä, mitä messuilta haetaan. Messuille osallistumista aletaan suunnitella noin vuosi ennen tapahtuma ajankohtaa. Myyntitavoitteisiin vaikuttavat muun muassa yrityksen koko, sen tuotevalikoima ja messuosaaminen. Messuosastoihin panostetaan erittäin paljon ja sen on pystyttävä viestimään oikealle kohderyhmälle.

Myyntitavoitteita messuilla on muun muassa suhteiden ylläpitäminen vakioasiakkaisiin, uusien asiakkaiden hankinta, tiedon kerääminen ja jakaminen, sekä uutuustuotteiden ja palvelujen esittelemine. Asiakassuhteiden ylläpitäminen ja suhteen parantaminen on erittäin tärkeää. Messuilla on tarjottava aina jotain uutta, jotta asiakas tuntisi osallistumisensa messuilla hyödylliseksi. Näytteilleasettajayritykseltä vaaditaan pitkäjänteisyyttä ja kärsivällisyyttä, eikä yrityksen pidä luovuttaa ensimmäisen messukerran jälkeen.

Messuilla saavutetaan myös ei-myyntillisiä tavoitteita. Näitä voivat olla esimerkiksi imagon säilyttäminen ja parantaminen asiakkaiden, kilpailijoiden ja lehdistön keskuudessa, tiedon kerääminen kilpailijoista, tunnettuuden parantaminen, uusien tuotteiden testaus tai uuden tuotteen lanseeraus markkinoille. Lisäksi messuilla voi luoda yhteyksiä muihin sidosryhmiin kuten rahoituslaitoksiin, pankkeihin ja kuntiin sekä etsiä edustajia ja jälleenmyyjiä.

Messuille osallistuminen on pitkä prosessi, joka aloitetaan varhain keräämällä tietoa muun muassa asiakkaista, kilpailijoista, rahoitusvaihtoehdoista, sekä ottamalla yhteyttä tapahtuman järjestäjiin. Onnistuakseen messuilla yrityksen tulee tehdä perusteellinen pohjatyö etukäteen, sekä huolehtia tehokkaasta jälkimarkkinoinnista.



#### 1.4 Esimerkki onnistuneesta messukokemuksesta

Messuille osallistumista tutkiessamme, löysimme muun muassa seuraavanlaisen kokemuksen messujen käyttämisestä kansainvälistymisessä onnistuneesti.

Suomen markkinat ovat rajalliset, joten yritys lähti hakemaan lisämyyntiä Keski-Euroopasta. Ensimmäiseksi yritys osallistui Ruotsin messuille, jotka tuottivat tulosta, ja niistä innostuneena se osallistui Saksan messuille, jotka poikivat maahan-tuojaedustuksen Sveitsiin.

Seuraavilla messuilla keskityttiin vahvistamaan asemaa Keski-Euroopan markkinoilla. Messut ovat keskeinen uusasiakashankinnan väline ja ensimmäinen esittäytymisareena uusille kontakteille. Messut ovat taloudellisesti arvokas satsaus, mutta ne toimivat. Yritys lähti ensin vierailijana katsomaan millaisista messuista on kyse, ja tutki kävijäprofiileja. He tulivat tulokseen, että messuille kannatta lähteä heti isosti ja ajankohtaa kohdentaa esimerkiksi joulumarkkinoille. Ennen messuja kannattaa päivittää kotisivut ja asiakasrekisteri, postittaa messukutsut ja mainostaa messutuotteita etukäteen. Messuille kannattaa ottaa mukaan kohdemaankieliset käyntikortit, joissa on myös kotimaa mainittu. Pukeutuminen ja osaston ilme kannattaa yhdenmukaistaa, muun muassa hauskat asiat kiinnittävät asiakkaiden huomion.

## 2 SUOMALAISIA OSALLISTUJIA KANSAINVÄLISILLÄ MESSUILLA

Alla olevissa taulukoissa on listattu elintarvikealan messuja, joissa on ollut ja on vuosina 2013-2014 Suomi-osastoja tai maakuntaosastoja. Joka toinen vuosi järjestettäviltä messuilta on huomioitu myös vuoden 2012 osallistujia.

<b>Yritysryhmä 1 – Anuga 2013</b>
AL Promotion Oy Saksalais-Suomalainen kauppakamari Linkosuon Leipomo Oy Linseed Protein Finland Ltd Nordic Vitality Oy Nordic Koivu Ltd. Pohjolan Peruna Oy Oy Roberts Ab Sunspelt Oy FP Kotaja Oy Finnish Plant Felix Abba Oy
<b>Yritysryhmä 2 - Anuga 2013</b>
Valio Jokilaakson Juusto Finnish Cheese Company Ltd
<b>Yritysryhmä 3 - Anuga 2013</b>
HK Ruokatalo Oy/HKScan Oyj BHJ Finland Oy
<b>Yksittäiset yritykset - Anuga 2013</b>
Jamix Oy Kiantama Oy Laitilan Leipä S. Heinonen Oy PNM-Pan Nordic Meat Oy Sinebrychoff Ravintoraisio Oy Provena

Anuga 2013-messuille osallistuneet yritykset on ryhmitelty messuosastojen sijaintien mukaan.



Yritysryhmä 1:n matkanjärjestäjän voidaan olettaa olevan AL Promotion Oy. Muita matkanjärjestäjiä olivat Spokesman Events Oy, Messua Oy ja Osuuskunta Viexpo. Matkanjärjestäjät on selvitetty ELY-keskuksen kansainvälisten näyttelyhankkeiden listan pohjalta.

<b>Grüne Woche 2013</b> Berliini – Saksa	
Bonne Juomat Oy	Lohja
Saksan Messut Oy	Helsinki
Shaman Spirits Oy	Tyrnävä
Wästikivi Oy	Orivesi

<b>SIAL 2012 – Pariisi</b>
Valio

<b>European seafood expo 2013 – Brysseli</b>	
Kometos Oy	Kauhajoki
Viking seafood	Hanko

Fennopromo / Food from Finland
<b>Prodexpo 2013 – Moskova</b>
BIOFERME OY
EMPIRIK CAVIAR OY
FINNISH CHEESE COMPANY LTD.
HELSINGIN MYLLY OY
HERKKUMAA OY
JUUSTOKAIRA OY
KANKAISTEN ÖLJYKASVIT OY
KIANTAMA OY
LAITILAN LEIPÄ OY
LINKOSUON LEIPOMO OY
MAALAHDEN LIMPPU OY
MYLLYN PARAS OY
PANDA OY
REAL SNACKS OY
ROBERTS OY
RUISLANDIA OY
SNELLMAN OY
TOPFOOD OY
VANAJAN KEKSIT OY
VUOHELAN HERKKU OY

### 3 ELINTARVIKEALAN TÄRKEIMPIÄ KANSAINVÄLISIÄ MESSUJA

Alla olevassa taulukossa on listattu elintarvikealan messuja, jotka nähdäksemme olisivat projektin kannalta oleellisimpia. Pääpaino oli Itämeren alueessa, mutta myös muita messuja on huomioitu mahdollisuuksien mukaan. Messut ovat järjestetty aikajärjestykseen.

