

TRY SWEDISH!



A taste of innovation

Maria Varnauskas, Manager Try Swedish Export program , Business Sweden

TRY SWEDISH! EXPORT PROGRAM

ÖKA SVERIGES LIVSMEDELSEXPORT *genom att...*

Inspirera fler livsmedelsföretag
att börja sälja internationellt

Hjälpa livsmedelsföretag
att växa globala försäljning

MÅL LIVSMEDELSEXPORT 2030

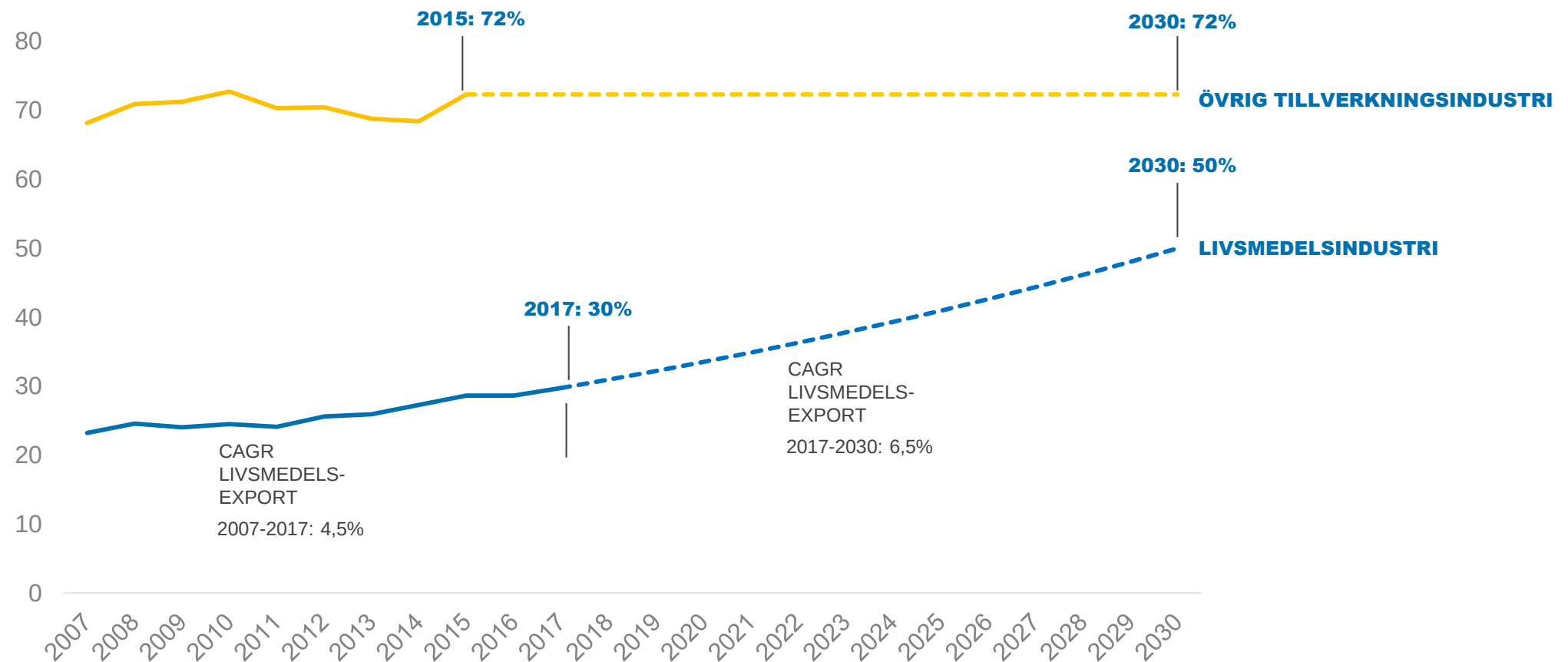
FRÅN 30% TILL...

50 %

EXPORTANDEL I SVENSK LIVSMEDELSINDUSTRI

EXPORTANDELAR I PRODUKTION 2007 – 2030

ANDEL VARUEXPORT AV PRODUKTIONSVÄRDE I PROCENT 2007 – 2030



NOT: VARUEXPORTEM EXKLUSIVE FISK OCH SKALDJUR

KÄLLOR: SCB; BUSINESS SWEDEN (2018)



TRY SWEDISH! EXPORT PROGRAM

ÖKA SVENSK LIVSMEDELSEXPORT GENOM ATT ...

M
Å
L

På internationella prioriterade marknader– i och utanför Europa

Inspirera fler företag att börja sälja internationellt genom ...

Stödja livsmedelsföretag att växa sin internationella försäljning genom att ...

N
Y
C
K
E
L

- ▶ Identifiera SME företag med internationell potential
- ▶ Kompetensutveckla SME bolag – hur starta sin internationella försäljning ,export fregler ch märkningskrav etc
- ▶ Visa på framgångs rika export företag

- ▶ Export Accelerator Program för livsmedelsbolag (SME) med stor exportpotential
- ▶ Livsmedels specialister på prioriterade marknader , local affärsnätverk.
- ▶ Genomföra marknads förings aktiviteter , tex mässor, inköpssamarbeten , online samarbeten osv...
- ▶ Särskild satsning på ekologisk exportutveckling.

