

Venla

1/2020

Suomalais-Venäläisen kauppakamarin jäsen- ja sidosryhmälehti

"Venäjä on Reiman suurin markkina."
VIP-VIERAANA
ELINA BJÖRKLUND

Vaaravyöhykkeellä jopa
25 miljoonaa työpaikkaa
LAURA SOLANKO
VENÄJÄN TALOUS-
KATSAUS

TEEMA
10 pointtia
verkkokaupasta
Venäjällä

Miten
korona muuttaa
maailmaa?
GALLUP

Mitä kuuluu,
JÄSENYRITYKSET?
Kiilto • Orion •
Makalini • wCargo

SUOMALAIS / VENÄLÄINEN
KAUPPAKAMARI



16

Kiilto on suunnannäyttäjä ja menestyneimpiä suomalaisyrityksistä Venäjällä



28

Makalini tähyää maailmalle tuoreella rakennusalan patentillaan

TÄSSÄ NUMEROSSA

04 VIP-vieraanamme Reiman toimitusjohtaja **Elina Björklund**: Kuin Mersua myisi. Reiman vaatteilla on jälleenmyyntiarvoa.

12 Kevään **TEEMA**: 10 pointtia verkkokaupasta Venäjällä

32 Vieraskynässä Suomen Pietarin-pääkonsulaatin **Sebastian Gahnström**: ”Talouden monipuolistaminen on todennäköisesti osa Venäjän koronanjälkeistä strategiaa.”

- 8 **WCargo** on Venäjän postin virallinen edustaja
- 10 Uutisia
- 20 **Laura Solanko** ja Venäjän talouskatsaus
- 22 **Orionin** Animal Health -yksikkö myy eläinten hyvinvointituotteita verkossa
- 26 Asiantuntijan palstalla kehityspäällikkömme **Tarja Teittinen** ja pieni digiloikka
- 30 Johtaja **Marja Sakari** ja Ateneumin taidemuseo ovat avoimina yritysten yhteistyöehdotuksille
- 34 **Gallup**: Miten koronapandemia muuttaa maailmaa?
- 40 Lue Venäjän tämän kevään **markkinamahdollisuudet** ja ota yhteyttä asiantuntijoihimme
- 42 Kevään 2020 Venäjän-kaupan **barometritutkimus**: Koronakriisi syö ruplaa ja vientinäkymiä
- 44 Tervetuloa verkostoomme, uudet **jäsenyritykset!**
- 46 **Palvelumme** yrityksille
- 47 Suomalais-Venäläinen kauppakamari palveluksessasi

”Utisdeskimme seuloa valideja uutisia mediasta, väistelee disinformaatiota ja seuraa Venäjän viranomaisviestintää.”

SATU NIEMELÄ /

VIESTINTÄ- JA MARKKINOINTIJOHTAJA



Kun koko maailma meni verkkoon

Kodit ympäri maailmaa muuttuivat kevään mittaan työpaikoiksi, kouluiksi, harrastustiloiksi ja lomanviettopaikoiksi, kun pieni, mutta vaarallinen virus laittoi maailman polvilleen. Lähes kaikki tehdään nyt etänä. Meilläkin on neljän edustuston sijaan 21 kotitoimistoa eri puolilla Suomea ja Venäjää. Onneksi teimme digiloikan jo kauan sitten, joten etätyö, kokoukset, jäsentilaisuudet ja koulutukset verkossa eivät ole tuottaneet meille sen kummempaa päänvaivaa.

Moni pohtii maailman tilannetta. Onko tämä uusi normaali? Mihin palataan, kun maailma tästä jollain aikataululla taas aukeaa? Laitoimme pystyyn gallupin ja kysimme, miten koronapandemia muuttaa maailmaa. Sen perusteella näyttäisi olevan selvää, että ainakin etätyöskentely ja -tapahtumat lisääntyvät ja toisaalta liikematkustaminen vähenee.

Viimeistään nyt loputkin meistä oppivat ostamaan tarvitsemansa tuotteet ja palvelut verkkokaupasta. Teevana tässä Venlassa on verkkokauppa Venäjällä, missä netin tavoitettavissa on huimat 95 miljoonaa kuluttajaa. VIP-vieraanamme on Reiman toimitusjohtaja ja hallituksemme varapuheenjohtaja Elina Björklund. Hän kertoo, että puolet Reiman asiakkaista ostaa tuotteensa digitaalisten kanavien kautta.

Pääset lukemaan myös neljä tarinaa jäsenyrityksistämme. Orion Animal Health avasi hiljattain Venäjälle eläinten hyvinvointituotteiden cross-border -verkkokaupan ja Venäjän postin virallinen edustaja wCargo iloitsee toimintansa uusista mahdollisuuksista. Kiilto on kasvanut 25 vuodessa Venäjällä maahantuojasta suureksi valmistajaksi. Makalini tähyää Euroopan kautta maailmalle taskussaan tuore rakennusalan patentti.

Tiedon tarve tänä koronakeväänä on valtava. Tietoa tulvii ja asiantuntijoita on laidasta laitaan, joten lähdekritiikki on nyt entistä tärkeämpää. Utisdeskimme seuloa valideja uutisia mediasta, väistelee disinformaatiota ja seuraa Venäjän viranomaisviestintää. Viime viikkoina on tullut yhä selvemäksi se vahvuus, kokemus ja tietomäärä, mikä verkostoissamme on. Tiedonjako UM:n, East Officen, jäsenyritysten ja muiden sidosryhmien kesken on aktiivista. Yhdessä pohditaan lähes päivittäin muuttuvia tilanteita ja niiden vaikutuksia suomalaisyritysten toimintaan Venäjällä.

Me teemme tämän kevään aikana soittokierroksen jäsenyrityksiimme ja kysymme, mitä Venäjän-kauppaan kuuluu ja miten voimme parhaiten palvella tässä tilanteessa. Katsomme jo koronan jälkeiseen aikaan ja valmistelemme yrityksiä uusiin, parhaisiin tapoihin toimia Venäjällä. Pysy kuulolla ja pidetään yhtä!

Tule mukaan, vaikuta ja vaikutu – verkostomme on sinun!

Kuin Mersua myisi Reiman vaatteilla on jälleenmyyntiarvoa

Teksti Satu Niemelä Kuvat Reima



Elina Björklund asui 2010-luvulla perheineen Kiinassa, jossa hän pyöritti miehensä kanssa konsulttiyritystä. Yksi sen tärkeimmistä asiakasyhtiöistä oli Reima, joka vuonna 2012 tarjosi Björklundille toimitusjohtajan paikkaa, ja sillä tiellä nyt ollaan.

Tämä haastattelu tehtiin koronapandemian aikaan maaliskuun lopulla videoyhteyden avulla. Kun kysyin haastattelun aluksi, mitä Elina Björklundille kuuluu, hän vastasi: - Kuuluu kiireistä ja hyvää. Tilanne on tietenkin mikä on, sitä ei auta valitella, nyt vain eteenpäin.

Määrätietoista ja rohkeaa puhetta. Hänen mukaansa Reimalla on etulyöntiasemaa tässä kriisissä, niin hyvässä kuin pahassa. Yhtiöllä on nimittäin Kiinassa laajaa toimintaa ja koko toimitusketju. Reimalaiset ovat eläneet ja seuranneet koronatilannetta tammikuusta lähtien päivittäin. Toimitusketjun kanssa Björklund sanoo heidän olevan hyvässä asemassa.

- Koko ajan nähdään vähän etujassa, miten Kiinan myynti reagoi, jolloin pystymme projisoimaan tilannetta tänne Eurooppaan. Kyllähän korona kaikkeen vaikuttaa. Nyt voi kuitenkin ulkoilla, vaikka ollaan kotona. Lastenvaate on tarvelähtöinen tuote: se kuluu ja lapsi kasvaa siitä ulos.

Globaali strategia

Reiman maailma on jaettu neljään klusteriin: Pohjois-Amerikka, Eurooppa, Venäjä ja Asia.

- Reimalla on erittäin vahva yksi yhteinen visio ja strategia globaalisti. Jakelutiestrategia on jokaisella klusterilla omansa, mutta strategia on sama kaikkialla maailmassa. Brändi voi olla vain yksi, riippumatta siitä missä ollaan.

Strategian ydin on asiakaskokemus: autetaan perhettä arjessa ja mietitään kuluttajan kautta, mikä on oikeasti oikein.

- Kun tuote on oikein kuluttajalle, se on oikein planeetalle. Brändin tarina on kiteytetty niin, että se on selkeä.

Reima on Venäjällä lastenvaatteiden markkinajohtaja. Toisella sijalla on sen toinen brändi Lassie. Reimala on 30 henkilöä työllistävä toimisto Moskovassa, omia kauppokoja kahdeksan ja franchise-myymlöitä 23 eri puolilla Venäjää.

- Meillä on siellä vahva digitaalinen operaatio. Suurin myyntikanava on jälleenmyyjät, johon kuuluvat isot lastenvaateketjut kuten Detskij Mir ja Mothercare. Lisäksi meidän tuotteitamme myydään esimerkiksi Wildberriesissä ja omassa verkkokaupassamme.

Reimalla on Venäjällä samanlainen monikanavastrategia kuin muualakin maailmassa. Se haluaa olla vahvasti siellä, missä kuluttajakin on. Björklundin mukaan sillä ei ole merkitystä, mistä kuluttaja tuotteita ostaa.

- Ostaminen pitää tehdä mahdollisimman helpoksi. Inspiroimme ja sitoutamme kuluttajia digitaalisessa ympäristössä. Kuluttaja on meille kingi ja hän päättää, mistä tuotteen ostaa.

Aktiiviset lapset tasapainoisempia

Suomessa Reima haluaa olla koko kansan brändi. Kaikkialla maailmassa sen kohderyhmänä on aktiivisen elämäntavan omaavat perheet, jotka ovat Björklundin silmissä samantapaisia riippumatta siitä, asuvatko he

Shanghaissa, Moskovassa, Hampurissa, Lontoossa vai New Yorkissa. Reiman asiakasperheessä on yksi tai kaksi työssäkävää vanhempaa. Perheellä on tunne, että heillä ei ole tarpeeksi aikaa, ja he haluavat lapsensa olevan aktiivisia.

- Haluamme vahvistaa aktiivista lapsuutta, ja haluamme kaikki maailman lapset liikkumaan. Myymme tätä tarinaa sen sijaan, että myisimme vain tuotteitamme.