Aika	Messun nimi	Paikka	Aihe
11– 15.2.13	Prodexpo	Moskova	Ruokatarvikkeet ja juomat, raaka-aineet
26-29.3.13	HoReCa	Minsk, Valko-Venäjä	Bistro, kauppa ja ravintola, olut, viini ja drinkit
2-5.4.13	Food industry	Minsk, Valko-Venäjä	Kone- ja laitemessut
6-9.9.13	Food Festival	Tangkrogen, Aarhus, Tanska	Ulkona järjestettävä ruokamessu
23-26.9.13	Polarga food	Poznan, Puola	Elintarvikemessut
23-26.9.13	Pakfood	Poznan, Puola	Elintarvikeprosessit ja pakkaus
5-9.10.2013	Anuga	Köln, Saksa	Suurin ruoka ja juoma messu
11-13.10.13	Natura Food days	Lodz, Puola	Ruoka- ja juomamessut
19-20.10.13	BAF	Vilna, Liettua	Asiantuntijamessut
20-21.10.13	Nordic Organic Food Fair	Malmö	Luomuruoka
24-27.10.13	Mitt Kök	Göteborg	Ruoanvalmistus ja kulinarismi
24-26.10.13	Agrokomplex	Kaliningrad	Maatalous ja ruokateollisuuden messut
30.10-1.11.13	World food	Ukraina	Ruoka- ja juomamessut
30.10-1.11.13	Tallinn Food fair	Tallinna	Ruoka- ja juomamessut
12-14.11.13	Peterfood	Pietari	Elintarviketeollisuuden messut
19-21.11.13	Food Ingredients Europe	Frankfurt	Kv-messut elintarvike ja lisäaine
6-8.11.13	Interfood Siberia	Novosibirsk	Tärkeät messut siperian markkinoille
7-10.11.13	Mitt Kök	Tukholma	Ruoanvalmistus ja kulinarismi
23-27.11.13	Mefa	Basel	Liha-alan messut
17-26.1.14	Grüne Woche	Berlin	Ruoka, maatalous ja puutarhan hoito
4-7.2.14	NEF-DAGENE	Lillestrom, Norja	Ruoka ja ruoantuottajat
6-7.2.14	SMAK	Lillestrom, Norja	Ruoka, juoma, catering ja muotoilu
12-15.2.14	Biofach	Nürnberg	Bioelintarvike
4-6.3.14	IFFF	Moskova	Pikaruoka messut
8 -9.3.14	VeggieExpo	München	Ravitsemus ja vaihtoehtomessut
14-19.3.14	Internorga	Hampuri	Ruoka ja juoma messut
18-21.3.14	Md-expo	Moskova	Meijeri ja liha-alan ammattilaismessut
29-30.3.14	Fameba	Friedrichshafen	Leipomo, konditoria ja liha- ala
8-10.4.14	Prodech	Pietari	Elintarviketeollisuuden pakkaus-, laite- ja teknologiamessut
9-11.4.14	World food	Varsova	Ruoka- ja juomamessut
9-11.4.14	Food expo	Kiev, Ukraina	Ruoka- ja juomamessut
10 - 13.4.14	Fair handeln	Stuttgart	Reilun kaupan messut

10-13.4.14	Markt des guten Geschmacks	Stuttgart	Ruuan paikallisuus ja pientuottajat
10-11.5.14	Organic	Szczecin, Puola	Ruoka- ja juomamessut
4-7.9.14	Riga Food	Riika, Latvia	Kansainväliset ruokamessut
5 - 7.9.14	Fair trade and friends	Dortmund, Saksa	Reilun kaupan messut
13 - 15.9.14	Inoga	Erfurt, Saksa	Gastronomia, hotelli ja turismi
15-18.9.14	World food	Moskova	Ruoka- ja juomamessut
27-30.9.14	Tastes of region	Poznan, Puola	Paikallinen ruoka ja juoma
19-23.10.14	IPA	Pariisi	Eintarvikeprosessit ja pakkaus
19-23.10.14	SIAL	Pariisi	Ruoka- ja juomamessut
22-25.2.15	Copenhagen Food fair	Kööpenhamina	Ruoka- ja juomamessut

### 3.1 Erilaisia messuja

Seuraavaan osioon on kerätty lyhyt esittely tärkeimmistä elintarvikealan messuisista. Messut on jaettu maakohtaisesti ja ne löytyvät myös edellä olevasta taulukosta.

#### 3.1.1 Saksan messut

##### Anuga

Könissä joka toinen vuosi järjestettävä Anuga-messu on maailman suurin elintarvikealan messu. Messuilla on esittelijöitä vähittäiskaupan, elintarvike ja catering alalta ja siellä on hyvä mahdollisuus tavata uusia kohderyhmiä ja tutustua uusiin trendeihin. Anuga-messuille osallistuu 6596 yritystä sadasta eri maasta ja vuonna 2011 siellä kävi 155 000 vierailijaa.

##### Markt des guten Geschmacks -die Slow Food messe

Hyvien Makujen Marketilla on tarjolla paikallisia erikoisuuksia, yksilöllisiä ja käsin tehtyjä tuotteita. Messuilla voi tavata tuottajan henkilökohtaisesti ja päästä kosketukseen Slow food -filosofian kanssa.

## **Grüne Woche**

Grüne Woche on pitkät perinteet omaava maailman suurin ruoka-, maatalous- ja puutarhamessu. Messuille kokoontuu ruoka- ja juoma tuotteiden valmistajia kaikkialta maailmasta.

### **3.1.2 Venäjän ja Viron messut**

#### **Prodexpo**

Prodexpo-messut ovat Venäjän suurin elintarvikealan vuosittainen tapahtuma, jolla on pitkät perinteet. Näyttelyn tuotekategorioiden kuuluvat ruokatarvikkeet ja juomat sekä niiden valmistuksessa tarvittavat raaka-aineet. Messut ovat hyvä ja tärkeä keino tehdä yritystä tunnetuksi Venäjän markkinoille.

#### **World Food**

World Food on suuri ruoka- ja juomateollisuuden kohtauspaikka, joka antaa tuotteille erinomaiset lähtökohdat Venäjän markkinoille. Näytteilleasettajat on jaettu yhdeksään eri kategoriaan, jolloin asiakkaan on helppo löytää omaa mielenkiintoaan vastaava osasto.