A
K
T
I
V
I
T
E
R

- ▶ Trendspotting och information om internationella trender och affärsmöjligheter

V
E
R
K
Y
G

Seminarier ,
workshops och
kompetensutveckl
ing i Sweden

Svenska
paviljonger på
utvalda
livsmedelsmässor
fairs

Retail
samarbeten
inclusive online

Digitala
plattformar och
kampanjer

Food Business
Days &
matchmaking

Kommunikations plattform: TRY SWEDISH!

TRY
SWEDISH!
KULINARISK
EXPORT

MARKNADSTIL
TRÄDES
FRÅGOR

CONFIDENTIAL

FOR INTERNAL USE WITHIN
CLIENT COMPANY ONLY

THE SWEDISH TRADE & INVEST COUNCIL



ANALYS AV EXPORTPOTENTIALEN UTIFRÅN LIVSMEDELSSEGMENT

REGERINGSKANSLIET (NÄRINGSDEPARTEMENTET)

29 mars 2018

Business Sweden

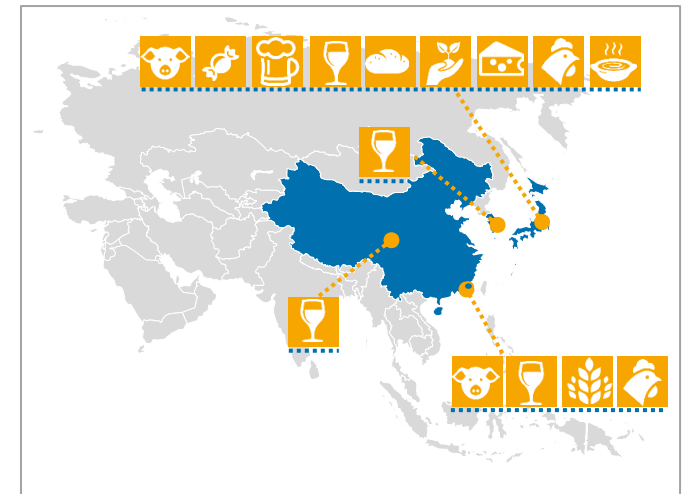
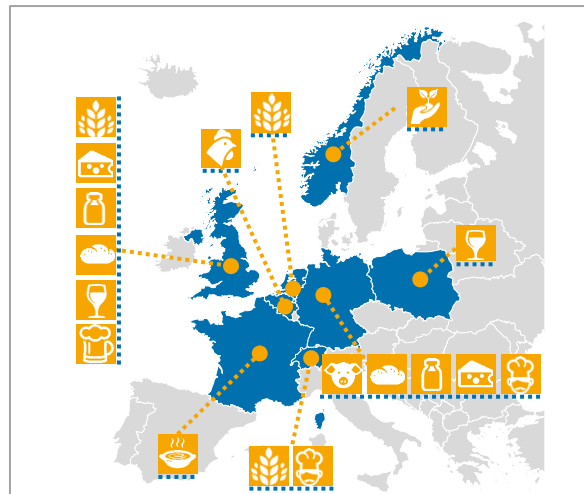
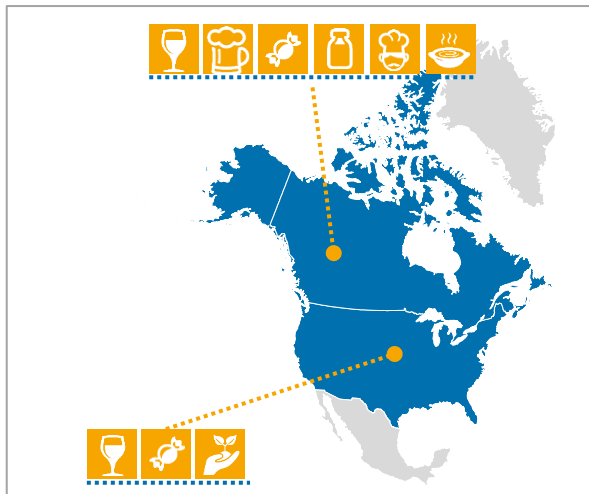
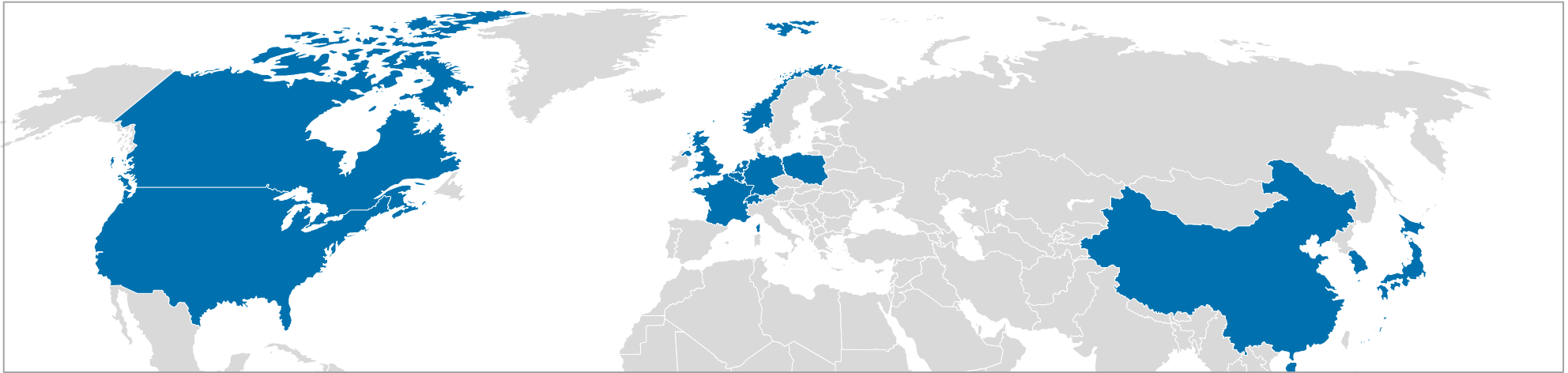
**Komplett med 2018-03-29 Appendix "Analys av exportpotentialen hos livsmedelssegment" Regeringskansliet (Näringsdepartementet)
Om inget annat anges är källan för rapporten Business Swedens analys*