Björklundin mukaan myös Venäjällä vanhemmat haluavat, että heidän lapsistaan kasvaa tasapainoisia ihmisiä. Ulkona leikkiminen ja aktiivisuus on osa sitä tasapainoa.

- Kun lapsi oppii pienenä olemaan aktiivinen, hänestä tulee tasapainoisempi: hän nukkuu paremmin, syö paremmin ja oppii paremmin. Tällainen ideologia on koko Reiman taustalla. Aivan sama puhutaanko moskovalaisesta, pietarilaisesta tai newyorkilaisesta perheestä. Vanhemmat ajattelevat samalla tavalla.

Venäjällä tyttö on prinssessa, poika sankari

Reima valmistaa yhtä valikoimaa, bestselleriään, kansainvälisesti. Björklundin mukaan se on tehokkaampaa. Kun nähdään, että tietyt mallit myyvät Venäjällä tai Kiinassa paremmin kuin muualla, voidaan tehdä pientä variaatiota. Ruotsissa vanhemmille lasten pukeutumisessa on tärkeää sukupuolineutraalisuus. Venäjällä tytöt ovat edelleen prinsessoja ja pojat sankareita. Naiset ovat feminiinisempiä kuin monissa maissa ja se näkyy lasten

vaatteiden valinnoissa.

Euroopassa kierrättäminen ja vastuullisuus ovat isoja asioita. Ruotsi, Saksa ja Suomi menevät näissä asioissa etunojassa. Björklund näkee, että heidän Venäjän toiminnoissaan työskentelevät, varsinkin nuoret, ovat edelläkävijöitä kierrättämis- ja vastuullisuusasioissa.

Sentään jotain selkeää eroa venäläisistä kuluttajista löytyy. Reima liputtaa Venäjälläkin kerrospukeutumisen nimeen, mutta jotkut vanhemmat haluavat lapsilleen paksumpaa vaatetta. Vanu tekee vaatteesta paksumman ja heidän mielestään siten lämpimämmän.

Reimalaiset taas panostavat lapsen ulkoilukokemuksen. Sen pitää olla maailman paras.

- Kerrospukeutuminen on eristävintä. Silloin ilma liikkuu ja se on mukavinta lapselle. Ei tule hiki, kun kerrokset säätelevät kosteutta. Alin tekninen kerros imee kosteuden pois. Me kaikki tiedämme, miltä tuntuu 100-prosenttinen puuvillainen t-paita iholla suhteessa teknisiin materiaaleihin. Tätä ilosanomaa me viedään Venäjällä eteenpäin.

50 % digimyyntistä

Reiman liikevaihto vuonna 2019 oli 141 miljoonaa euroa. Venäjän osuus on suuri, ja Björklundin mukaan Venäjä on Reiman suurin markkina. Digitaalisuuteen on panostettu vuodesta 2012, ja tällä hetkellä Reiman myyntistä 50 prosenttia tulee digitaalisten kanavien kautta. Luvussa on mukana digitaaliset jälleenmyyjät ja omat kanavat.

Elina Björklundin Venäjä

”Venäjä on tullut elämäni vasta Reiman myötä, mutta on sitäkin tärkeämpi. Tykkään meidän Venäjän tiimistä tosi paljon. Heidän kanssaan on hyvä tehdä töitä. Ihmiset ovat eteenpäin suuntautuneita, positiivisia ja hyvin tulosorientoituneita. Sanotaanko niin, että Venäjä ei ole minun suurin päänsärkyni, sillä asiat sujuvat siellä. Iso luottamus ihmisiin on tärkeää. Kun venäläiset oppii tuntemaan, he ovat tosi lojaaleja ja kivoja ihmisiä. Venäläisen hymytön ulkokuori saattaa pettää. Itse olen nauravainen ja hymyilevä, ja sehän ei kuulu perinteiseen venäläiseen ulkokuoreen, mutta sen alla on kyllä lämpimiä ihmisiä.”



Reima on pilotoinut ja beta-testannut digitaalisen liiketoimintamallin, Reima Kitin. Siinä kuluttaja maksaa kuukausimaksun, jolla hän saa kolme kertaa vuodessa kauteen sopivan oikeankokoisen ja valitsemansa värisen tuotesetin. Paketissa on huomioitu myös hintaetu.

- Sesongin jälkeen laitot tuotteet samaan pakettiin ja Suomessa meidän partnerimme Emmy myy sen second hand -markkinoilla ja rahat tulevat tilillesi. Menemme tässä lähemmäs vuokraamista. Se on vähän niin kuin Mersun myyntiä. Tiedämme, että Reiman vaatteilla on jälleenmyyntiarvo. Se on investointi, mutta lapsi saattaa olla näissä vaatteissa ulkona neljäkin tuntia päivässä. Se on lapsen työvaate.

Björklundin mukaan Reima ei anna laadusta periksi, mutta heidän on pakko ajatella vastuullisuutta ja tätä planeettaa. Vaatteen täytyy kestää lapsen käytössä.

- Tuotteilla on jälleenmyyntiarvoa, kun ne myydään eteenpäin, ja tarjoamme vieläpä myyntikanavan. Kannabilisoimme omaa myyntiämme tietenkin, mutta jos me ei tehdä sitä, joku muu tekee.

Reima Kit -palvelu ei vielä toimi Venäjällä. Björklund kertoo, että Reima seuraa koko ajan, milloin Venäjä on siihen kypsä. Liiketoimintamallia kehitetään, jotta se saadaan toimimaan mahdollisimman hyvin ja kannattavasti Suomessa. Sen jälkeen sitä on mahdollisuus laajentaa.

Suosion salaisuutena tuote

Elina Björklund vannoo hyvän tuotteen nimeen. Hänen mukaansa tuotteen ympärillä on tehty asioita oikein, mikä on johtanut hyvää suosiota. Kansainvälisille markkinoille mentäessä on todella tärkeää, että tuote on oikeasti

kilpailukykyinen. Tuotteen täytyy lunastaa lupauksensa päivittäisessä elämässä.

- Meillä on maailman paras lapsen ulkoiluvaate, jonka taustalla on 75 vuoden historia. Venäjän vahva asema tulee osittain neuvostokauden ajoilta. Tämän ajan isoäidit ovat ostaneet Reimaa. Se on luottamus kysymys kuluttajilta, mikä näkyy myös koronavirustilanteessa. Meillä on suhde kuluttajaan ja pyrimme olemaan luottamuksen arvoinen jokapäiväisessä tekemisessä.

Elina Björklundin mukaan aina pitää pystyä lukemaan kulloistakin markkinaa.

- Meidän tuotteiden tekniset yksityiskohdat on laajasti palkittu. Voitimme viime vuonna EU:n turvallisuuspalkinnon Product Safety Awardin isojen yritysten sarjassa. Katsomme turvallisuutta koko arvoaketjun läpi.

Kauppakeskusten ja myymälöiden asema brändin merkityksellisyyden luomisessa saattaa olla isompi Venäjällä kuin muualla. Sosiaalisessa mediassa sen sijaan vKontakte saattaa olla relevantimpi kuin Facebook.

- Me yritämme katsoa kunkin markkinan erikseen: mikä on kilpailutilanne, minkälaiset jakelutiet ja miten kuluttajat ovat tottuneet ostamaan. Venäjällä on se erikoisuus, että siellä on vielä vahvoja lastentarvikkeita myyviä erikoiskaupan ketjuja. Niistä näkee, että lapsen asema on aika keskeinen moneen muuhun maahan verrattuna. Ne ovat selkeä erikoispiirre Venäjällä.

Kiinalaisella otteella koronan keskellä

Elina Björklundin mukaan koronapandemia on jo vaikuttanut Reiman toimintaan. Myymälöistä seitsemän oli maaliskuun loppuun mennessä suljettuna. Björklund arvelee, että tämän lehden tulesa ulos toukokuussa, aika moni myymälä on suljettu.

Björklund kertoo koronan vaikutuksen Reiman strategiaan lyhyellä aikavälillä. Reimassa on otettu kiinalainen ote, mikä tarkoittaa, että tässä vaiheessa tehdään isoja liikkeitä yrityksenä varmuuden vuoksi. Muun muassa kassavirrat on varmennettu. Hän uskoo, että pitkällä aikavälillä Reiman strategia on yhä relevantimpi.

- Digitaalisuus ottaa ison askeleen eteenpäin. Kaikki meistä oppivat viimeistään nyt käyttämään verkko-kauppaa, tilaamaan sieltä ruoat ja vaatteita. Vielä ei pysty sanomaan, miten pitkään tämä jatkuu ja mitä se meille tarkoittaa.

Reimassa tehdään skenaarioita, jossa huomioidaan se, mitä meille ihmisille ja kuluttajille tapahtuu. Mikä muuttuu?

- Ei ainakaan lasten ulkoilu ja aktiivisuus. Matkustaminen saattaa ottaa tasomuutoksen alaspäin. Ihmisten arvomaailma muuttuu, mutta perustarpeet pysyvät kuitenkin samana. Katsotaan sitten, mitä viilauksia strategiaan tarvitaan. Kriisin aikana jälleenmyyjät tukeutuvat isoihin ja turvallisiin brändeihin. Varovaisen toiveikas olen, että Reima edustaa tällaista turvallista brändiä. Se ei ehkä olla se jännittävin, mutta turvallinen se on takuulla ja tekee tehtävänsä. •



Lapsen asema on aika keskeinen moneen muuhun maahan verrattuna.

Terveisiä Kauppakamarin jäsenyrityksille

"Venlan lukijakuntaan verrattuna olen aika noviisi Venäjän asioissa. Tuppaan ajatella kaikista maista ja kaikista ihmisistä samalla lailla. Aika samanlaisia ihmiset ovat maista riippumatta.

Johtamisessa luottamus on tosi tärkeää. Sellaisen ilmapiirin luominen, että uskalletaan tehdä virheitä ja myöntää ne ja päästä niistä eteenpäin.

Rohkeus on tärkeää, mutta ei sellainen hullun rohkeus, vaan rohkeasti yksi askel kerrallaan tehdä tietty suunnitelma ja olla valmis siitä joustamaan, jos siltä näyttää, mutta ei kuitenkaan liian helposti. Olen aika jääräpäinen ja olemme Reimalla jääräpäisesti tehty strategiaa. Jos tulee vähän vastatuulta, ei heti käännetä takkia.

Olen pitkäaikaisen strategian puolesta puhuja. Pohditaan ja pistetään aluksi siihen suunnitelmaan aikaa. Sen jälkeen lähdetään toteuttamaan sitä ja tarvittaessa viilataan, eikä pidetä liian tiukasti kiinni.