#### **Tallinn Food Fair**

Tallinn Food Fair on kansainvälinen verkostoitumistapahtuma ruoka-alan ammattilaisille. Messut tarjoavat hotelli-, ravintola-, catering- ja vähittäiskaupan- sekä maahantuonnin ammattilaisille mahdollisuuden löytää uusia koulutustottumuksia ja verkostoitua kollegoiden kanssa.

### 3.1.3 Ranskan messut

**SIAL**-messut järjestetään kerran kahdessa vuodessa ja messupaikkana on Pariisi. Tähän elintarviketeollisuuden avaintapahtumaa osallistuu noin 5800 näytteilleasettajaa ja 136 000 messukävijää (2010). Messuilla on esillä useita eri tuoteryhmiä, jotka kattavat koko elintarvikeketjun. Esillä olevia kokonaisuuksia ovat mm: tuotanto, jakelu, maahantuonti, tukku- ja vähittäismyynti sekä catering. Lisäksi messuilla esitellään myös liha- ja kalatuotteet, pakasteet, maito- ja meijerituotteet, leivät ja leipomotuotteet, juomat, hedelmät ja vihannekset, ja kansalliset erikoisuudet.

**IPA**-messut on vuoden suurin elintarvikealan ammattilaismessutapahtuma. Tapah-tuma kokoaa koko elintarviketeollisuuden yhteen paikkaan yhdellä kertaa.

### 3.1.4 Ruotsin messut

**Mitt kök**-messut kestävät neljä päivää, joiden aikana siellä vierailee 30 000-37 000 kävijää, jotka viipyvät messuilla 4-6 tuntia. Messuvieraat käyttävät messuilla noin 2 miljoonaa euroa. Mitt kök-messujen näytteilleasettajat ovat sitoutuneita ja osaavia, mikä luo tapahtumalle vahvan perustan. Päivät ovat täynnä tapahtumia ja toimintaa, paikalla on julkkiskokkeja ja TV-persoonallisuuksia. Ohjelma sisältää esiintymisiä, kilpailuita, huutokauppoja ja viinin maistelua.

**Nordic Organic Food Fair** –messut ovat aivan uusi messutapahtuma, jonka tarkoituksena on markkinoida luomuruokateollisuutta ruokatuotteiden sisäänostajille Pohjoismaista ja ympäri Eurooppaa. Nordic Food Fair –ruokamessut pidettiin upo-uusien, vuonna 2012 menestyksekkäästi ensimmäistä kertaa järjestettyjen Natural Products Scandinavia –messujen yhteydessä.

### 3.1.5 Norjan ja Tanskan messut

#### **SMAK & NEF-DAGENE**

**SMAK** on Norjan johtava messu ruualle, juomalle, cateringille ja muotoilulle. Suurin osa messuilla olevista yrityksistä on Norjalaisia. Samassa yhteydessä pidetään myös **NEF-DAGENE** messut, jotka ovat keskittyneet ruokaan ja ruuantuotantoon.

**Food Festival** on tanskalainen hienolla messukonseptilla järjestettävä ruokamessu. Food Festival järjestetään ulkona, ja kaikki messualueelle tulijat saavat korin, johon voivat ostaa messuosastoilta ruokaa. Messualueelle joenrantaan on katettu piknik-alue, jossa ruokia voi syödä. Messukävijöinä on asiantuntijoita ja kuluttajia-kin.

**Copenhagen food fair** -messuille osallistui vuonna 2013 yli 331 näytteilleasettajaa ja 30 600 kävijää, joista 124 oli journalisteja. Messualueita on neljä kappaletta: kampus, lava, keittiöt ja ostosalue.

### 3.1.7 Latvian ja Liettuan messut

**Riga food**-messu on kansainvälinen ruokamessu, joka on järjestetty Latviassa jo 20 kertaa. Messuilla on esillä ruokaa, ruuan prosessointia, teknologiaa, pakkausta, cateringia, ruuanlaittovälineitä ja palveluita. Messuilla pidetään myös kansainvälinen kokkauskisa.

**BAF**-messut järjestetään Vilnassa Liettuaassa ja ne on tarkoitettu ruoan asiantuntijoille.

## 4 RAHOITUS

Rahoitusta yritysten osallistumiseen kansainvälisille messuille on haettavissa ELY-keskusten kautta. Pk-yrityksille ja mikroyrityksille on pääosin omat tukensa. Pk-yrityksille on suunnattu erityisesti Työ- ja elinkeinoministeriön Kansainvälistymisavustukset. Tukea voi hakea erikseen yhteishankkeisiin tai yrityksen omaan messumatkaan. Mikroyrityksiä tuetaan pääosin Manner-Suomen maaseudun kehittämishohjelmasta.

### 4.1 Yhteishankkeet:

Vähintään neljän suomalaisen yrityksen yritysryhmä, joilla on omia tuotteita, voi hakea avustusta yhteishankkeena. Tällöin avustusta haetaan yhdistetysti hallinnoijan kautta. Vaatimuksista avustusten myöntämiseen sanotaan ELY-keskuksen sivulla näin:

”Avustusta voidaan myöntää Suomessa rekisteröidyille, hyvämaineisille yrityksille, yhteisöille ja järjestöille, joilla on riittävät edellytykset jatkuvan kannattavan ja taloudellisen liiketoiminnan harjoittamiseen ja joilla on riittävät edellytykset yritysten yhteishankkeiden ja muiden avustuksen kohteina olevien hankkeiden laadukkaaseen toteuttamiseen.”

Avustusten käyttökohteeksi käyvät näytteilleasettajana messuosallistumisen lisäksi mm. konsulttipalvelut, vientirenkaan tai kumppanuusohjelman kulut, markkinaselvitysmatkat ja muut vastaavat vienninedistämistapahtumat. Kyseistä avustusta voidaan myöntää pienille ja keskisuurille yrityksille pääsääntöisesti enintään 50 % asiaankuuluvista menoista. Huomioitava on, että tukea on haettava hyvissä ajoin ennen yhteishankkeen tai tapahtuman käynnistämistä. Tuen myöntämisessä painotetaan markkinamahdollisuuksien parantamista, eikä valtionavustusta yleensä myönnetä esimerkiksi joulumarkkina-tyyppisiin näyttelytapahtumiin, joissa myyntiä tapahtuu vain kuluttajille ja vain tapahtuman aikana. Kansainvälisiin messuosallistumisiin liittyvät hakemukset käsitellään valtakunnallisesti Hämeen ELY-keskuksessa Lahdessa.