14 RELEVANTA MARKNADER IDENTIFIERADE

KANADA, STORBRITANNIEN, TYSKLAND, JAPAN & HONGKONG BREDAST POTENTIAL

SAMMANFATTNING 1 (3)



FRAMTIDA TRENDER POSITIVA FÖR SVERIGES STYRKOR

SAMMANFATTNING 2 (3)

SVERIGE

- ▶ Positiv utveckling av exporten, dock utmanande företagsstruktur med 84% av företagen med <9 anställda (inom livsmedel, drycker och tobak)
- ▶ Sverige har globala styrkor som hållbarhet, livsmedelssäkerhet, innovativa nischprodukter och snabbfotade företag

LÄNDER

- ▶ Sammantaget har 14 relevanta marknader med högst livsmedelsexportpotential identifierats, varav Kanada, Storbritannien, Tyskland, Japan & Hongkong har bredast potential
- ▶ Åtta relevanta marknader i Europa med störst potential premium, ekologiskt, convenience och hälsa.
- ▶ Fyra relevanta marknader i Asien. Stora trenderna i industriländerna är hälsa, convenience och urban livsstil. Även ökad efterfrågan på proteinrik kost och västerländska varor.
- ▶ Två relevanta marknader i Nordamerika. Trender i Kanada är framförallt hälsa, funktionellt och convenience, men också ekologiskt. Positionering viktigt i hård konkurrens.

UTBLICK

- ▶ Inom ett 10 års perspektiv förändrar digitalisering och automatisering livsmedelsindustrin med ökad produktion, kvaliteten och kapitalintensitet.
- ▶ Den totala befolkningen i världen förväntas öka till 9 miljarder människor år 2030 med fortsatt urbaniseringen, åldrande och stagnerande befolkningstillväxt i flera länder i kontrast till snabb befolkningstillväxt i utvecklingsländer. Urbaniseringen skapar viktiga nischmarknader i utvecklingsländerna. Trenden mot mer västerländskt influerad mat fortsätter, men lokala producenter – främst i Asien – konkurrerar framgångsrikt med europeiska produkter. Den globala efterfrågan på funktionell mat ökar snabbt (cancer, diabetes, hjärt- och kärlsjukdomar, fetma) liksom på vegetariska substitut till kött- och mejeriprodukter.
- ▶ Potentialen för en snabbare ökning av handeln hålls fortsatt tillbaka av bristen på framsteg i världshandelsorganisationen WTO
- ▶ Framtida globala trender positiva för Sveriges styrkor: digitalisering, krav på innovativ produktutveckling, behov av effektiv produktion, segmenterad demografi med förändrade matvanor samt samarbeten inom bilaterala och regionala handelsavtal.