Luotan ihmisiin, jotka ovat markkinalla itse. Minulla on myös kokemuksia siitä, kun on pitänyt vaihtaa ihminen. Luottamus on veteen piirretty viiva. Sitä joko on tai ei ole. Kaikessa kansainvälistymisessä on tärkeä ymmärtää, että sitä ei voi tehdä Suomesta pääkonttorilta käsin. Täytyy ottaa askel ja mennä markkinalle ja pulssille.

Kaiken A ja O on, että tuotteen ja tarjoaman pitää olla kunnossa. Pitää olla kristallinkirkasta kenelle tarjotaan, mihin ongelmaan ja mitä. Ei kannata kokeilla sitä, tätä ja tuota. Hyvin fokuoitunut niche, josta pidetään kiinni. Ymmärrys siitä, mikä on meidän kaikkein tärkein, tähtituote ja tähtitarjoama.

Myyimme 70 maassa, ja meillä on yhdeksässä maassa toimintaa ja tiimiä. Melkein samat säännöt pätevät maahan kuin maahan. Kulttuurinen joustavuus, oppi ja tuntemus täytyy olla. Lisäksi panostan henkilökohtaiseen kontaktiin toiminnan vetäjän kanssa, se on luottamuksen perusta."

Elina Björklund

Reiman toimitusjohtaja vuodesta 2012

Suomalais-Venäläisen kauppakamarin hallituksen jäsen vuodesta 2016, nyt varapuheenjohtajana

KTM, kansantaloustieteilä, matematiikkaa ja rahoitusta Rahoituksen MBA -ohjelma International Design Business Management -ohjelma

Meritan (Nordean), osakepuolen pääanalyytikko Iittala, työtehtäviä kehityksestä talouteen sekä vastuu Iittalan brändistä ja suorasta kuluttajamyynnistä kansainvälisesti

Harrastaa tennistä, juoksua, jumppaa, lukemista, kulttuuria ja viettää paljon aikaa perheen kanssa.

Teksti Patrik Saarto

Kuva wCargo



Verkossa olet markkinoilla, satoi tai paistoi

Viimeistään vuosi 2020 on tuonut esiin verkkokaupan edut, tietää logistiikkayritys wCargon perustaja ja toimitusjohtaja Olga Wegelius.

Liiketoiminnassa tarvitaan rohkeutta ja näkemystä, ja niitä **Olga Wegeliukselta** löytyy. Elettiin vuotta 2003, kun Wegelius perusti Venäjän logistiikkaa varten oman yrityksen, wCargon. Pian rajan tuntumassa aukesi mahdollisuus, johon Wegelius tarttui – Virolahdella oltiin sulkemassa varastoa. WCargo alkoi pyörittää siinä omaa varastoa tehden kaiken itse.

Toimenkuva sisälsi sekä logistiikkaa että kansainvälisiä verkkokauppatoimituksia. Tarkkasilmäinen Wegelius huomasi kuitenkin Venäjän Suomen kautta kulkevan tavaraliikenteen hiipuvan sitä mukaa, kun Venäjällä avattiin uusia satamia. Samoihin aikoihin Venäjän posti

oli käynnistänyt kilpailutuksen löytääkseen partnerin Suomesta ja lähestyi asiassa myös wCargoa. Kokemus kansainvälisen verkkokaupan tavaratoimituksista painoi vaa’assa wCargon eduksi.

- Varmaan sen ansiosta voitimme Venäjän postin kilpailutuksen. Olemme olleet vuodesta 2017 Venäjän postin virallinen edustaja, Wegelius kertoo.

Tänä päivänä toiminta on jaettu rahtipuolta hoitamaan wCargoon ja verkkokauppatoimituksista vastaavaan RusPostExpress-palveluun, joka on wCargon ja Venäjän postin yhteinen brändi. Noin 40 prosenttia lähetyksistä on rahtia ja 60 prosenttia verkkokauppatoimituksia.

Kymmenisen vuotta sitten wCargo osti Virolahdelta oman tontin, terminaalin ja toimistotilat, joita laajennettiin vuonna 2017. Lähes 1 400 neliön tiloihin on keskitetty kaikki huolintaan ja tullaukseen liittyvät palvelut ja terminaali tarjoaa asiakkaille kattavat tullivastopalvelut. WCargo tarjoaa 3PL-logistiikkapalvelua ja postin statuksen ansiosta lähetykset kulkevat rajan yli erittäin jouhevasti.

WCargon kasvutarina on vaikuttava. Yritys on Venäjän postin ainoa kumppani koko Pohjoismaissa ja Baltiassa. Virolahden terminaali on Maailman postiliiton rekisterissä ja vastaa Venäjän postin Suomen kautta Venäjälle kulkevien lähetysten käsittelystä mistä päin maailmaa tahansa.

Kaiken kylkeen Wegelius aloitti tänä vuonna Venäjän postilla aluekehityspäällikön tehtävissä. Nimitys on avannut entistä suoremman yhteyden Venäjän posttiin ja mahdollistaa pakettityyppien räätälöinnin tarpeeseen kuin tarpeeseen.

Verkkokauppa antaa suoja

Wegeliuksella on suomalaisille yrittäjille suora viesti - menkää verkkoon. Koronakriisi vei venäläisasiakkaat myymälöistä, kaikkein näkyvimmin Itä-Suomessa.

- Nyt voimme todeta, kuinka riippuvaisia riskejä paljon puntaroivat suomalaiset ovatkaan kivijalkakaupasta. Yritykset eivät ole ymmärtäneet, miten helppoa vienti Venäjän kuluttajamarkkinoille onkaan. Itse vienti vaatii vain vienti-ilmoituksen, jonka laadimme asiakkaan puolesta sekä kopion kauppalaskusta, Wegelius korostaa.

Verkkokauppa haajuttaa ja laajentaa liiketoimintaa tehokkaasti. Vaikka rajat suljettiin henkilöliikenteeltä, tavaraliikenne jatkui. Verkkokaupan kulurakenne ja B2C-kaupan tullausprosessi ovat kevyempiä – sertifikaatteja ei tarvita, eivätkä pakotteet koske kuluttajakauppaa.

Venäläiselle kuluttajalle tavaroiden ostaminen cross-borderina voi olla lähes kolmanneksen edullisempaa, sillä jos sama tuote ostetaan Venäjältä, on siinä mukana Venäjän tullimaksu, Venäjän ALV sekä kaupan oma kate.

- Kun sinulla on verkkokauppa, niin kaikki munat eivät ole samassa korissa. Tapahtui mitä tahansa, olet markkinoilla, sillä liiketoimintasi on digitaalista, Wegelius sanoo.

Wegeliuksen mukaan verkkokaupassa on nyt kaksi trendiä. Ensimmäinen on varsin ilmeinen – on keskityttävä mobiilisovelluksiin, sillä ihmiset käyttävät puhe-

limia. Toinen trendi on se, että kuluttajat alkavat kylästä kiinalaiseen bulkkiin. Markkinoille ei kuitenkaan kannata lähteä kilpailemaan kolme kertaa halvempien kiinalaistuotteiden kanssa, vaan tarjoamaan jotakin erikoista ja laadukasta, josta ollaan valmiita maksamaan.

- Verkkokauppa toimii hyvin esimerkiksi urheiluvälineille, vaatteille, lastentarvikkeille, sesonkituotteille ja varaosille, Wegelius sanoo.

Helpompaa kuin luullaan

Pakettilähetys Venäjälle on paljon yksinkertaisempaa kuin monesti luullaan, Wegelius lupaa. Tavoitteena on, että logistiikkakulut olisivat minimaaliset, sillä verkkokaupassa tuotteita ei myydä rekkalasteittain. Venäjän verkkokaupamarkkinalle voi mennä joko kaupapaikan, kuten Ozonin kautta tai omalla, lokalisoidulla verkkokaupalla. Suomesta toimiva cross-border-verkkokauppa on kätevin, jos yrityksellä ei ole tuotantoa Venäjällä.

WCargon kautta voi lähettää mihin päin Venäjää tahansa pienen paketin, priority-paketin tai EMS-lähetysten, joiden hinta on sama kaikkialle Venäjälle Virolahden terminaalista eteenpäin. WCargo auttaa myös pääsyssä Venäjän verkkokaupamarkkinoille – tarjolla ovat yhteistyökumppani Mikael Krasnovin Treesixty'n juuri Venäjään erikoistuneet palvelut markkina-analyyseissä, lokalisoinnissa, teknisessä toteutuksessa sekä markkinoinnissa.

WCargon kumppaniverkosto kasvaa jatkuvasti. Takana on jo pitkä yhteistyö Matkahuollon kanssa ja suora järjestelmäintegraatio on valmistumassa kesällä 2020. Yhteistyö Consignorin kanssa mahdollistaa monen yrityksen tehdä vaivattomasti kuljetustilauksia. Työn alla on myös avata Shopifyn verkkokauppiaille pääsy Venäjän markkinoille Woolman Oy:n kanssa. Vientiin liittyvissä kysymyksissä wCargo auttaa hyödyntäen Suomalais-Venäläisen kauppakamarin verkostoa.

Asiakkaiden on mahdollista tehdä myös suora integraatio wCargon kanssa. WCargo tekee jatkuvaa järjestelmäkehitystyötä, jotta asiakkaan kuljetustilauksen tekeminen olisi mahdollisimman vaivatonta ja kehitteillä on uusia palveluita niin kotimaassa kuin kansainvälisestikin.

- Odotamme innoissamme, miten yhä suurempi määrä suomalaisyrityksiä lähtee Venäjän verkkokaupamarkkinoille ja uskomme, että he tekevät siellä tuloksellisia menestystarinoita. On suuri ilo olla mukana tässä murroksessa ja avata ovi Venäjän markkinoille, Wegelius päättää. ●

"Olemme olleet
vuodesta 2017
Venäjän postin
virallinen edustaja"

Suomalais-Venäläisen kauppakamarin Moskovan edustusto muutti

Moskovan edustusto muutti Suomen Moskovan-suurlähetystön kanssa samaan osoitteeseen.

Uusi toimisto avasi ovensa maanantaina 3.2.2020 osoitteessa Kropotkinskij pereulok 15/17, Moskova. Lähin metroasema on Park kultury.

Moskovan edustuston tärkein tehtävä on tuoda suomalaisyrityksiä niin Moskovaan kuin muillekin Venäjän alueille. Muuton jälkeen kaikki Moskovan Team Finland-toimijat ovat saman katon alla.