## **4.2 Yrityskohtaiset hankkeet:**

Yhteishankkeiden lisäksi ELY-keskuksilta on haettavissa avustuksia yksittäisten pk-yritysten kansainvälistymishankkeisiin, kuten messuosallistumisiin tai markkinoiden kartoittamiseen. Vaatimukset avustuksen myöntämiselle ovat sisällöltään samat kuin yhteishankkeissa. Samoin tuen määrä on yhteishankkeiden tapaan pk-yrityksille korkeintaan 50% hyväksytyistä menoista. Yrityskohtaisia tukia haetaan yrityksen oman toiminta-alueen ELY-keskuksesta, tuki on yrityksen kehittämisavustusta. Avustuksen tarkoitus on madaltaa pk-yritysten kynnystä kansainvälistymiseen, ja kannustaa niitä tavoitteelliseen toimintansa kehittämiseen.

## **4.3 Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelma**

Mikroyritysten, eli alle 10 henkilöä työllistävien, liikevaihdoltaan alle 2 miljoonaa euroa olevien yritysten kasvu ja kehittäminen turvataan Etelä-Pohjanmaalla pääosin Euroopan maaseudun kehittämisen maatalousrahaston (eli maaseuturahaston) avulla. Tähän kuuluvan Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelman mukaisia tukia ovat muun muassa maaseudun yritystuet, kuten yrityksen kehittämistuki, joka lähinnä tulisi kysymykseen messumatkaa ajatellen. Myös näitä tukia haetaan paikallisten ELY-keskusten kautta. Etelä-Pohjanmaalla rahoitusvalintaan vaikuttaa Etelä-Pohjanmaan alueellinen maaseudun kehittämissuunnitelma "Laakeuren elinvoimaanan maaseutu" sekä alueelliset rahoituslinjaukset ja valintakriteerit.

### **4.3.1 Ohjelmakauden vaihto**

Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelma vaihtuu juuri 2013/2014. Haastattelemamme ELY-keskuksen edustajan mukaan tuet todennäköisesti muuttuvat, ja ne ovatkin nyt raportin kirjoitushetkellä luonnosvaiheessa. Myös siirtymisvaihe viivästynee jopa vuoden 2015 alkuun. Nykyisen Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelman mukaiset hakemukset tulisi olla ELY-keskuksella vuoden 2013 loppuun mennessä, ja hankkeet toteutettu vuoden 2014 loppuun mennessä. Viime ohjelmakauden vaihtuessa tuli vastaavassa tilanteessa hakukielto, kunnes uusi



kehittämishjelma saatiin käytäntöön. Todennäköisesti uudessa kehittämishjelmassa tukiprosentit ovat pienempiä, koska rahaa on jopa 40-50% vähemmän käytettävissä. Tuettavia hankkeita joudutaan myös tarkemmin priorisoimaan. Uudessa strategiassa Etelä-Pohjanmaalla maaseudun kehittämisen tärkeimpinä painopisteinä ovat kuitenkin muun muassa ruokaprovinssin kehittäminen, maaseutuyrittäjyyden edistäminen, ja alueellisen vetovoiman kasvattaminen. Tällä hetkellä tiedossa on ainoastaan tämän vuoden loppuun voimassa olevien tukien hakumahdollisuudet.

#### **4.3.2 Tuen hakeminen**

Manner-Suomen maaseudun kehittämishjelman 2007-2013 keskeisenä tavoitteena on työtilaisuuksien ja toimeentulomahdollisuuksien lisääminen. Tähän pyritään muun muassa yritysten kilpailukykyä, uutta yrittäjyyttä ja yrittäjien verkostoitumista kehittäen. Tuen saamisen edellytyksistä Maaseutuviraston sivulla sanotaan näin:

”Tukea voidaan myöntää maatilalla maatalouden ohella harjoitettavaan muuhun yritystoimintaan sekä muille maaseudulla sijaitseville, alle kymmenen henkeä työllistäville yrityksille, jolla on alle kahden miljoonan euron vuosiliikevaihto. Elintarvikkeiden ensiasteen jalostajista tuen piiriin kuuluvat myös alle 250 hengen pk-yritykset. Tuen myöntäminen edellyttää, että yritys sijaitsee ja yrittäjä asuu maaseutumaisella alueella. Tuen saaja voi olla luonnollinen henkilö, avoin yhtiö, kommandiittiyhtiö, osuuskunta tai osakeyhtiö.”

Manner-Suomen maaseudun kehittämishjelman yritystukia myönnetään mm. asiantuntija-avun hankkimiseen, tuotekehittelyyn ja markkinointiin. Kehittämistuen määrä on mikroyrityksillä 50% ja elintarvikkeiden ensimmäisen asteen jalostavilla pk-yrityksillä 40% hyväksyttävistä kustannuksista. Yritysten liiketoimintaedellytysten selvittämiseen voidaan myöntää enintään 90 % enintään 3 000 euron kustannuksista.

### 4.3.3 LEADER-toimintatapa

Rahoitusta voi hakea vaihtoehtoisesti myös Maa- ja metsätalousministeriön maaseuturahaston LEADER-toimintatavan alta, mutta tämänkin lopullisen rahoituspäätöksen tekee ELY-keskus. Paikallinen LEADER-toimintatapa kehittää kotiseutua paikallisten tarpeiden mukaan ja paikallisin voimin. Pääosin LEADER-ryhmät rahoittavat hankkeita, mutta myös myöntävät yritystukia laatimaansa strategiaan perustuen. Rahamäärät LEADER-toimintatavassa ovat kuitenkin pieniä.

### 4.3.4 Yritysryhmät

Myös mikroyritysten ja maataloustuotteiden ensiasteen jalostusta harjoittavien pk-yritysten on yritysryhmänäkin mahdollista saada yritystoiminnan tukia Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelmasta. Yritysryhmän kehittämistukea voi hakea esimerkiksi yritysten yhteistä markkinointia, tuotteita tai yhteistä tuoteperheitä kehittäviin hankkeisiin. Hakijana tai hankkeen vetäjänä voi toimia esimerkiksi neuvontajärjestö tai muu yrityksille kehittämispalveluita tarjoava organisaatio. Yritysryhmä-hankkeiden tuen määrä on 40 - 75 % yritysten yhteisten kehittämistoimenpiteiden kustannuksista. Yritysryhmien tulee kuitenkin olla saman toimialan tukikelpoisia yrityksiä.