KRITISKT MED POSITIONERING AV SVERIGES STYRKOR*

HONGKONG, JAPAN, KANADA, STORBRIANNIEN OCH TYSKLAND STÖRST POTENTIAL

SLUTSATSER

SVERIGE	Sveriges styrkor är en fördel i ett globalt perspektiv och i linje med rådande trender. Möjligheter för ekologiskt i på 1-4 marknader inom 11 segment. Kritiska faktorer för framgång för enskilda företag är ex. identifiera kundvärde, vinna marknadskunskap och säkra stöd från ledningen
LÄNDER	- Hongkong, Japan, Kanada, Storbritannien och Tyskland uppvisar störst potential för mellan fyra till nio segment vardera. Här finns stora möjligheter för svenska företag att samarbeta branschöverskridande för att främja svenska styrkor som ligger i linje med globala trender. Positionering är särskilt viktigt då konkurrensen generellt är stenhård. Även samarbete inom exempelvis logistik skulle underlätta förbättrade möjligheter att konkurrera. - För exempelvis Kina och USA (hög potential, men låg tillgänglighet) skulle främjande kunna öka tillgängligheten. Potential finns för närmare utvärdering
UTBLICK	- Sveriges styrkor i linje med framtida trender som digitalisering, innovativa produkter, effektiv produktion, segmenterad demografi samt handelsavtal - Urbanisering, funktionell mat samt protektionism är andra trender som påverkar i ett 10 års perspektiv
SEGMENT	BRÖD: Japan, Storbritannien och Tyskland störst potential. Möjligheter för nischprodukter, premium och hälsa samt branschöverskridande främjande. DRYCK: Kanada, Storbritannien och Tyskland störst potential. Ökad efterfrågan premium, ekologiskt, smoothies, funktionsdryck och låg sockerhalt. FÅGEL: Belgien, Japan och Hongkong störst potential för fågelkött med Sveriges styrkor djurhållning, låg antibiotikahalt och produktionssäkerhet.** FÄRDIGRÄTTER: Frankrike, Japan och Kanada störst potential. Smarta lösningar, ekologiska rätter och internationella smaker efterfrågas. KÖTT: Japan, Hongkong och Tyskland (ekologiskt) störst potential. Ökad konsumtion och efterfrågan på premium och västerländska produkter samt möjligheter för biprodukter gör Asien intressant.** KVARN: Hongkong, Nederländerna, Schweiz och Storbritannien störst potential. Hälsosammare kost, ekologiskt och mindre socker drivande krafter. MEJERI: Japan (generellt premiumprodukter), Storbritannien och Tyskland störst potential. I Europa efterfrågas innovativa nischprodukter, t.ex. vegan. SMAK: Kanada, Schweiz och Tyskland störst potential. Trender för ekologiskt, grillsåser och kvalitet bland såväl industri, dagligvaruhandeln som storkök. Branschen ser ytterligare möjligheter i Ryssland och Ukraina, marknader som ej ingått, men noterats, i denna analys. SÖTT: Japan, Kanada och USA störst potential. Betalningsvilja för premium, hälsosammare snacks samt ekologiskt. Sverige möjlighet att vara unikt. SPRIT: Hongkong, Polen och Storbritannien störst potential drivet av efterfråga på premium i Europa och ökade västerländska alkoholvanor i Asien. TOBAK: Japan, Norge och USA störst potential. I Norge ökar snusande. Snus finns i Japan och USA. Låg kännedom kräver marknadsföring. ÖL & CIDER: Japan, Kanada och Storbritannien störst potential. Stark efterfrågan på premium, hantverksöl, ekologiskt samt söt cider (exkl. Japan).

*FRÅGOR KRING REGLER FÖR MARKNADSFÖRING AV ALKOHOL OCH TOBAK INKLUSIVE PÅ SOCIALA MEDIER INNEFATTAS INTE AV DEN HÄR RAPPORTEN, MEN BÖR UTREDAS **FÖR BIPRODUKTER (FÖR FÅGEL ÄVEN KLÄCKÄGG) SER BRANSCHEN ANDRA INTRESSANTA MARKNADER SOM EJ INGÅTT, MEN NOTERATS, I DENNA ANALYS.

TRY SWEDISH – EXPORTPROGRAM

Fokus 2018-2019

- 1) Acceleratorprogram för SME
- 2) Utlandsstationerade livsmedelsansvariga
- 3) Särskild satsning på ekologisk export
- 4) Kommunikations- och marknadsföringsaktiviteter inom Try Swedish
- 5) Främjandeaktiviteter



2) ACCELERATORPROGRAM FÖR SME

- ▶ 40st prioriterade bolag
 - ▶ Produkter med stor internationell potential
 - ▶ Omsättning >20MSEK och eget kapital >1MSEK
 - ▶ Befintlig export idag
 - ▶ Ägare och ledning med vilja och förutsättningar att lyckas med internationell expansion
- ▶ Särskilt stöd för accelererad ökning av företagets globala försäljning 2018-2019
 - ▶ Strategi för ökad global försäljning
 - ▶ Stöd för genomförande på valda marknad/er



Jonas Englund



David Carlsson

3) UTLANDSSTATIONERADE LIVSMEDELSANSVARIGA

SWEDISH FOOD EXPORT PORTAL



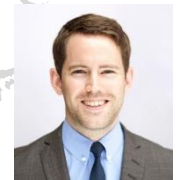
Therese
Dalenbrant



Caleb
Chapman



SookYoung
Lim



Carl Norsten



Elaine Tham

Marknadsinsikter

Matchmaking och
affärsutveckling

Extern kommunikation

4) SATSNING PÅ EXPORT AV EKOLOGISKA LIVSMEDEL

Nya säljkanaler

Identifiera och etablering av nya samarbete med
ekoprofilerade
kedjor på prioriterade marknader

Exportutveckling SME (ekologiskt)

Exportaccelerator SME
Livsmedelsguiden

Mässor

NOFF , NOPA 2018

BIOFACH 2019, Natural
Products Expo West 2019
NOFF 2019

Kommunikation

Try Swedish! eko
Seminarier
Nordisk samverkan

P
R
O
J
E
K
T
L
E
D
A
R
E

TRY SWEDISH!

DIGITAL & SOCIAL MEDIA 2.0



TRY SWEDISH! 🇸🇪

[Eat like a Swede!](#) [Inspiration](#) [Products](#) [Events and Contact](#)

Try Swedish is an open invitation from the country of Sweden to taste and explore the world of our food and drink culture.