– Olemme yksi vahvimmista suomalaisen liike-elämän toimijoista Venäjällä. Olen iloinen siitä, että lähes päivittäinen yhteistyömme tiivistyi entisestään, kun toimistomme avautui suurlähetystön tiloissa. Venäjän Team Finland -toimintaahan johtaa nimenomaan



Suomen Moskovan-suurlähettiläs, sanoo Venäjän maajohtaja Jukka Huuhtanen Suomalais-Venäläisestä kauppakamarista.

Jussi Kuutsa valittu AEB:n hallitukseen

Kuutsa on Suomalais-Venäläisen kauppakamarin hallituksen jäsen.

Itella Russian toimitusjohtaja ja Suomalais-Venäläisen kauppakamarin hallituksen jäsen Jussi Kuutsa on valittu Association of European Businesses AEB:n hallitukseen.

– Suomalaiset ovat hyviä keskittämään voimansa, kun sitä haluavat. Tällä tavoin pääsemme vaikuttamaan asioihin ja saamaan ensi käden tietoa AEB:n tiimoilta-kin, Kuutsa sanoo Suomalais-Venäläiselle kauppakamarille.



Uutispalvelu, jäsenkirje ja kvartaalikatsaus jäsenten suosikkeja

Suomalais-Venäläinen kauppakamari pyysi palautetta viestinnästään.



Uutispalvelu, jäsenkirje ja Venäjän talouden kvartaalikatsaus saivat parhaat pisteet Suomalais-Venäläisen kauppakamarin joulukuisessa kyselyssä, jossa pyydettiin jäseniltä palautetta viestinnästämme vuonna 2019. Uutispalvelu sai asteikolla 0-5 yhteensä 4,20 pistettä, jäsenkirje 4,24 pistettä ja Venäjän talouden kvartaalikatsaus 4,27 pistettä. Pisteet ovat vastausten keskiarvoja. Uutispalvelumme ja Venäjän talouden kvartaalikatsaus ovat jäsenetuja, joiden tavoitteena on tarjota jäsenillemme ajankohtaista tietoa Venäjän-kaupasta ja Venäjän taloudesta. Kvartaalikatsaus tuotetaan yhteistyössä East Office of Finnish Industriesin kanssa. Sisällöt julkaistaan verkkosivuillamme, mutta jäsenet saavat ne myös suoraan sähköpostiinsa keskiviikkoisin lähetettävän jäsenkirjeen mukana.

Venäjän-vienti ohitti jälleen Kiinan-viennin.

Suomen ulkomaankaupan kärki pysyi vakaana vuonna 2019, käy ilmi Suomen Tullin tilastoista. Tilastot mittaavat tavarakauppaa.

Suurin kauppakumppani oli Saksa, jonne vietiin Suomesta 9,5 miljardin euron ja tuotiin 10,3 miljardin euron arvosta. Toisena tulee Ruotsi, jonne Suomesta vietiin 6,7 miljardilla ja tuotiin 7,3 miljardilla eurolla.

Venäjä on vakiintunut viime vuosien aikana kolmannelle sijalle. Suomen vienti Venäjälle oli 3,6 miljardia euroa ja tuonti 9 miljardia euroa.

Kovin ”kisa” on parina viime vuonna käyty Venäjän ja Kiinan kesken viidenneksi suurimman vientimaan asemasta. Suomen Venäjän-vienti palasi Kiinan-vientiä suuremmaksi – vienti Kiinaan oli viime vuonna 3,5 miljardia euroa.

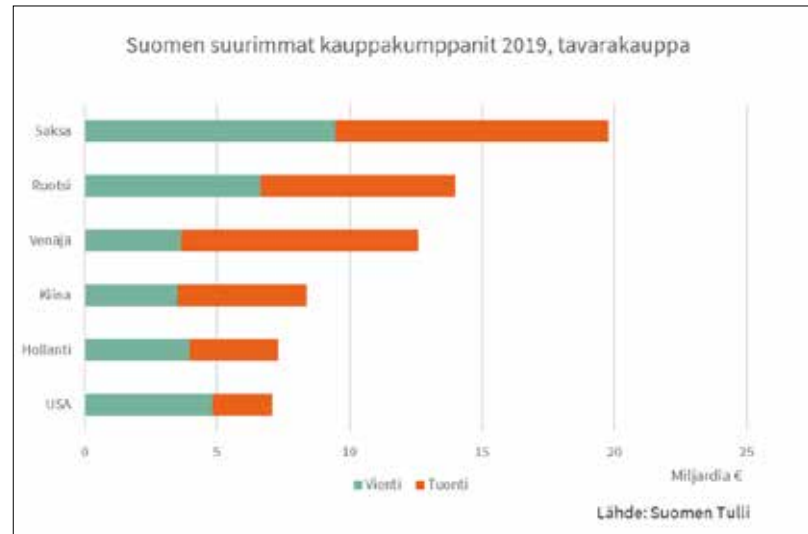
Tuonti Venäjältä väheni kolme prosenttia.

Suomen tavaravienti Venäjälle kasvoi vuonna 2019 kymmenen prosenttia edellisvuodesta ja oli arvoltaan 3,6 miljardia euroa, käy ilmi Suomen Tullin tilastoista. Suurin tavararyhmä viennissä olivat koneet, laitteet ja kuljetusvälineet. Tavararyhmän vienti kasvoi neljä prosenttia ja oli arvoltaan 1,5 miljardia euroa.

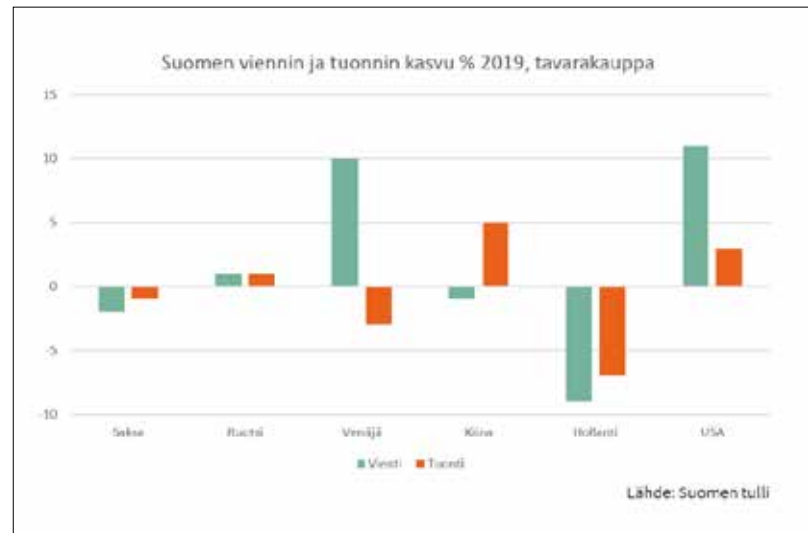
Vientitilastoja nostaa osaltaan Nord Stream 2 -kaasuputkeen toimitettujen teräsputkien vienti Venäjälle. Teräsputket tuotiin aiemmin Suomeen päällystettäväksi betonilla ja vietiin vuoden kuluessa Venäjälle ja avomerelle.

Tuonti Venäjältä väheni kolme prosenttia edellisvuodesta ja oli arvoltaan noin 9 miljardia euroa. Suurin osa tuonnista oli perinteiseen tapaan raaka-aineita. Suurin tavararyhmä oli öljy, jonka tuonti kasvoi 5 prosenttia ja oli arvoltaan 5,2 miljardia euroa.

Venäjä oli Suomen kolmanneksi suurin kauppakumppani ja viidenneksi suurin vientimaa vuonna 2019



Vienti Venäjälle kasvoi 10 prosenttia vuonna 2019



Ajankohtaiset Venäjän-kaupan ja talous uutiset: www.svkk.fi/uutishuone

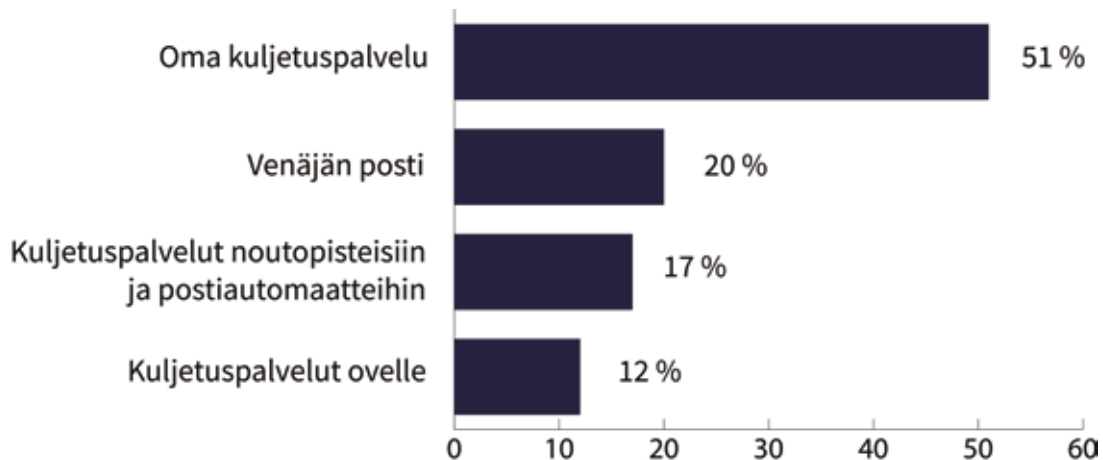
Kymmenen pointtia verkkokaupasta Venäjällä

Digitaalisuus on jo niin vakiintunut olemissen muoto, että hurjimmat voisivat väittää elintoiminnoksi. Liiketoiminnalle netti on jo elintärkeä elementti ja yksi sen kätevimmistä käyttömahdollisuuksista löytyy verkkokaupasta. Tässä kymmenen pointtia verkkokaupasta Venäjällä.

Olen netissä,
siis olen.



Venäjän verkkokaupan toimitustavat vuonna 2019



Miljardien kasvava markkina

Venäjän B2C-verkkokaupamarkkina oli vuonna 2019 arvoltaan noin 30 miljardia dollaria ja kasvoi viidenneksen edellisvuodesta. Lähes puolet Venäjän ja Itä-Euroopan verkkokaupasta koostuu ulkomailta tehdyistä ostoksista. Verkkokauppa tuo Venäjän BKT:hen 1,3 prosentin osuuden.