Usein mikroyrityksillä ei yksin olekaan mahdollisuuksia lähteä kansainvälisille messuille markkinoimaan, joten yritysryhmän yhteishanke olisikin hyvä vaihtoehto. Myös jos yksittäisen mikroyrityksen markkinointi kansainvälisesti onnistuu hyvin, se tuskin pysyy mikroyrityksenä kovin kauaa. Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelmasta on kuitenkin periaatteessa mahdollista ainakin nykyisen vielä ohjelmakauden aikana rahoittaa mikroyritysten kansainvälisiä näyttelyhankkeita, mikäli tukiehdot muutoin täyttyvät, ja matka katsotaan liiketoiminnallisesti järkeväksi. Mikroyrityksetkin voivat kääntyä lisäksi Työ- ja elinkeinoministeriön puoleen esimerkiksi Kansainvälistymisavustusten osalta, vaikka se pääosin on suunnattu pk-yrityksille. Hankkeella pitää kuitenkin olla tällöin selkeää vaikuttavuutta ja merkittävyyttä. Lisäksi pk-yrityksistä Etelä-Pohjanmaan ELY-keskuksen yritysrahoituslinjauksissa 2012-2013 sanotaan, että yritysten kehittämisavustusta (johon myös kansainvälistymisavustus kuuluu) ei voida myöntää maataloustuotteiden jatkojalostusta ja

markkinointia harjoittaville yrityksille, vaan tämän toimialan pk-yrityksille voidaan myöntää rahoitusta Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelmasta. Toisaalta taas kaupunkialueella sijaitsevat mikroyritykset, joita Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelmasta ei voida rahoittaa, ovat Työ- ja elinkeinoministeriön tukien piirissä. Koska kaikki nämä tuet kuitenkin haetaan ELY-keskuksen saman tiimin kautta ja ovat heillä harkinnanvaraisia, on oleellisinta että tukia haetaan ELY-keskuksen kautta ja hyvissä ajoin ennen hankkeen alkamista. Ottamalla yhteyttä paikalliseen ELY-keskukseen saa parhaiten selville juuri kyseistä yritystä ja hanketta koskevat tukivaihtoehdot.

#### **4.4 Muut rahoitusvaihtoehdot**

ELY-keskukset osoittavat itsensä lisäksi muina rahoitusvaihtoehtoina kansainvälisyydelle seuraavat organisaatiot: Finnvera, Tekes, Finnfund, Nopef ja Finnpartnership. Lisäksi on olemassa useita muita kaupallisia sijoitusyhtiöitä. Nämä eivät kuitenkaan rahoita pelkkiä messukuluja, vaan laajempaa toimintaa. Messukulujen suhteen ELY-keskus vaikuttaisi olevan selkein vaihtoehto.

Finnvera tarjoaa kansainvälistymiseen muun muassa lainoja ja takauksia. Tällöin kyse on kuitenkin messumatkaa laajemmista kokonaisuuksista, kuten tytäryhtiöistä. Vientikauppaa harjoittaville yrityksille on tarjolla esimerkiksi vientitakuita. Lisäksi Finnvera Oyj toimii Venäjän markkinoiden asiantuntijana ja yhteysorganisaationa TEMin rahoittamissa pk-yritysten hankkeissa. Finnvera on mukana myös Team Finland –verkostossa.

Tekes tarjoaa kansainvälistyville pienille ja keskisuurille yrityksille rahoitusta kansainvälisen kasvun suunnitteluun ja kehittämiseen, mutta ei suoriin messukuluihin. Heillä on myös erikseen rahoitus nuorille innovatiivisille yrityksille, joka koskee vain pieniä yrityksiä.

Nopef on osa Pohjoismaiden ministerineuvoston organisaatiota. Nopef rahoittaa esitutkimuksia, jotka vahvistavat pohjoismaisten pk-yritysten kansainvälistä kilpailukykyä EU:n ja Eftan ulkopuoliseen maahan, eli ei suoria messukuluja.

Suuri osa rahoitusvaihtoehdoista kuuluu ns. de minimis -tuen piiriin, ja yrittäjän onkin huomioitava, etteivät kyseiset tuet eri lähteistä saa kolmen verovuoden aikana ylittää 200 000 euroa. Esimerkiksi ELY-keskusten kehittämisavustusten, Finnveran lainojen ja takausten tukielementtien lisäksi de minimis -tukeen kuuluu muun muassa starttiraha.

## 5 YHTEISTYÖKUMPPANIT JA OSALLISTUMISMUODOT

Kansainvälisille markkinoille pyrkiville yrityksille on olemassa runsaasti yhteistyökumppaneita ja erilaisia valmennuksia. Näitä on saatavilla sekä maksuttomina että maksullisina palveluina.

Suomalaisten yritysten kansainvälistymistä edistetään Työ- ja elinkeinoministeriön avulla myös rahoittaen eräiden elinkeinopolitiikkaa ja kansainvälistymistä edistävien yhteisöjen tarjoamia viennin tukipalveluita. Aloittaville vienti- ja kasvuyrityksille on saatavilla maksuttomia asiantuntija- ja neuvontapalveluita. Esimerkkeinä palveluntarjoajista mm. Finpro, Suomalais-ruotsalainen kauppakamari, Suomalais-Venäläinen Kauppakamari ja Osuuskunta Viexpo.

### 5.1 Viexpo

Osuuskunta Viexpon tarkoituksena on tarjota pk-yrityksille palveluja, jotka helpottavat kansainvälistymistä. Viexpo tarjoaa palvelua, johon kuuluu messuosaston suunnittelu, matkat ja majoituksen. Viexpo toimii osuuskuntaperiaatteella. Jäsenet saavat alennusta käännöspalveluista, maksuttoman osallistumisen Viexpon jäsen-tapahtumiin ja uutiskirjeen.

### 5.2 Finpro

Finpro on kansallinen suomalaisyritysten vientiä ja kansainvälistymistä edistävä ja ulkomaisia investointeja Suomeen hankkiva organisaatio. Se edistää asiakasyritysten kansainvälistä kasvua ja menestystä auttamalla niitä olemaan oikeilla markkinoilla oikeaan aikaan kilpailukykyisillä tuotteilla, palveluilla ja konsepteilla.

Finpro verkostoituu sekä paikallisesti että kansainvälisesti, mikä hyödyttää asiakasyrityksiä ja yhteistyökumppaneita. Finpro hallinnoi myös merkittäviä kansainvälisiä hankkeita. Finprolla on 375 asiantuntijaa 69 toimipisteessä lähes 50 eri maassa.

### **5.3 BSR Itämeriverkosto**

Itämeriverkosto on Euroopan Unionin rahoittama hanke, joka kokoaa Itämeren alueen elintarviketoimijat yhteen. Hanke tarjoaa asiantuntemusta ja konkreettisia välineitä yritysten kansainvälistymiseen. Itämeriverkostoon kuuluvia maita ovat Suomen lisäksi Viro, Latvia, Liettua, Ruotsi, Norja, Tanska, Saksa ja Puola.

Itämeriverkoston myötä alueen yritykset, yliopistot, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot sekä eri asiantuntijatahot ovat helposti tavoitettavissa ja hyödynnettävissä yritysten tarpeiden mukaan. Verkosto auttaa yrityksiä esimerkiksi kansainvälisen kumppanin etsimisessä, kohdemaan lainsäädännön ja markkinoiden selvittämisessä sekä tuotteen sopeuttamisessa kohdemarkkinoille. Hankkeen kesto on 1.8.2011–30.6.2014 ja sen tavoitteena on muodostaa pysyvä ja elävä yhteistyöelin.