#tryswedish

Follow and share what's going on in Swedish food culture on social media



TRY SWEDISH! 🇸🇪

Events and Contact

Meet or contact TRY SWEDISH and our Swedish innovative, creative companies and get a taste of our part of the world.
Feel free to contact us to know more about the local activities in your market. We help you connect!

**Meet us at Food Fairs around the world**

Upcoming Try Swedish Events 2019 Swedish food suppliers participate in many fairs and activities around the world.

Try Swedish is an open invitation from the country of Sweden to taste and explore the world of our food and drink culture.

#tryswedish

Follow and share what's going on in Swedish food culture on social media



10 foods for a proper Cosy Friday

Since being coined as an expression as part of an advertising campaign for OLV crisps [...]



Fika, cinnamon rolls and coffee: staples of the Swedish diet

In Sweden, fika is an essential part of the day. It is where ideas are [...]



Cosy Friday, why many Swedish families stay in on Friday nights

Cinnamon rolls, pickled herring, Abba and... cosy Fridays. Yes, it's true, the tradition of staying [...]



The KRAB Label Drives Development of Organic Food

There are of course several reasons for the success of organic food in the Swedish [...]



Meet us at Food Fairs around the world

Upcoming Try Swedish Events 2019
Swedish food suppliers participate in many fairs and activities around the [...]



10 innovative drinks: Swedish beer, cider, fruit juice and more

We have all heard of Swedish fruit cider but how much do you know about [...]



Swedish food: innovative food trends from Sweden

Have you ever wondered why Swedish people have that healthy glow? It turns out the [...]



10 vegan diet innovations from Sweden

Over the next three years, the global meat-alternative market is projected to grow by an [...]

LOAD MORE



Finn Crisp

Finn Crisp Original is baked using sourdough and has a full rye taste and a crispy character. It's perfect for breakfast or as a healthy snack

[Website](#)


Photo: Finn Crisp

FINN CRISP Originals classic recipe, based on whole grain rye, was first created in 1912 and is still the company's most popular product. Finn Crisp Original is based using sourdough and has a full rye taste and a crispy character. It's perfect for breakfast or as a healthy snack. Serving from the Finnish rye fields, Finn Crisp has been a favorite ever for close to 10 years.

Created for the 1912 Olympic Games, Finn Crisp brings all the goodness from rye to more than 30 countries around the world. But the crisp, bread-baking tradition goes back all the way to 1848 when Finn Crisp's founding father started the company in Västerås, Finland. Today, Finn Crisp is a part of Lantmännen, an agricultural cooperative owned by 25,000 Swedish farmers, operating in the Nordic Region.



Photo: Finn Crisp

FINN CRISP Beet Beet is a colorful rye crisp, based with root crops & ginger and topped with citrus seeds. The rye gives a sensory boost to the taste, while the vegetables adds a gentle sweetness.

FINN CRISP Carrot Granola is a colorful rye crisp, based with carrot & topped with crunchy pumpkin seeds. With the malina rye as a base, crispies delight take your weekend to a new level.

Finn Crisp is one of the largest manufacturers of hard-baked granola and is found on the shelves of over 80,000 stores. The brand is located in the small town of Kivik, in the very south of the country. The healthy, slow-baked rye is then, low in fat and gives superior satisfaction.



Finn Crisp - a part of Lantmännen

Lantmännen is an agricultural cooperative and Northern Europe's leader in agriculture, machinery, processing and food products. Owned by 25,000 Swedish farmers, we have 10,000 employees, operations in over 30 countries and an annual turnover of EUR 8 billion (SEK 40 billion). With grain at the heart of our operations, we value organic and responsible to make farming thrive. Some of our best-known food brands are AXA, Brändö, Kungälv, Gårdsen, Gårds, FINN CRISP, Schulten and Håkan. Our company is founded on the knowledge and values acquired through generations of farmers. With research, development and operations throughout the value chain, together we take responsibility from field to fork.

AXA

For over a hundred years, AXA has been serving Swedes with a wide range of tasty, healthy oat-based breakfast products.

[Website](#)


Photo: AXA

AXA is the market leader in the breakfast category in Scandinavia and part of Lantmännen, an agricultural cooperative owned by 25,000 Swedish farmers. For over a hundred years, AXA has been serving Swedes with a wide range of tasty, healthy oat-based breakfast products. We have a strong focus on product development in order to live up to the traditions of healthy and reliable the customers' first choice.

AXA's oat is responsibly grown, with the almost 100% for health, environment and nature. The oat always has an oat being 100% whole grain and full of fibers, vitamins and minerals you need.

The oat used in AXA's products has been bred to thrive in the adverse Nordic climate. The mild and bright summers give the oat the time to ripen and evenly charge the energy and rich and full taste of nature.

AXA Swedish Harvest

AXA's Swedish Harvest cereal range is based on oat from the farms of our members - 25,000 Swedish farmers, and carefully chosen and milled in Lantmännen's mill in Årva, Sweden. Based on our expertise of nutrition and processing we refine the oat into naturally good breakfast products. Well-thought-through ideas that enable long-term healthy breakfast habits, simple and tastefully packaged products that give you the possibility to be your best self.