Miljoona, miljoona mobiilia

Venäjällä on netin äärellä yli 95 miljoonaa kuluttajaa, joista kaksi kolmesta on tavoitettavissa mobiilisti ja puolet desktopin kautta. Suurin osa käyttää nettiä molemmilla tavoilla, etenkin 25-40-vuotiaiden ikäryhmässä. Mobiilisti surffaavan yleisön määrä kasvaa jatkuvasti, vuonna 2019 noin 8 prosenttia edellisvuodesta. Mobiiliselailuun käytetään myös enemmän aikaa, keskimäärin lähes kolme tuntia päivässä, kun taas desktopilla surffaillaan puolitoista tuntia päivässä.

Useammin, mutta vähemmän

B2C-verkkokaupassa tehtiin vuonna 2019 Venäjällä 425 miljoonaa tilausta 3800 ruplan keskiostoksella. Tilausmäärä kasvoi yli 40 prosenttia edellisvuodesta samalla kun keskiostos aleni 14 prosenttia. Keskiostos laskee jo kolmatta vuotta putkeen.

Oma palvelu toimittaa

Tilausten toimituksessa on trendinä verkkokauppojen omien kuljetuspalveluiden, noutopisteiden ja postiautomaattien käytön voimakas kasvu. Jo puolet lähetyksistä toimitetaan omien palveluiden kautta, noutopisteiden ja postiautomaattien kautta lähes joka viides.

Omien palveluiden kautta tehtyjen toimitusten määrä kasvoi vuoden 2019 alkupuoliskolla 60 prosenttia edellisvuodesta, noutopisteiden ja postiautomaattien kautta tehtyjen 40 prosenttia. Venäjän postin osuus toimituksista on 20 prosenttia ja painottuu pienten verkkokauppojen toimituksiin.

Kaksi kolmesta kuluttajasta pitää tärkeimpänä tekijänä toimituksen edullista hintaa, mutta melkein puolet arvostaa myös lyhyttä toimitusaikaa. Noutoautomaatit tarjoavat monesti mieluisimman hinnan ja toimitusajan yhdistelmän.

Painopiste lännessä

Valtaosa Venäjän verkkokauppatilauksista tehdään kolmen federaatiopiirin - Keskisen, Volgan ja Luoteis-Venäjän - alueella. Näiden yhteenlaskettu osuus tilauksista on 70 prosenttia, joista 40 prosenttia tulee Keskiseltä federaatiopiiriltä. Tämä kertoo kaupan painottuvan Venäjän väestön ja suurimpien kaupunkien mukaisesti läntiselle Venäjälle.

Wildberries kärjessä, Ozon nousee

Venäläisten verkkokauppojen ylivoimainen ykkönen on vaatteiden ja asusteiden kauppapaikka Wildberries, jonka myynti kasvoi vuonna 2019 89 prosenttia edellisvuodesta ja oli arvoltaan 210,6 miljardia ruplaa. Wildberriesin tilausmäärä yli kaksinkertaistui 152 500 tilaukseen, mutta keskiostos laski trendin mukaisesti kymmenyksen 1380 ruplaan.

Toisena tuleva elektroniikkaan ja tekniikkaan keskittyvä Citilink ylsi 90,4 miljardin ruplan myyntiin noin neljänneksen kasvulla. Citilinkin myyntilukuja lähestyy vauhdilla Ozon.ru-alusta, jonka myynti lähes kaksinkertaistui 80,7 miljardiin ruplaan.

Venäjän suurimmat verkkokaupat

	Myynti	Kasvu	Tilauksia	Kasvu	Keskiostos	Kasvu
	Mrd. RUB	%	Milj. kpl	%	RUB	%
Wildberries	210,6	89	152,2	110	1380	-10
Citilink	90,4	24	8,2	7	11000	15
Ozon	80,7	93	32,3	107	2500	-7
MVideo	57,7	8	5,2	14	11020	-4
DNS-Shop	53,7	40	6,8	30	7890	7

Suosio vs. konversio

Wildberriesin asemasta kertoo jotakin se, että noin joka kolmas tilaus tehdään kyseisen alustan kautta. Suosituimpia tuoteryhmiä Venäjän verkkokauppa-markkinalla ovat yleistavarat, elektroniikka, apteekki-tuotteet sekä vaatteet ja asusteet.

Jos katsotaan konversioita, niin parhaiten menestyvät apteekkituotteet – lähes joka neljäs vierailija tekee myös ostoksen. Hyvin menestyvät myös eläintarvikkeet, elintarvikkeet, vaatteet ja kirjat. Konversion hännillä ovat työkalut, elektroniikka, lahjatavarat ja harrastusvälineet – näitä selvästi selaillaan paljon enemmän ennen ostoskoriin klikkaamista.

Puolet mainosmarkkinasta

Verkkokaupan kasvun rinnalla kasvaa myös internet-mainonnan osuus Venäjän mainosmarkkinasta. Nettimainonta päätti television parin vuosikymmenen valtakauden vuonna 2018 ja hallitsee jo yli puolta koko mainosmarkkinasta, kasvaen 20 prosentin vuositahdilla. Nettimarkkinan arvo oli vuonna 2019 244 miljardia ruplaa. Mobiilimarkkinoinnissa käytetään reilu kolmannes mainosbudjeteista tekstibannereihin ja noin kolmannes videoihin. Nousevana trendinä on markkinointi sovellusten kautta.

Cross-borderin edut

Cross-border-kaupan etuna on, että tuotteita ei tarvitse sertifioida, pakkauksia ei tarvitse lokalisoida, eivätkä pakotteet koske kuluttajakauppaa. Tuotteet tulevat kuluttajille myös edullisemmaksi kuin kotimai-

sesta kaupasta ostettuna.

Tammikuusta 2020 alkaen alle 200 euron ja 31 kg painoinen verkko-ostos ulkomailta on tullivapaa. Ylimenevän hinnan osuudesta maksetaan 15 prosentin tullimaksu tai kaksi euroa ylimenevää kiloa kohti. Hintarajaan lasketaan vain tuotteen hinta, ei toimitusmaksuja. Jos sekä hintaraja että painoraja ylittyy, maksetaan ylityksistä johtuvista lisäkustannuksista vain suurempi. •

Lähteet: Data Insight, IAB Russia, AKAR Russia, Suomalais-Venäläinen kauppakamari

Vinkit

Aivan kuten missä tahansa kuluttajamyynnissä, on verkkokauppaa suunnittelevan yrityksen syytä selvittää huolellisesti oman markkinansa tilanne Venäjällä ja tutustua kohderyhmäänsä. Sivujen rakentamisessa ja markkinoinnissa kannattaa hyödyntää venäläistä kumppania, joka ymmärtää paikallista makua ja tarpeita sekä missä kanavissa ja miten markkinoida. Verkkokauppa ei tule koskaan valmiiksi, vaan vaatii jatkuvaa kehitystä asiakasdata huomioiden. Asiakkaille on tärkeää luottamuksen rakentaminen ja aktiivinen yhteydenpito verkossa – yksi tärkeimmistä on puhelinnumeron ja muiden yhteystietojen löytäminen jo etusivulta.



Ideat tarvitsevat suojelejansa

Uudet ajatukset tarvitsevat suojaa, jotta niistä voi kasvaa jotain suurta. Meidän tehtävämme on huolehtia oikeuksiesi toteutumisesta. Kun aineeton pääomasi on turvattu, voit keskittyä täysillä ydinosaamiseesi.

Lue lisää IPR-suojan arvosta yrityksellesi: www.papula-nevinpat.fi

PAPULA  NEVINPAT

Sinun yksinoikeutesi

Suunnannäyttäjä

25 vuodessa Kiilto on kasvanut Venäjällä maahantuojasta suureksi valmistajaksi. Kiillon tuotemerkit ovat Venäjän markkinoilla suunnannäyttäjä yhä useammalle toimijalle.

Teksti **Inga Kairo** Käännös **Patrik Saarto** Kuvat **Kiilto**





Kiillon Venäjän-toimitusjohtaja
Jevgeni Abrin



Kiilto täytti viime vuonna täydet sata vuotta. Vuosisadassa yrityksestä on tullut yksi Suomen tunnetuimmista ja toiminta laajentunut 12 maahan. Valikoima on kasvanut liimoista aina hygieniaan ja teollisuuden tarpeisiin, joita varten perustettiin vuonna 2003 KiiltoClean Oy. Viime vuosina konserni on kasvanut myös pohjoismaisiin yritysostoin.

Venäjällä Kiilto on ollut vuodesta 1995 alkaen. Silloisilla markkinoilla oli pulaa laadukkaista tuotteista, mikä loi otollisen pohjan ulkomaisille yrityksille. Aluksi Kiillolla oli Venäjällä pieni toimisto vientiä varten, mutta vuonna 2008 Kiilto vastasi kasvaneeseen kysyntään hankkimalla liimaratkaisuille tuotantotilat Ramenskojesta, Moskovan alueelta.

Vuonna 2011 Kiilto avasi Kalugassa täysin uuden rakentamisen kuivat tuotteiden tehtaan. Kaksi vuotta myöhemmin tytäryhtiö AO Kiilto-Klei sai ISO 9001 -sertifikaatin. Vuonna 2017 Ramenskojessa käynnistettiin polyuretaanipohjaisten tuotteiden valmistus. Tänä päivänä yritys on ylpeä luottamuksesta, jonka ansiosta Kiillon tuotteita voi tavata työmailla ympäri Venäjän.

- Voisi sanoa, että Venäjällä oli meille pohja valmiina. Ensinnäkin jo neuvostoaikoina venäläisten mieliin oli juurtunut, että suomalainen on laadukasta. Toiseksi vahvistimme omalla työllämme tätä mielikuvaa vielä lisää, kertoo Kiillon Venäjän-toimitusjohtaja **Jevgeni Abrin**.

Fontanka-lehden taannoinen tutkimuksen mukaan Kiilto on 30 menestyneimmän suomalaisyrityksen joukossa Venäjällä. Abrinin mukaan Kiilto tunnetaan ennen kaikkea ammattilaispiireissä, mutta DIY-trendi tekee brändiä tutuksi myös kuluttajien keskuudessa. Hyvä imago auttaa haastavina aikoina.

- Suomalaisen osaamisen kysyntä kasvaa maailmalla joka alalla. Se koskee niin perinteisiä aloja, kuten rakentamista, puunjalostusteollisuutta ja konepajoja kuin jätteenkäsittelyä, kiertotaloutta ja ympäristöystävällisiä tuotteitakin. Mielenpideilmasto on hyvä ja pyrimme vahvistamaan sitä omilla tuotteillamme entisestään, Abrin sanoo.

