



Arla Foods panostaa tulevaisuudessa vahvasti Afrikan ja Aasian kasvaville markkinoille

Pohjoismaiden ja Euroopan markkinainvestointien jälkeen Arla tulee keskittymään uudessa strategiassaan vahvasti kasvaville markkinoille, sillä siellä sijaitsee 90 prosenttia meijerialan tulevaisuuden kasvupotentiaalista. Myös suomalaisiin innovaatioihin panostetaan.

Maailma on muuttumassa, ja Arla vastaa muutokseen suurilla investoinneilla, jotka sijoittuvat kehittyville markkinoille – tällä hetkellä ensisijaisesti Aasiaan. Markkinoiden keskiössä ovat uudet, innovatiiviset tuotteet.

”Meidän täytyy muuttaa markkina-ajattelua ja ajatella tulevaisuutta. Jos haluamme kasvaa, meidän täytyy miettiä, missä on paras kasvupotentiaali”, Arla Foods -konsernin toimitusjohtaja Peder Tuborgh kommentoi.

Aasian markkinoilla toimii läpinäkyvyys

Aasiassa arvostetaan yrityksiä, joiden toiminta on aitoa, läpinäkyvää ja luotettavaa. Pohjoismainen, tuottajiansa omistuksessa oleva Arla uskoo tarinansa ansiosta olevansa markkinoilla vahvoilla.

Yrityksen toimiessa eri markkinoilla kulttuurierot on otettava tarkasti huomioon. Kuluttajilla ei esimerkiksi ole globaalisti yhdenmukaista tapaa suhtautua elintarvikkeiden terveellisyyteen. Siinä missä Pohjoismaissa kiinnitetään huomiota tuotteen ominaisuuksiin, kuten sokerin ja rasvan määrään sekä proteiinin saantiin, Kiinassa tuotteen terveellisyys linkittyy ennen kaikkea yritykseen ja sen toiminnan luotettavuuteen. Kuluttajien erilaiset tarpeet otetaan huomioon tuotekehittelyssä.

”Uudet markkinat vaativat uudenlaisia, innovatiivisia tuotteita”, Peder Tuborgh kertoo.

Afrikassa suuret kasvumahdollisuudet

Arla selvittää mahdollisuuksiaan myös Afrikan markkinoilla. Tällä hetkellä Arla myy tuotteitaan Nigeriassa ja Norsunluurannikolla, mutta tutkii mahdollisuuksiaan myös esimerkiksi Ghanassa, Senegalissa, Kongossa ja Etelä-Afrikan markkinoilla.

Suomen Arla Oy tärkeässä roolissa

Suomi on yksi Arlan ydinmarkkina-alueista. Esimerkiksi suomalaisen konseptikehityksen tuloksena syntyneitä Arla Protein -rahoja aloitettiin viemään Isoon-Britanniaan tämän vuoden alussa. Arla Oy panostaakin tuoremaidotuotteiden tuotantoon ja uusien konseptien luomiseen.

Tuoremaidotuotteiden valmistukseen käytetään suomalaista maitoa, joka on Arla Oy:n toiminnan perusta myös jatkossa.

Arlan kansainvälinen liikevaihto kasvoi 14 prosenttia viime vuonna Venäjän pakotteista huolimatta. Kiinassa Arlan liiketoiminta on alkanut kasvaa tasaisesti ja Lähi-Idän ja Afrikan markkinoillekin on saatu luotua 20 prosentin kasvu.

Lisätietoja:

Arla Oy

Reijo Kiskola, toimitusjohtaja

reijo.kiskola@arlafoods.com

+358 40 559 7310

Outi Fagerlund, viestintäjohtaja
outi.fagerlund@arlafoods.com
+358 50 502 8395

Arla Oy on osa kansainvälistä Arla Foodsia, joka on maidontuottajien omistama osuuskunta. Suomessa toimimme Arla Suomi -yhteistyöryhmässä, johon kuuluu 10 yhteistyömeijeriä eri puolilta Suomea. Arla Suomi -yhteistyöryhmässä on kaikkiaan 640 suomalaista maidontuottajaa. Jalostamme n. 270 miljoonaa litraa suomalaista maitoa Sipoon meijerissä sekä Hämeenlinnan Osuusmeijerissä. Mielestämme suomalaisella maidontuotannolla ja meijeriteollisuudella on merkittävä rooli myös tulevaisuudessa Suomessa, niin kotimarkkinoiden kuin vienninkin osalta.