Photo: AXA

Simply Great Granola

AXA Simply Great Granola, with taste from berries and nuts and free from added sugar. Simply Great Granola comes in several different flavors.



Photo: AXA

Musli

AXA's Active Musli is naturally rich in iron and magnesium and perfect for people with an active lifestyle. The product contains purified quinoa and Swiss cornflakes.

Our protein drink with taste of apple and coconut is loaded with protein from oats and peas. The drink contains no added sugar.

AXA's Antioxidant Musli is a deliciously tasty musli, naturally rich in antioxidants zinc and vitamin E.

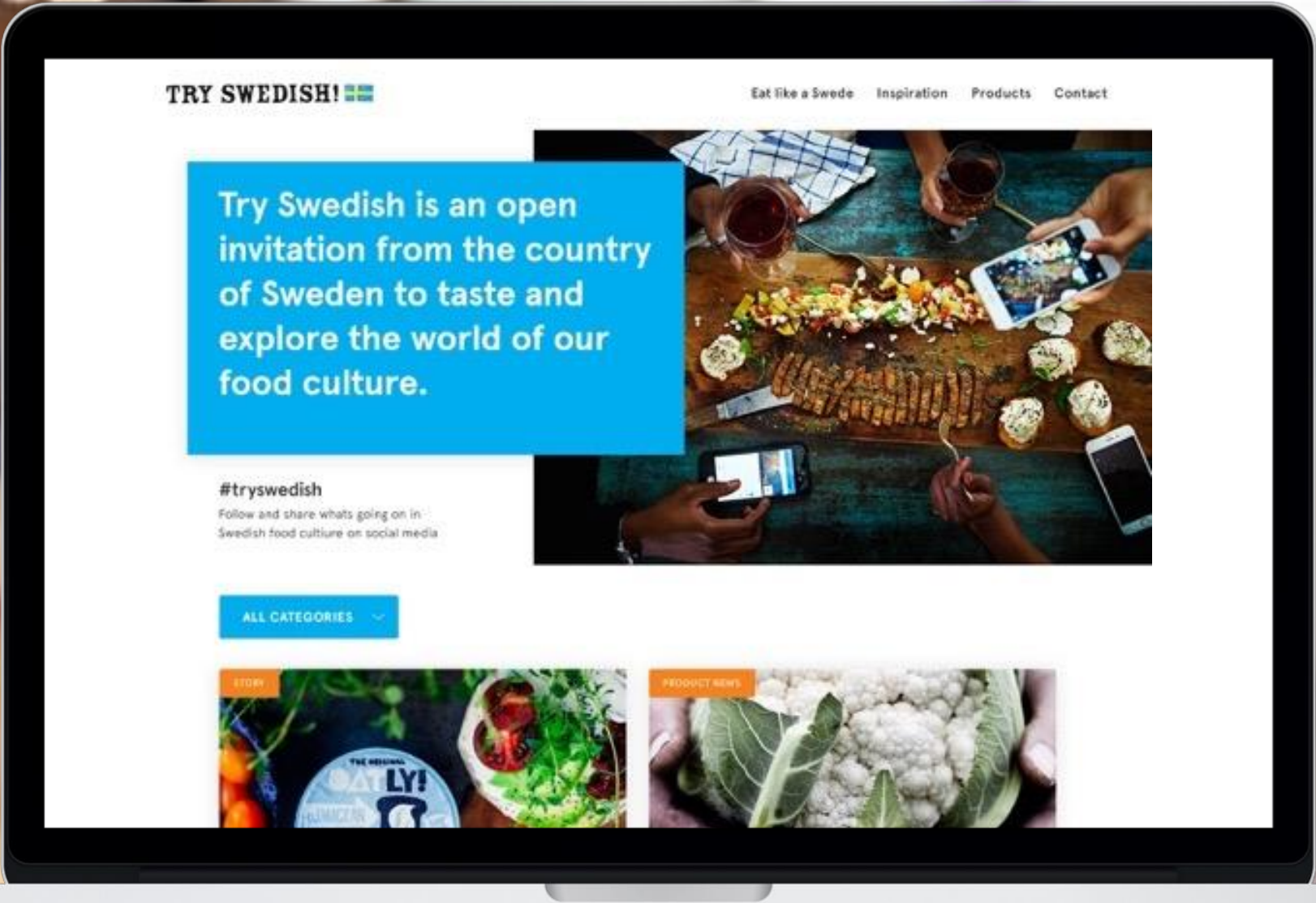


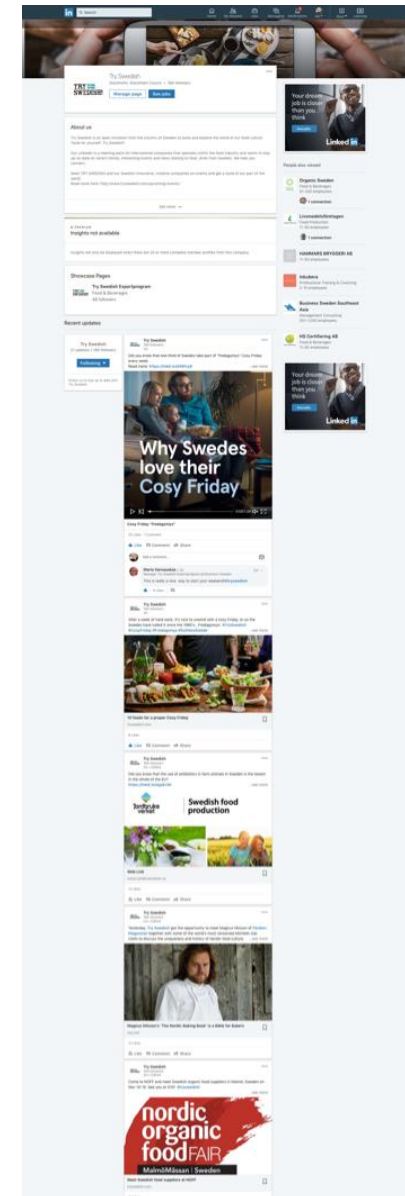
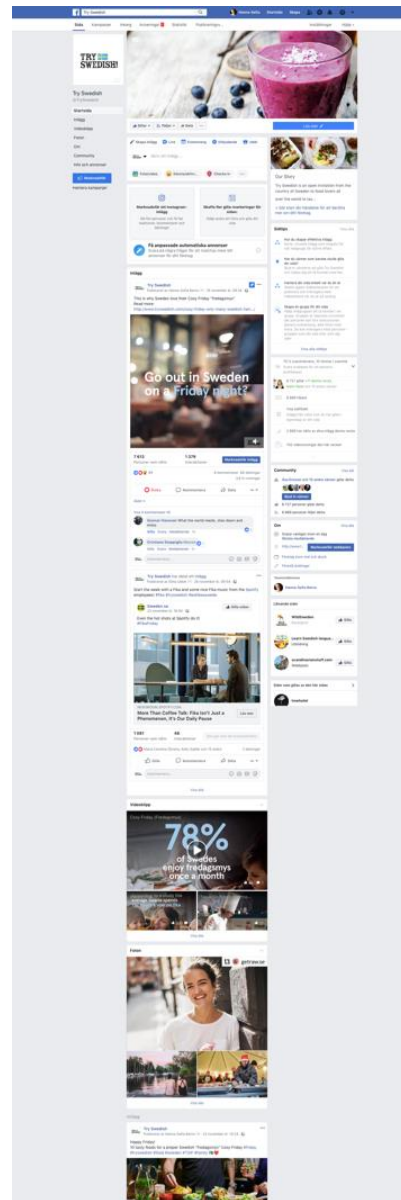
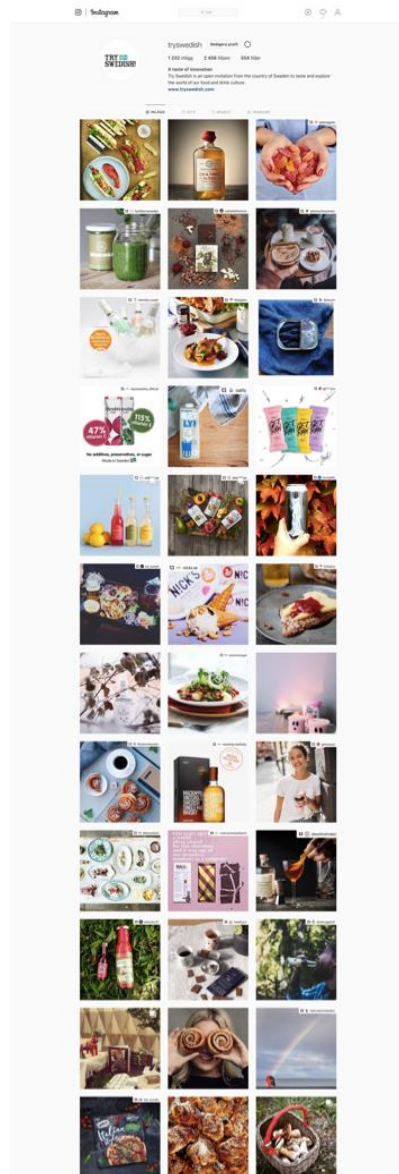
Photo: AXA

SUSTAINABLE FOOD FROM SWEDEN IS THE FUTURE

- ▶ The need to eat more sustainably is a hot topic around the globe. Green-minded Swedish food producers are among the world's leading innovators in the fields of sustainable farming and organic food production.