Takana vahva vuosi, edessä juhlavuosi

Kysyntä Kiillon tuotteille ja ratkaisuille on Venäjällä vahvaa – vuosi 2019 oli Kiillolle positiivinen joka tuoteryhmässä. Rakentamisen tuotteissa kasvua mitattiin kaksinumeroisin tunnusluvuin ja menestys oli vahvaa myös teollisuusliimoissa.

Kiilto tuo Venäjälle myös Suomessa hyväksi havaittuja käytäntöjä, vaikkei se aina ole helppoa. Esimerkiksi ympäristöystävällisten pakkausmateriaalien käyttö on Suomessa jo hyvässä vauhdissa, mutta Venäjällä keskitytään vielä lisäämään kierrätettävien pakkausmateriaalien osuutta ja vähentämään tuotannon jätemääriä. Digitalisaatio etenee sähköisenä yhtey-

denpitona tavarantoimittajiin ja asiakkaisiin. Lisäksi Kiilto-konsernin tavoitteena on olla hiilineutraali yritys vuoteen 2028 mennessä. Toimenpiteitä tehdään, vaikka ne maksaisivat – esimerkiksi asentamalla tuotantotilojen katolle aurinkopaneeleita.

Vuosi 2020 puolestaan on merkkipuosi, sillä Kiilto on ollut Venäjällä neljännesvuosisadan. Sen kunniaksi Abrin lupaa uusia tuotteita, muun muassa pieniä pakkauskäyttöä DIY-segmentin tarpeisiin. Uusia innovaatioita on tulossa vesieristeisiin, palonsuojaan, liimoihin ja moneen muuhun tuoteryhmään.

- Huomioimme asiakaspalautteet tarkkaan ja pyrimme sovittamaan ratkaisumme asiakkaiden vaatimuksiin. Emme vain reagoi markkinoiden ja tarpeiden muutoksiin, vaan pyrimme ylittämään ne. Kokemus on osoittanut, että uudet tuotteet tuovat viidenneksen vuosittaisesta myynnistä, Abrin kertoo.

Suunnitelmassa on myös avata vuoden kuluessa Kiilto Pro Academy Moskovaan. Sellainen on avattu jo aiemmin Pietariin. Akatemiassa järjestetään seminaareja ja koulutuksia, jotka osaltaan vahvistavat brändin tunnettua, lisäävät korkealaatuisen rakentamisen

osaamista ja ovat keino jakaa kokemuksia muilta markkinoilta.

Vahvoista asemista

Abrin mukaan Venäjän markkinan potentiaali suomalaisille tuotteille ja palveluille on suuri. Venäjällä on kuitenkin omat erityisyytensä, jotka vaativat joskus epätavallisiakin ratkaisuja. Kiillon tapauksessa emoyhtiö toimii lähteenä tiedolle, taidolle ja liiketoiminnan prosessien hallinnalle, eikä konsernin toimintaperiaatteista jousteta Venäjälläkään. Kiilto yhdistää suomalaisen osaamisen Venäjän markkinoiden mahdollisuuksiin sovittaen toimintansa Venäjän vaihtelevaan ja riskialttiimpaan todellisuuteen.

- Meistä on 25 vuodessa tullut suurin vesieristeiden, kosteiden tilojen pinnoitteiden ja lattiapäällysteiden valmistaja. Rakentamisen tuotteemme ovat tunnettuja ja teollisuuden tuotteet kysytyjä. Olemme osallistuneet kymmeneen suuriin projekteihin eri puolilla Venäjää. Näistä asemista voi tähtyä tulevaisuuteen optimistisesti, Abrin summaa. •



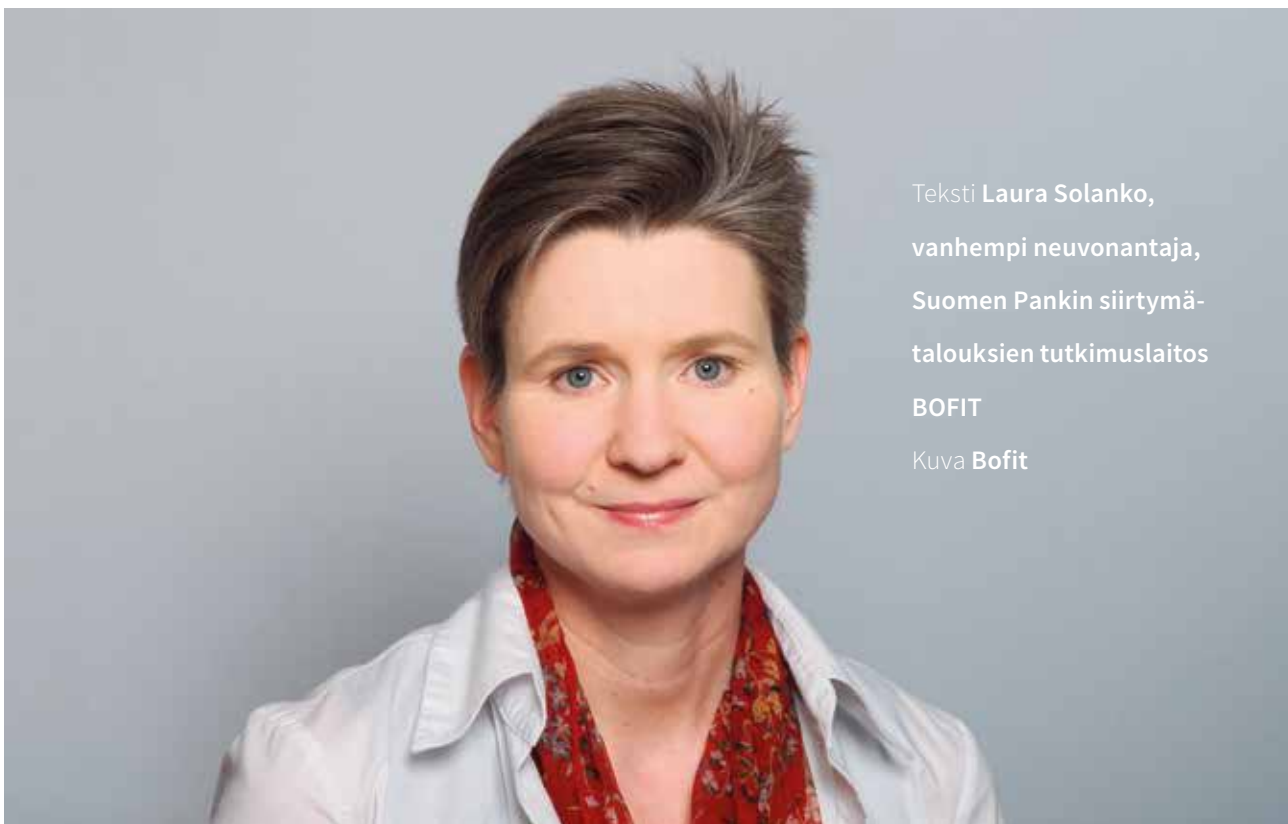
PORUKALLA



Olemme valmistaneet maailman parhaita metsäkoneita 50 vuotta Vieremällä Suomessa. Tällä on ollut suuri vaikutus koneellisen puunkorjuun kehittymiseen maailmanlaajuisesti. Teemme edelleenkin työtä reilulla Ponsse-asenteella ja osaamisella kohti entistäkin tuloksellisempia ja ympäristöystävällisempiä puunkorjuun ratkaisuja. Mikä tärkeintä, yksin emme ole saavuttaneet mitään. Työtä on aina tehty Teidän kanssanne - porukalla. Suuri kiitos siitä.

PONSSE

A logger's best friend
www.ponsse.com



Teksti **Laura Solanko**,
vanhempi neuvonantaja,
Suomen Pankin siirtymä-
talouksien tutkimuslaitos
BOFIT

Kuva **Bofit**

Koronavirus, öljy ja Venäjän talous

Koronaviruksen aiheuttama pandemia vahingoittaa käytännöllisesti katsoen kaikkia maailman talouksia, ja suuretkin talousmahdit ovat joutuneet merkittävästi rajoittamaan kansalaistensa liikkumista, työntekoa ja kulutusmahdollisuuksia. Näiden rajoitustoimenpiteiden seurauksena maailmantalouden ennakoidaan supistuvan rajusti toisella vuosineljänneksellä. Vaikka pandemian ja siitä aiheutuvien rajoitustoimien oletettaisiin hiipuvan pois loppuvuonna, taloudet tulevat supistumaan liki kaikkialla tänä vuonna. Tuore IMF:n ennuste ennakoi maailmantalouden jäävän 3 % pienemmäksi kuin viime vuonna. Maailmantalouden mittakaavassa nyt ennakoitu pudotus on niin raju, että vertailukohtaa haetaan 1930-luvun lamavuosista. Monella on vielä tuoreessa muistissa globaali finanssi-kriisi 2008–2009, joka teki suuren loven mm. Suomen ja Venäjän talouskasvuihin. Silti kokonaisuutena tarkastellen maailmantalous ei tuolloinkaan supistunut. Nyt kaikki ovat uuden tilanteen edessä, eikä Venäjä ole millään lailla poikkeus.

Koronakriisin talousvaikutukset tulevat montaa kautta. Ensinnäkin kasvun hidastuminen maailman suurilla talousalueilla, Kiinassa, Yhdysvalloissa, Japanissa ja EU:ssa, laskee Venäjän vientikysyntää. Kun kulutus ja investoinnit ovat tilapäisesti jäissä, maailmalla tarvitaan vähemmän Venäjän keskeisiä vientihyödykkeitä kuten energiaa, lannoitteita tai perusmetalleja. Lisäksi osa globaaleista tuotantoketjuista on hetkellisesti katkennut, mikä entisestään vaimentaa monien välituotteidenkin kysyntää.

Toinen vaikutuskanava tulee jälleen kerran kansainvälisten rahoitusmarkkinoiden kautta. Epävarmuuden nopea kasvu ja kasvunäkymien heikkeneminen ovat saaneet kansainväliset sijoittajat suuntaamaan sijoituksensa takaisin turvasatamiksi koetuille kehittyneille markkinoille. Pääomien pako ulkomaille kiristää väistämättä kotimaisia rahoitusoloja. Ulkomaisten sijoittajien osuus Venäjän valtion velkakirjamarkkinoilla (OFZ) nousi viime vuoden aikana 25 prosentista liki 35 prosenttiin. Vastaavan kokoinen osuuden supis-

tuminen tänä vuonna vaikeuttaisi merkittävästi sekä valtion että yritysten mahdollisuuksia laskea liikkeelle uutta velkaa.