### **5.4 Fintra**

Fintra auttaa suomalaisyrityksiä vastaamaan globaalin liiketoiminnan kasvaviin haasteisiin tuottamalla koulutus- ja kehittämisspalveluja. Aihealueita, joissa Fintra antaa apua ovat ulkomaankaupan käytännöt, logistiikka, rahoitus, viennin asiakirjat ja maksuliikenne.

Fintra on valmentanut suomalaisia yrityksiä kansainvälisille markkinoille 50 vuoden ajan. Organisaatio koostuu 300 asiantuntijasta ja valmennuksiin osallistuu vuosittain noin 6000 henkilöä. Fintra julkaisee käsikirjoja, kansainvälistymis-, kulttuuri- ja maaoppaita sekä kielten oppimateriaalia yrityskäyttöön ja koulutuksen tueksi. Julkaisuja voi tilata internetin kautta.

### **5.5 Team Finland**

Team Finlandin muodostaa työ- ja elinkeinoministeriö, ulkoasiainministeriö sekä näiden ulkomaiset toimipisteet ja ohjauksessa olevat organisaatiot, esim. Finpro ja

TeKes. Team Finland-verkoston tarkoituksena on edistää suomalaisten yritysten kansainvälistymistä, taloudellisia ulkosuhteita ja Suomen maakuva.

Team Finland auttaa yritystä mm. viennin edistämisessä, rahoituksessa, promootiopalveluissa ulkomailla ja ulkomaille suuntautuvien investointien edistämisessä.

Suomen ulkopuolella Team Finlandia edustaa yli 70 paikallista tiimiä. Suomessa Team Finlandia edustavat paikallisten ELY-keskusten tiimit.

Team Finland järjestää syksyllä 2013 Roadshow-tapahtuman Kiinassa ja Venäjällä. Roadshown tarkoitus on tarjota yrityksille näkyvyyttä, luoda yhteistyö- ja kumppanuussuhteita sekä vahvistaa jo olemassa olevia kontakteja. Mukana on myös useita elintarvikealan yrityksiä.

Team Finlandin toimintamalli on laadittu vuoden 2011 hallitusohjelman pohjalta, jossa tavoitteeksi asetettiin Suomen taloudellisten ulkosuhteiden toiminnan tehostaminen, sekä ulkomailla toimivien julkisrahoitteisten organisaatioiden välisen yhteistyön parantaminen.

Team Finland on laaja verkosto, jonka kautta muun muassa yritysten kansainvälistymistä pyritään helpottamaan.

## **5.6 OSKE**

Osaamiskeskusohjelma on työ- ja elinkeinoministeriön koordinoima määräaikainen kehitysohjelma. Tavoitteena on saada aikaan uusia yrityksiä, työpaikkoja ja toimintamalleja ja vahvistaa pk-yritysten osaamista. OSKE:n yhtenä osana toimii elintarvikekehityksen klusteri. Sen tavoitteena on olla Suomen merkittävin elintarvikealan kehittäjä. Palvelut ovat maksuttomia elintarvikealan tutkijoille ja yrityksille. Palveluita ovat mm. kansainvälistyminen, hankemaailma, elintarvikealan yritysten sparraus, ideointi ja asiantuntija-apu sekä kasvun vauhdittaminen. Seinäjoella klusterin osaamiskeskuksena toimii Foodwest Oy. OSKE- hanke päättyy vuoden 2013 loppuun.

## 5.7 Yritys-Suomi ja Kasvuväylä

**Yritys-Suomi** on julkisten yrityspalveluorganisaatioiden yhteistyössä muodostama verkkopalvelu, joka on tarkoitettu yrityksille ja yrittämisestä kiinnostuneille. Palvelu on maksuton, josta saa tietoa ja palveluja yritystoiminnan kasvattamiseen, käynnistämiseen, kehittämiseen ja kansainvälistymiseen. Palvelukokonaisuutta koordinoi työ- ja elinkeinoministeriö.

**Kasvuväylä** on tarkoitettu nopeaan kasvuun ja kansainvälistymiseen tähtääville yrityksille. Palvelua kehittävät Työ- ja elinkeinoministeriön lisäksi Tekes, ELY-keskukset, Finnvera Oy, Teollisuussijoitus Oy, Finpro, ja Patentti- ja rekisterihallitus. Keväällä 2013 Kasvuväylään haki 42 yritystä, ja 16 valittiin mukaan. Tällä hetkellä mukana on yli 130 yritystä

Yritykset hakeutuvat Kasvuväylään itse, ja valinta tehdään yritysprofiloinnin perusteella. Yrityksille tarjotaan kehittämis- ja rahoitusratkaisut suunnitelmallisesti ja pitkäjänteisesti. Jokaiselle yritykselle osoitetaan kasvuluotsi, joka vastaa asiakkuudesta ja etsii yritykselle tarpeelliset rahoitus- ja asiantuntijapalvelut.

Yleensä kasvuväylän yritykset työllistävät yli 10 henkeä, ja liikevaihto on vähintään 500 000€. Tyypillisesti yritysten liikevaihdosta suuri osuus on tutkimus- ja kehittämistyötä.

## 5.8 Finnpartnership ja Finnfund

**Finnpartnership** on liikekumppanuusohjelma, jonka tavoitteena on lisätä suomalaisten ja kehitysmaiden yritysten yhteistyötä. Finnpartnership tarjoaa neuvontapalveluja ja taloudellista tukea liiketoiminnan suunnitteluun ja koulutukseen. Tarkoituksena on edistää kohdemaiden taloudellista kasvua ja monipuolistaa tuotantoa sekä viennin rakennetta. Finnpartnership on tehnyt yhteistyötä ja rahoittanut mm. kalateollisuuden ja maatalouden sekä elintarviketeollisuuden pk-yrityksiä.

**Finnfund** on myös suomalainen kehitysrahoitusyhtiö, joka tarjoaa pitkäaikaista riskirahoitusta kannattaviin hankkeisiin kehitysmaissa ja Venäjällä. Rahoitusta voi-



vat hakea yksityiset hankkeet, joihin liittyy suomalainen intressi. Finnfund toimii ulkoasiainministeriön alaisuudessa ja sillä on yli 30 vuoden kokemus kehitysrahoituksesta, ohjelman kohdealueista sekä laaja yhteistyöverkosto kansainvälisiin kehitysrahoittajiin ja kansainvälistyviin suomalaisyrityksiin

## **5.9 Kaupalliset messuyritykset**

Asiantuntijayritykset tarjoavat messupalveluja, jotka toteutetaan asiakkaan tarpeiden mukaan. Tämä mahdollistaa yrityksen osallistumisen messuille mahdollisimman vähällä vaivalla. Saatavilla on esimerkiksi avaimet käteen- tyylisiä paketteja, jotka sisältävät kaiken tarpeellisen rahoituksen hakemisesta messuosaston toteutukseen sekä tarpeen mukaan pienempiä osioita. Osallistuminen on mahdollista yksin tai yhteistyössä muiden yritysten kanssa.