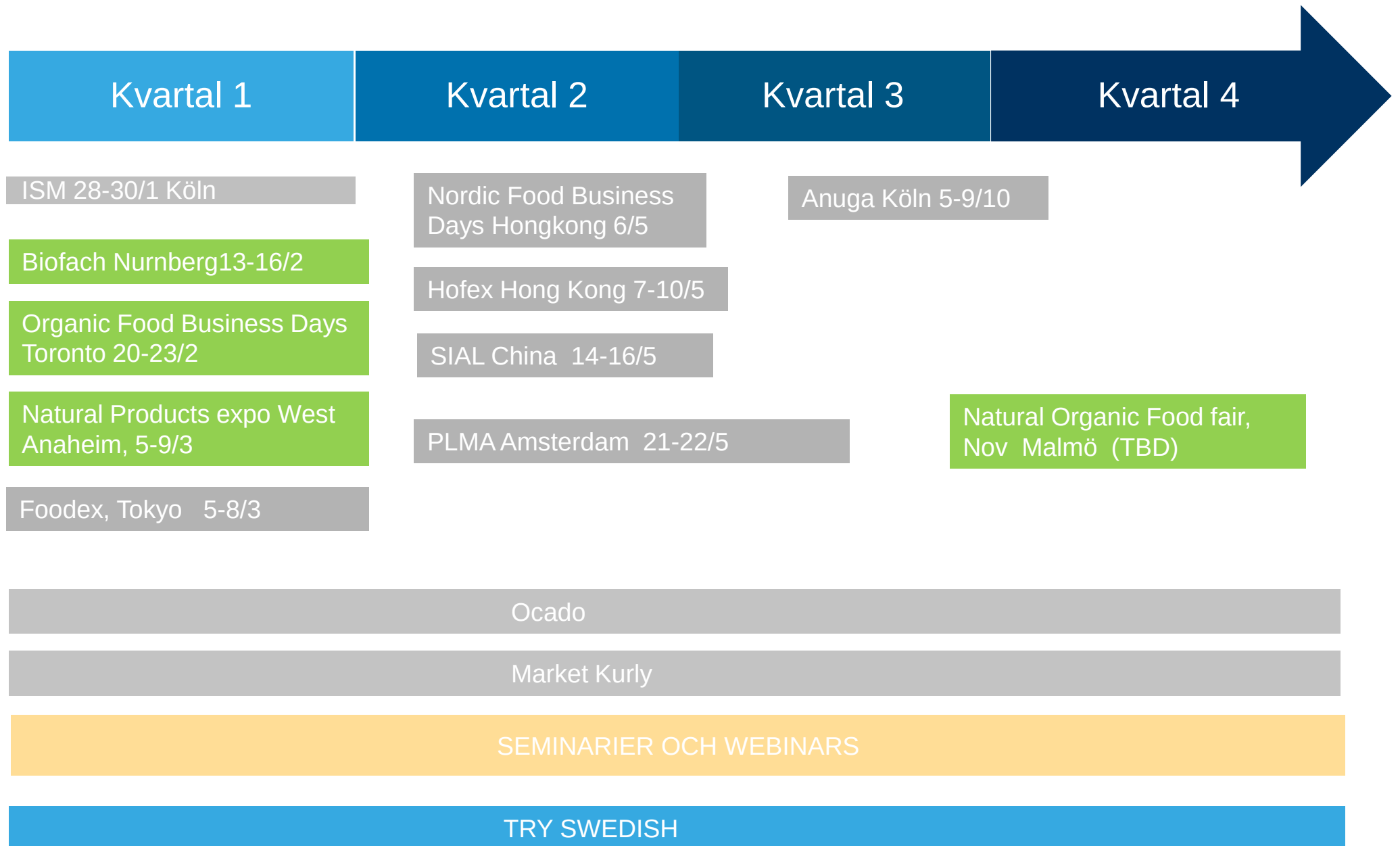


SVERIGES STYRKOR INOM LIVSMEDEL

- ▶ Unikt klimat (med fyra årstider, midnatts sol) rent vatten producerar unika smaker och råvaror (vilda bär havre ..)
- ▶ Hållbarhet (inkl ekologiskt)
- ▶ Innovationsdrivna
- ▶ Djur omsorg, antibiotikafritt
- ▶ Livsmedelssäkerhet
- ▶ Hälsomedvetenhet
- ▶ Modern livsstil



1) FRÄMJANDEAKTIVITETER 2019



INVEST

UPPDRAG ATT ATTRAHERA UTLÄNDSKA FÖRETAG ATT ETABLERA SIG I SVERIGE OCH UNDERLÄTTA FÖR FÖRETAGEN VID ETABLERINGEN MED RÅDGIVNING

- ▶ 40 medarbetare ; Sverige, Kina, Japan, Sydkorea, Indien, USA och Tyskland
- ▶ Proaktivt arbete med att attrahera utländska företag att etablera sig i Sverige och underlättar för företagen vid etablering med rådgivning och information och praktisk support
- ▶ Strategisk rådgivning hur man utvecklar affärer i Sverige
- ▶ Anpassad marknads och industriell insikter – inkluderar industriinformation, benchmarking, affärsklimatet m.m.
- ▶ Affärsmöjligheter identifierar dessa och presenterar etableringsstrategier och nästa steg
- ▶ Partner och kompetens research – agerar länk mellan svenska bolag och utländska och presenterar möjligheter för strategiska partnerskap, R&D samarbeten och andra typer av samarbeten. Ger etableringsstöd i form av rådgivning kring skatter, lagstiftning, kontakt med myndigheter och organisationer
- ▶ Ger tillgång till affärsnätverk i Sverige
- ▶ Strategiska partnerskap med 17 investeringsfrämjare runt Sverige, High Coast Invest här
- ▶ Site selection processer – samlar info och utvärderar
- ▶

TACK !

MARIA VARNAUSKAS, MANAGER TRY SWEDISH EXPORTPROGRAM, BUSINESS SWEDEN