Kolmas vaikutuskanava ovat luonnollisesti kotimaiset politiikkatoimet, joilla pandemian leviämistä pyritään hillitsemään. Vielä maaliskuussa Venäjän ilmoittamat rajoitustoimet olivat perin maltillisia, mutta huhtikuun alussa presidentti Putin määräsi huhtikuun pakolliseksi vapaaksi, jolloin suuri osa maan taloudellisesta toiminnasta suljetaan. Arvioiden mukaan rajoitustoimet voivat supistaa voimassaoloaikanaan taloudellista toimeliaisuutta noin 25 prosentilla. Kuu-kauden mittainen ”lomakausi” supistaisi siten koko vuoden talouskasvua parisen prosenttia. Mikäli rajoitukset ovat voimassa edes osittain vielä touko- ja kesäkuussa, vaikutukset ovat selvästi suurempia. Lisäksi vientikysynnän supistuminen ja rahoitusmarkkinoiden epävarmuus voimistavat negatiivista shokkia.

Samalla tavalla kuin muissakin maailman maissa, rajoitustoimet osuvat erittäin raskaasti palvelualoille ja etenkin näiden alojen pieniin yrityksiin. Erään arvion mukaan Venäjällä vaaravyöhykkeessä on 25 miljoonaa työpaikkaa, noin kolmannes työllisistä (Gimpelson, 2020). Mitkään mahdolliset valtion tukitoimet tuskin saavuttavat näitä lähinnä kaupan, rakentamisen ja liikenteen aloilla toimivia pienyrityksiä. Siksi poikkeus-toimien päätyttyä edessä voi olla monimutkaisten uudelleenjärjestelyiden aika.

Näiden vaikeasti arvioitavien koronavaikutusten

lisäksi Venäjän talouskasvua supistaa myös raakaöljyn maailmanmarkkinahinnan romahdus. Globaalin kysynnän supistuminen ja varastojen täyttyminen olisivat väistämättä laskeneet öljyn hintaa alkuvuoden tasolta, mutta OPEC+ -maiden tuotannonrajoitussopimuksen katkeaminen ajoi markkinat kaaokseen. Syytä maaliskuisten neuvottelujen kariutumiseen ei varmuudella tiedetä, mutta Rosneftin johtajan Igor Setšinin roolia on pidetty keskeisenä.

Huhtikuussa sovittu uusi sopimus raakaöljyn tuotannon supistamisesta touko-kesäkuussa liki 10 prosentilla (liki 10 miljoonalla barreilla päivässä) olisi täysimääräisesti toteutuessaan merkittävä muutos öljymarkkinoilla. Silti öljyn hinnan ennakoidaan tänä vuonna jäävän merkittävästi budjetin tasapainohintaa alhaisemmaksi. Kelluva valuuttakurssi ja Kansallisen hyvinvointirahaston varat (noin 11 % Venäjän bruttokansantuotteesta) toki vaimentavat öljytulojen supistumisen vaikutuksia. Samaan aikaan koronashokki lisää julkisia menoja ja tekee mahdollisesta lainanotosta aiempaa vaikeampaa. Myös perustuslakiuudistusta koskeva kansanäänestys, syksyn 2020 aluevaalit ja Duuman vaalit vuonna 2021 luovat paineita kasvattaa edetenkin valtion maksamia tulonsiirtoja. Monista rakenteellisista puutteistaan huolimatta Venäjän talous on tarvittaessa osoittautunut joustavaksi, kekseliääksi ja luovaksi. Korona- ja öljyshokin yhdistelmän tuottamasta taantumasta selviytymisessä näitäkin ominaisuuksia tullaan varmasti tarvitsemaan. •

Finlines is a leading shipping operator of ro-ro services in the Baltic Sea and the North Sea. The company is a part of the Grimaldi Group and this affiliation enables Finlines to offer liner services to and from any destination in the Mediterranean and the Deep Seas. Finlines has operated regularly in Russia since 1997. The new port Bronka in St.Petersburg is the base of the company's Russian traffic.

finlines.com



Finlines
a Grimaldi Group company

Toimitus kissanluukulle

Orion Animal Health avasi joulukuussa 2019 Venäjälle kissojen ja koirien hyvinvointituotteiden cross-border-verkkokaupan. Ensimmäinen tilaus tuli puoli tuntia avaamisen jälkeen.

Teksti Patrik Saarto Kuvat Orion Animal Health

Orion on yli satavuotias, suomalainen yritys, joka tunnetaan yli sadassa maassa myytävistä lääkkeistään ja hyvinvointituotteistaan. Ihmistuotteiden lisäksi Orionilla on omat portfolionsa myös lemmikeille, joista vastaa 70 henkilön yksikkö Orion Animal Health. Animal Healthin osuus Orionin liikevaihdosta on noin kahdeksan prosenttia. Pohjoismaissa, Baltian maissa, Itä-Euroopassa ja Venäjällä Animal Healthilla on myyntiorganisaatiot, muissa maissa menestyään partneriverkoston kautta.

- Meillä on eläimille tarkoitettuja rekisteröityjä lääkkeitä, joita voidaan myydä ja markkinoida vain terveydenhuollon ammattihenkilöstölle, eli tässä tapauksessa eläinlääkäreille. Lisäksi meillä on kymmeniä tuotteita, jotka eivät ole lääkkeitä, vaan lemmikkieläinten hyvinvointituotteita, kertoo lemmikkieläinten hyvinvointituotteiden liiketoiminnasta vastaava **Piritta Koistinen** Orion Animal Healthista.

Hyvinvointituotteita voi myydä paitsi eläinlääkäreissä ja apteekeissa, myös verkossa. Itä-Euroopassa suurin osa myynnistä tapahtuu juuri verkkokauppa-alustoilla jakelijoiden kautta. Oma verkkokauppa on avattu ennen Venäjää Puolaan.

Venäjällä Animal Health on myynyt lääkkeitä ja hyvinvointituotteita vuodesta 2016. Alun kokeilevassa

vaiheessa myynnistä on vastannut vain parin hengen myyntiorganisaatio, mutta kehitys on ollut pienelläkin porukalla positiivista. Tämä yhdessä Itä-Euroopan hyvien verkkokauppakokemusten kanssa kannusti avaamaan verkkokaupan myös Venäjälle.

- Verkkokauppanhanke on yksi mahdollisuus kattaa valtavaa asiakaspotentiaalia, joka maassa on, Koistinen kuvailee.

Näin verkkokauppa avattiin

Joulukuun 18. päivä 2019 osoitteessa finvet.ru aukesi sympaattinen, venäläiseen makuun räätälöity verkkokauppa. Valikoimissa on koirille ja kissoille tarkoitettuja hyvinvointituotteita, kuten vitamiineja ja lisäravinteita. Finvet on avoin myös yhteistyökumppaneiden tuotteille, mikäli ne täyttävät laatuksiteerit.

Palataan kuitenkin hetki ajassa taaksepäin. Millainen matka verkkokaupan avaaminen oli?

Verkkokaupan rakentaminen ja kehittäminen olivat varsin pitkä ja huolellinen prosessi, kertoo Finvet-verkkokaupasta vastaava **Hannele Keto**. Oli varmistettava, että verkkokaupassa myytävien tuotteiden tullikoodit sopivat cross-border-kauppaan. Projektiin rekrytoitiin venäläistäustaisia markkinoinnin ammattilaisia, jotta ymmärrys paikallisesta kuluttaja-asiakkaasta olisi mahdollisimman hyvä. Asiakkaiden tarpeita ja toiveita kartoitettiin lemmikinomistajien syvähaastattelulla

Moskovassa ja Pietarissa. Aikansa ottivat myös alustan suunnittelu ja testaaminen.

- Saimme Suomalais-Venäläiseltä kauppakamarilta apua, kävimme koulutuksissa ja saimme verkostoa kasvatettua, Keto kertoo.

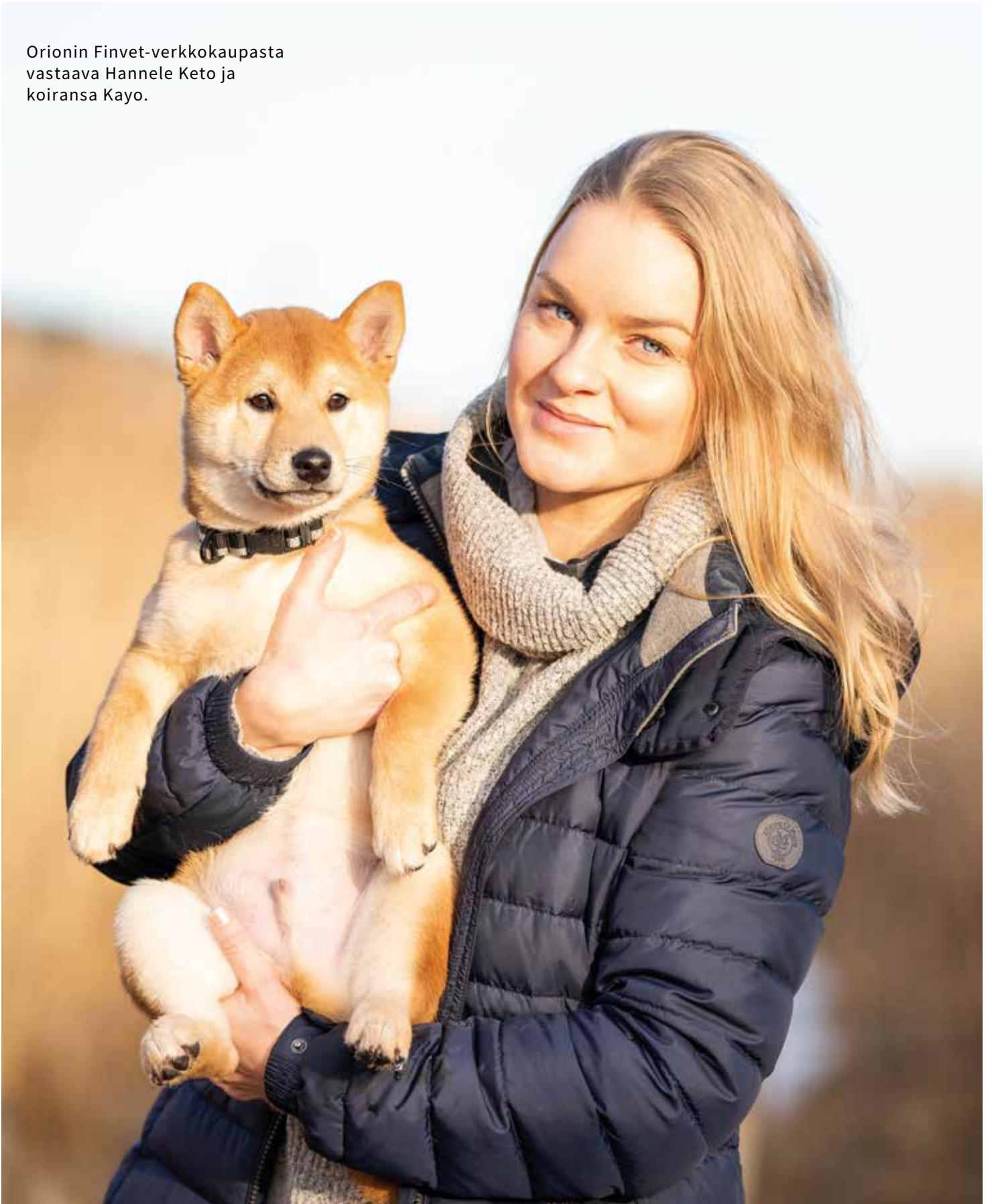
Markkinointikanaviin pääsy oli Venäjällä hieman haastavampaa ja edellytti dokumentteja yrityksestä. Markkinointi aloitettiin muun muassa venäläisten paljon käyttämissä Yandexissa ja VKontaktessa ja hyvän alun mahdollisti juuri onnistunut ennakkomarkkinointi.