Esimerkiksi Messeforum Oy on Messe Frankfurt Exhibition GmbH:n ja Nürnberg-Messe GmbH virallinen edustaja suomessa. Messe Frankfurt Exhibition GmbH on yksi maailman suurimpia messuyhtiöitä, joka toimii yli 150 maassa. Messeforum tarjoaa kokonaispalvelun, johon kuuluu: messuosastot, messurakentaminen, rahdit, first day -palvelu messujen aloituspäivänä, catering, projektinhallinta, valtion vientituen koordinointi, messuviestintä ja messuvalmennus.

Samantyyppisellä konseptilla toimivat myös muun muassa AL-promotion, Messua Oy, Spokesman Events Oy ja Arvelin Oy.

## 6 YHTEENVETO

Kansainvälisten messujen valikoima elintarvikealalla on valtavan laaja. Valittavana on sekä kuluttajamessuja että asiantuntijamessuja. Lisäksi löytyy eri kohderyhmille esim. lihateollisuudelle tai elintarviketeollisuudessa käytettäville koneille omat messunsa. Messut ovat hyvä keino saada kontaktia ulkomaisiin asiakkaisiin ja lisäämyntiä voi hakea ensiksi läheltä naapurimaista Ruotsista tai Venäjältä. Saksan messut ovat yleisin kohde messuosallistumiselle. Euroopan unionin myötä nykyisessä globaalissa toimintaympäristössä on helppo toimia. Ulkomailta voi löytyä yllättäviä yhteistyökumppaneita ja asiakkaita. Liitteenä SWOT-analyysi.

Yritysten osallistumiseen kansainvälisille messuille on olemassa useita erilaisia vaihtoehtoja. Rahoitus- ja yhteistyökumppanivalikoima on kuitenkin jokseenkin sekalainen, eikä yksittäisellä yrityksellä ole välttämättä käsitystä, mitä kaikkea apua kansainvälistymiseen on saatavilla. ELY-keskukset ovat hyvä lähtökohta kansainvälistymisen suunnitteluvaiheessa.

Koottujen tietojen pohjalta voisi esimerkiksi rakentaa toimintamallin, jonka avulla pk-yrittäjien olisi helppo osallistua kansainvälisille messuille. Tätä kartoittaessa olisi hyvä vielä selvittää tarkemmin esimerkiksi Itämeriverkoston toimintaa sekä kerätä yrityksiltä kokemuksia messuille osallistumisista ja siitä, millaista apua he jo olemassa olevien palvelujen lisäksi tai selventämiseksi kaipaisivat.

Toteuttamista vaikeuttaa käytännössä se, että rahoitukseen liittyvät tukimuodot muuttuvat vuoden 2013 lopussa, eikä uusista tuista ole vielä varmuutta. Mahdollisissa jatkotoimenpiteissä onkin huomioitava uusiutuvien tukien vaikutus messumahdollisuuksiin.

## 7 LÄHTEET

Kansainvälisistä messuista:

Keinonen, S & Koponen, P.2001.Menesty messuilla Yrityksen opas. 2. uudistettu painos. Helsinki: Monila Oy

Hopeasaari, V. 2012. Messut mielessä Kaupan Maailma 4. s. 40-42. Saatavana muodossa:

[http://www.spokesmanevents.fi/UserFiles/spokesmanevents/File/KaupanMaailma\\_4\\_2012\\_messujuttu.pdf](http://www.spokesmanevents.fi/UserFiles/spokesmanevents/File/KaupanMaailma_4_2012_messujuttu.pdf)

<http://www.elykeskus.fi/documents/10191/44961/Kansainv%C3%A4liset+n%C3%A4yttelyt+2013/e52b125b-0055-43d5-b658-2c1c81a824c6>

Rahoitus:

Yritysten yhteishankkeet ja niiden tuki. Työ- ja elinkeinoministeriö. [Verkkosivu] Viitattu 26.9.2013. Saatavana: <http://www.tem.fi/index.phtml?s=2215>

Yritysten yhteishankkeet/Kansainväliset näyttelyhankkeet. Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus. [Verkkoesitys] Viitattu 26.9.2013. Saatavana: [http://www.greenetfinland.fi/fi/images/4/4e/Kansainv%C3%A4liset\\_n%C3%A4yttelyhankkeet1\\_4\\_11.pdf](http://www.greenetfinland.fi/fi/images/4/4e/Kansainv%C3%A4liset_n%C3%A4yttelyhankkeet1_4_11.pdf)

Tuki yritysکوhtaisiin kansainvälistymishankkeisiin. Työ- ja elinkeinoministeriö. [Verkkosivu] Viitattu 26.9.2013. Saatavana: [http://www.tem.fi/yritykset/yritysten\\_kansainvalistymisen\\_edistaminen/tuki\\_yrityskohtaisiin\\_hankkeisiin](http://www.tem.fi/yritykset/yritysten_kansainvalistymisen_edistaminen/tuki_yrityskohtaisiin_hankkeisiin)

Maaseudun rahoitus / Yritystoiminnan tuet. Maaseutuvirasto. [Verkkosivu] Viitattu 26.9.2013. Saatavana: <http://www.mavi.fi/fi/index/maaseudunrahoitus/yritystuet.html>

Maaseudun kehittäminen / Leader-toimintaryhmät. Maa- ja metsätalousministeriö. [Verkkosivu] Viitattu 26.9.2013. Saatavana: [http://www.mmm.fi/fi/index/etusivu/maaseudun\\_kehittaminen/leader.html](http://www.mmm.fi/fi/index/etusivu/maaseudun_kehittaminen/leader.html)

Yritystoiminnan tuet Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelmasta. Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus. [Verkkosivu] Viitattu 26.9.2013. Saatavana: <http://www.elykeskus.fi/documents/10191/146744/Yritystoiminnan+tuot+mikroyrityksille+%28pdf+%2C%20358kt%29/58c50321-6a33-4958-beca-fe3c8b0ceea4>

Maaseudun yritysrahoitus. Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus. [Verkkosivusto] Viitattu 26.9.2013. Saatavana: <http://www.ely-keskus.fi/web/ely/maaseudun-yritysrahoitus#.UkQF9aziX0k>

Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelma 2007-2013. Maa- ja metsätalousministeriö. [Verkojulkaisu] Viitattu 26.9.2013. Saatavana: [http://www.maaseutu.fi/attachments/6BQPluj8V/Manner-Suomen\\_maaseudun\\_kehittamisohjelma\\_2007-2013\\_muutos\\_080713.pdf](http://www.maaseutu.fi/attachments/6BQPluj8V/Manner-Suomen_maaseudun_kehittamisohjelma_2007-2013_muutos_080713.pdf)

