

Suomalaista luksusta maailmalla

Miten suomalaiset yritykset ovat lähteneet kansainvälisille markkinoille? Onko tarvittu brändäystä eri markkinoille? Minkälaista apua on mahdollista saada, jos yritys haluaa lähteä viemään tuotteitaan maailmalle?

TEKSTI KAISA TIIRA, NUORET EKONOMIT JA KUVAT OTTO TURUNEN

Nuorten Ekonomien ja Kansainvälisten Ekonomien järjestämään tapahtumaan Finpron tiloihin kokoontui 50 hekolaista keskustelemaan suomalaisesta luksuksesta.

Tapahtuman aluksi Finpron luovien alojen ohjelmien toimialajohtaja **Irma Patala** kertoi Finpron organisaatiouudistuksesta sekä uudelleen järjestetyistä palveluista. Kansainvälistymispalveluja on uudistettu niin, että ne ovat nykyään yrityksille pääosin maksuttomia.

"Palveluiden toteuttamisessa hyödynnetään paljon partnereita sekä ulkomailla että Suomessa. Yhteistyötä tehdään mm. Team Finlandin, Tekesin ja Ely-keskusten kanssa, jolloin saadaan paras apu kunkin yrityksen tarpeeseen. Tämä apu voi olla sparrausta, verkostoitumista, rahoitusneuvontaa tai muuta käytännön apua." Irma Patala kertoo.

Finprolla on useita kansainvälisen liiketoiminnan kasvuohjelmia, joista erityisesti Luovimo – Luovien alojen ohjelmat, on suunnattu korkealuokkaisia, jopa luksustuotteita – tai palveluita tarjoaville suomalaisyrityksille. Luovimon alla on toteutettu Kioskista konsernisi-ohjelma, joka on suunnattu muotibrändeille. Ohjelman fokuksena oli Skandinavia ja Eurooppa. Teemaksi muotoutui brändäys – "Miten yrityksemme brändi on uniikki?" sekä kansainvälinen ostotoiminta – "Minkälaista myyntimateriaalia tarvitsemme? Minkälaiset menettelytavat ja jakelulogiikka fokusmarkkinoilla toimivat?". Nyt päättäneeseen ohjelmaan osallistui seitsemän yritystä ja jatkoa on suunnitteilla.

Johanna Heikkinen Suomi-Hong Kong Kauppayhdistyksestä on ollut viemässä suomalaisia muotialan yrityksiä Hong Kong Fashion Weekille, jonka kuulumisia hän kertoi.

"Lähdimme ajatuksessa mitä yrityksiä halutaan esitellä hongkongilaisille jäsenyrityksille. Muotimessut olivat juuri tulossa, joten pohdimme, olisiko potentiaalisia suomalaisia yrityksiä, joita voisimme sinne viedä?" Heikkinen kertoo projektin aloituksesta.

#INLAND on yhteistyöfoorumi, joka kokoaa yhteen suomalaisia, lahjakkaita suunnittelijoita ja tukee heidän tuotteidensa kansainvälistymistä. "Pohdimme voisiko #INLAND toimia myös Hong Kongissa, ja siitä hanke lähti etenemään", projektin koordinaattorina toiminut Heikkinen jatkaa.

Näin aloitettiin koota yhteen suomalaisia muotisuunnittel Mukaan valikoitui esimerkiksi kalannahkakenkiä ja laukkuja tuottava Viona Blu, mm. hattuja suunnitteleva Costo sekä Suomessakin jnettu vaatesuunnittelija Katri Niskanen. Projektin sponsoreiksi tiin tunnettuja suomalaisia brändejä, mm. urheiluvälineiden erosaaja Polar, Nordqvistin tee sekä Koskenkorva. Mukaan saatiin laulaja Saara Aalto, joka toimii luupin mainoskasvona sekä es kaikissa tilaisuuksissa.

Illan viimeiset puhujat olivat ekologisia hirsitaloja valmista Artichousen yrittäjäpariskunta, **Eeva-Liisa** ja **Matti Ikonen**, jotka sivat yrityksen historiaa ja erityisesti sen kansainvälistymistä

Omasta taustastaan ja yrityksen syntyhistoriasta laajasti lneen Matti Ikonen tarina alkoi 1970-luvulla, jolloin hän aloitti u eri yrityksiä kansainvälisissä tehtävissä ulkomailla ja se jatkui hemmin Suomessa. Vuosi 1979 oli käännekohta, kun Ikonen kurneineen päätti perustaa oman yrityksen. Artichouse syntyi. Akojen suurimpana haasteena olivat laatuongelmat, joiden n johtuvan liian monesta alihankkijasta. Päätös oman tuotannon tamisesta kypsyi ja tehdas perustettiin Sodankylään 1990-lopulla. Näin Artichouse pystyi investoimaan parhaimpiin ja u piin tuotantovälineisiin ja varmistamaan sillä korkean suomalaislaadun.

Vuosien saatossa yritys on onnistunut kasvattamaan maalaajuisen myyntiverkoston. Tällä hetkellä vientiin toimitetaan 95 % tuotannosta ja taloja on toimitettu yhteensä 41 eri maahan yrityksen menestymisen kulmakivistä on pyrkimys muokata n toa jokaiselle markkinalle sopivaksi. Esimerkiksi tällä hetkellä alla on saada Japanin mallistoa modernimpaan suuntaan maan tajoitoiden mukaisesti.

Eeva-Liisa Ikonen yrittäjä- ja kansainvälistymistarina alkmman yllättäen 14 vuotta sitten, kun Artichoussessa avautui p hänelle myynnin parissa. Hän huomasi pian myyntityön sopivan leen.

"Myynti olikin mukavaa työtä", Ikonen kertoo ja jatkaa, "jamme on toimitettu mm. Venäjän presidentille ja australiala sanomalehden omistajalle. Monet tyytyväiset omistajat ovat t Suomeen asti katsomaan tuotteitamme. Kaikkihan bisnessess tee myynnistä ja hyvästä asiakaspalvelusta".



Hanna Helkkinen



Irma Patala



Eeva-Liisa ja Matti Ikonen