Etelä-Pohjanmaan ELY-keskuksen yritysrahoituslinjaukset 2012-2013 Työ- ja elinkeinoministeriön hallinnonalalla. Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus. [Verkojulkaisu] Viitattu 26.9.2013. Saatavana: [http://www.ely-keskus.fi/documents/10191/56033/EPOELY\\_Rahoituslinjaukset/a2db6ad1-327d-4a3b-a98c-39ceb2ae3af8](http://www.ely-keskus.fi/documents/10191/56033/EPOELY_Rahoituslinjaukset/a2db6ad1-327d-4a3b-a98c-39ceb2ae3af8)

Maaseudun kehittämisohjelma 2014-2020. Maa- ja metsätalousministeriö. [Verkkosivu] Viitattu 26.9.2013. Saatavana: [http://www.mmm.fi/fi/index/etusivu/maaseudun\\_kehittaminen/ohjelmakausi2014\\_2020.html](http://www.mmm.fi/fi/index/etusivu/maaseudun_kehittaminen/ohjelmakausi2014_2020.html)

Rahoitus. Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus. [Verkkosivu] Viitattu 30.9.2013. Saatavana: <http://www.ely-keskus.fi/web/ely/rahoitus2#.UkE7WKziX0k>

Puhelinhaastattelut Etelä-Pohjanmaan ELY-keskus Jarmo Kallio ja Juha Koski. 26.9.2013.

Vähämerkityksellinen tuki eli de minimis –tuki. Työ- ja elinkeinoministeriö. [Verkkosivu] Viitattu 26.9.2013. Saatavana: <http://www.tem.fi/?s=497>

Yhteistyökumppanit:

Elinkeinopoliittikkaa ja kansainvälistymistä edistävät yhteisöt. Työ- ja elinkeinoministeriö.[Verkkosivu] Viitattu 26.9.2013.Saatavana: [http://www.tem.fi/yritykset/yritysten\\_kansainvalistymisen\\_edistaminen/elinkeinopoliittikkaa\\_ja\\_kansainvalistymista\\_edistavat\\_yhteisot](http://www.tem.fi/yritykset/yritysten_kansainvalistymisen_edistaminen/elinkeinopoliittikkaa_ja_kansainvalistymista_edistavat_yhteisot)

Haapala, S & Hautala, T. 2013. Itämeren alue –paljon muutakin kuin vettä. Makus-tele 6.vuosikerta,10-11.

## Elintarvikealan tärkeimpiä messuja:

<http://www.polagra-food.pl/en/>  
<http://www.pakfood.pl/pl/>  
<http://www.targi.lodz.pl/en/>  
<http://www.balticfair.com/>  
<http://www.worldfood.com.ua/en/>  
<http://www.profexpo.ee/foodfair/>  
<http://peterfood.ru/>  
<http://www.ingredientsnetwork.com/>  
<http://www.anuga.com/en/anuga/home/index.php>  
<http://interfood-siberia.ru/en-GB/>  
<http://www.mefa.ch/>  
<http://www.gruenewoche.de/>  
<http://www.biofach.de/>  
<http://www.fastfoodexpo.ru/en-GB/>  
<http://veggieexpo.de/#/deine-welt-sagt-danke/>  
<http://internorga.com/>  
<http://www.md-expo.ru/en-GB/>  
<http://www.messen.de/de/7802/in/Friedrichshafen/Fameba/info.html>  
<http://restec.ru/>  
<http://worldfood.pl/main/>  
<http://www.prodexpo.kiev.ua/>  
<http://www.messe-stuttgart.de/fairhandeln/>  
<http://www.messe-stuttgart.de/marktdesgutengeschmacks/>  
<http://www.mts.pl/>  
<http://www.westfalahallen.de/messen/fair/en/>  
<http://www.inoga.de/>  
<http://www.world-food.ru/en-GB/>  
<http://www.smaki-regionow.pl/en/>  
<http://en.ipa-web.com/>  
<http://www.sialparis.com/>

**Muut rahoitusvaihtoehdot:**

<http://www.finnvera.fi/>

<http://www.tekes.fi/rahoitus/yrityksille/kasvu-ja-kansainvalistyminen/>

[http://www.norden.org/fi/pohjoismaiden-  
ministerineuvosto/ministerineuvostot/elinkeino-energia-ja-aluepolitiikan-](http://www.norden.org/fi/pohjoismaiden-ministerineuvosto/ministerineuvostot/elinkeino-energia-ja-aluepolitiikan-)

[ministerineuvosto-mr-ner/laitokset-yhteistyoeelimet-raja-alueyhteistyoen-elimet-ja-tyoeryhmaet/laitokset/pohjoismaiden-projektiventirahasto-nopef](http://www.norden.org/fi/pohjoismaiden-ministerineuvosto-mr-ner/laitokset-yhteistyoeelimet-raja-alueyhteistyoen-elimet-ja-tyoeryhmaet/laitokset/pohjoismaiden-projektiventirahasto-nopef)

[http://www.finnfund.fi/yritys/fi\\_FI/teamfinland/](http://www.finnfund.fi/yritys/fi_FI/teamfinland/)

[http://www.finnpartnership.fi/www/fi/advisory\\_services/Team\\_Finland\\_verkosto/index.php](http://www.finnpartnership.fi/www/fi/advisory_services/Team_Finland_verkosto/index.php)

**Yhteistyökumppanit:**

<http://www.mif.fi/>

<http://www2.te-keskus.fi/new/pk-info/vienti-15.htm>

<http://team.finland.fi/Public/default.aspx?nodeid=46788&contentlan=1&culture=fi-FI>

[http://www.tem.fi/yritykset/yritysten\\_kansainvalistymisen\\_edistaminen/team\\_finland](http://www.tem.fi/yritykset/yritysten_kansainvalistymisen_edistaminen/team_finland)

<http://www.oske.net/tietoa-oskesta/>

<http://www.messua.fi/palvelut/suunnittelu>

[http://www.spokesmanevents.fi/messu\\_ ja\\_tapahtumapalvelut/](http://www.spokesmanevents.fi/messu_ ja_tapahtumapalvelut/)

<http://www.viexpo.fi/fi/services/fairs>

<http://www.yrityssuomi.fi/kasvuvayla>

<http://www.yrityssuomi.fi/web/guest/kansainvalistymisen-rahoitus>

<http://www.foodwest.fi/itameri-verkosto.html>

<http://www.finnpartnership.fi/www/fi/finnpartnership/index.php>

## 8 LIITTEET

### Liite 1. Swot-analyysi