- Olemme huomanneet, että ihan selvästi meidän suomalaiset tuotteemme kiinnostavat venäläistä lemmikinomistajaa. Ensimmäinen tilaus tuli puoli tuntia avaamisen jälkeen ja olemme jo nyt saaneet uusia tilauksia palaavilta asiakkailta, Keto iloitsee.

Verkkokaupan avaaminen opettaa myös, että se ei tule koskaan valmiiksi. Alusta vaatii jatkuvaa päivitystä ja asiakaskokemuksen kehittämistä. Oman verkkokaupan etu onkin juuri se, että yritys saa kaiken asiakasdatan käyttöönsä. Kedon mukaan Venäjällä ollaan jopa edellä digimarkkinoinnin mahdollisuuksissa, esimerkiksi Yandex antaa perusasetuksilla Googlea enemmän tietoa asiakkaiden käyttäytymisestä sivustolla.

Finvetin tuotteet lähtevät varastolta Turusta ja toimitetaan kotiovelle. Posti hoitaa rajan ylityksen EMS-kumppaneineen. Kedon ja Koistisen mukaan logistiikka on pelannut ja kaikki toimitukset löytyneet perille.

Orionin Finvet-verkkokaupasta
vastaava Hannele Keto ja
koiransa Kayo.





Pet parenting avaa kasvunäkymiä

Lemmikkien ympärille on viime vuosina kasvanut uusi milleniaalien luoma trendi, pet parenting, jonka myötä kissoihin ja koiriin halutaan panostaa samalla tavalla kuin lapsiin. Ilmiö tekee alan markkinasta varsin defensiivisen, sillä lemmikeistä pidetään huolta taloustilanteesta riippumatta. Ilmiö on leviämässä Venäjällekin ja pohjustaa osaltaan kasvavaa markkinaa myös Finvet-verkkokaupalle. Mutta millainen asiakas venäläinen lemmikinomista- ja onkaan?

Finvetin tyypillinen asiakas on 35-55-vuotias nainen. Eniten liikennettä sivustolle tulee mobiilista, joten mobiiliresponsiivisuuteen on syytä panostaa paljon. Kissanomistajat ovat Venäjällä iso asiakasryhmä koiranomistajien lisäksi. Tärkeimmät markkina-alueet löytyvät suurista kaupungeista.

Venäjän-kaupassa toistuu usein teesit suomalaisuuden brändiedusta ja luottamuksen rakentamisesta ja ne nousevat esiin myös Finvetin arjessa.

- Jotkut asiakkaat ovat halunneet varmistaa, olemmeko oikeasti olemassa. Luotettavuus on avainsana,

olemme mitä sanomme ja täytämme arvolutuksemme. Suomi-brändi kantaa jo itsessään tällaisen arvolutuksen ja sitä kautta saadaan avattua ovi puoliväliin, Koistinen kuvailee.

Kun luottamus on rakennettu ja tuote haluttu, venäläinen asiakas on pitkäjänteinen. Ostotapahtuma ei katkea välttämättä edes teknisiin ongelmiin, vaan asiakas on valmis hieman odottamaan. Pulmat ratkaistaan ja kauppa käy.

Venäläiset kuluttajat ovat tunnetusti sosiaalisia ja antavat suuren arvon suosituksille. Sama pätee myös verkossa, jossa katsotaan arvostelut ja esitetään paljon kysymyksiä tuotteesta.

- Kanavissa on tärkeää rakentaa yhteisöä ja asiakaspalveluun täytyy panostaa todella paljon. Suhde on henkilökohtainen, vaikka toimitaan sosiaalisen median kanavissa. Meillä on paikallinen asiakaspalvelija, joka pystyy kommunikoimaan venäjäksi asiakkaidemme kanssa ja vastaamaan nopeasti kysymyksiin, Keto kertoo.

Älä jää junasta

Verkkokaupan globaali kasvutarina

on alkanut jo vuosia sitten, mutta vuosiin se ei tule myöskään päätymään. Verkkokauppa saa vuosi vuodelta uusia ratkaisuja, markkinoita ja asiakkaita. Se on juna, jota ei voi missata, Koistinen ja Keto painottavat.

Verkkokaupan avaamista suunnitteleville Koistinen suosittelee tekemään ensin kunnollisen taustatyön, tutustumaan asiakkaaseen ja hankkimaan laadukkaat kumppanit.

- Lähdimme kehittämään verkkokauppaa, jolla on suomalainen sielu, mutta joka ymmärtää hyvin venäläistä asiakasta. Sen takia halusimme verkkokaupan suunnitteluun ja markkinointiin venäläistaustaiset tekijät. Tämä on varmasti ainakin yksi asia, joka on syytä huomioida, Koistinen neuvoo. Samaa suosittelee myös Keto.

- On tärkeää ottaa huomioon, että skandinaavinen ilme eroaa aika paljon venäläisestä markkinointi-ilmeestä. Lisäksi täytyy olla selkeät tuotekuvat, yksinkertainen ostopolku ja erilaisia maksutapa- vaihtoehtoja. Ehdottoman tärkeää on ottaa huomioon henkilökohtainen ja laadukas asiakaspalvelu, Keto summaa. •

Lemmikkieläinten hyvinvointituotteiden liiketoiminnasta vastaava Piritta Koistinen ja Kookos-kissa.



Pieni digiloikka

Onneksi meillä Suomalais-Venäläisessä kauppakamarissa on totuttu tekemään töitä etänä ja projektimaisesti tiimeissä neljän eri toimipaikan ja kahden maan välillä. Kun koronavirus iski ja siirretti minut Pietarista Helsinkiin ja myös muut työntekijämme omiin koteihinsa, me olimme valmiina koronaviruksen tuomaan etätyöskentelyhaasteeseen.



Olemme tottuneet kokoustamaan keskenämme virtuaalisesti. Jo usean vuoden ajan jäsentilaisuuksiimme ja koulutuksiimme asiakkaatkin ovat voineet osallistua halutessaan etänä.

Venäjän-kaupan neuvontaa olemme antaneet kasvotusten, puhelimella, sähköpostilla ja Teamsilla tai Skypellä.

Nyt virus on ajanut lähes koko maailman työskentelämään etänä, mahdollisuuksien mukaan. Suomalais-Venäläisellä kauppakamarillakin on nyt aiemman neljän toimiston sijasta kaksikymmentä toimistoa, hajallaan kahdessa eri maassa, useassa kaupungissa.

Kun korona esti kokoontumisen, suurin huolestus oli, miten pidämme asiakkaamme ja erityisesti jäsenemme mukana muutoksessa ja saamme heille nopeasti tärkeät tiedot perille tilanteessa, jossa määräykset ja ohjeet muuttuvat todella nopeasti.

Viestintätiimimme työtahti kiihtyi entisestään.

Koronakriisin vuoksi informaatiota tulee eri lähteistä tulvimalla ja heidän tehtävänä on saada oleellinen ja oikea tieto jäsenillemme nopeasti. Onneksi kanavat - jäsenkirje, jäsenten sivut, digi-Venla - olivat jo valmiina. Jäsenet ovat saaneet meiltä koko ajan varmistettua, oikeaa tietoa.

Voisi sanoa, että koronan iskiessä olimme digiloikkasena tilanteessa 80-20. Piti olosuhteiden pakosta kiihdyttää tuo 20 prosenttia, ja saimme etäyhteydet täysimääräisinä käyttöön myös tapahtumien toteuttamisessa - jäsentilaisuuksissa ja koulutuksissa.

Olimme jo viime vuonna hyvissä ajoin ottaneet käyttöön MS Teamsin omien sisäisten kokousten ja

dokumentinhallinnan välineeksi ja syksyllä testanneet myös tapahtumien etäyhteyksien järjestämistä Teamsilla. Virtuaalikokoukset ja tilaisuuksien järjestäminen oli meille tuttua, mutta vain osana varsinaisia tapahtumia. Nyt siirryimme saman tien kokonaan virtuaalisten tapahtumien tuottajiksi.

Aiemmin suunnitellut tapahtumat menivät osittain uusiksi. Aivan ensin jouduimme tekemään päätöksen tämän vuoden suurimman tapahtuman, Finnish Businessin St. Petersburgin, siirtämisestä pidettäväksi lokakuun 1. päivänä. Onneksi jo mukaan ilmoittautuneet yritykset ja sponsorit olivat yksissä tuumin sitä mieltä, että ovat mukana myös syksyllä. Joitakin jäsentilaisuuksia ja koulutuksia siirsimme myös pidettäväksi syksyllä, mutta vain ani harva peruutettiin kokonaan, suurin osa siirrettiin hieman muokattuina verkon yli toteutettaviksi.

Seuraavaksi päätimme, että tarjoamme jäsenyrityksillemme koulutukset maksutta tämän kevään ajan. Sitten brändäsimme virtuaalitapahtumat uudelleen: jäsentilaisuudet ovat nyt SVKK Club Online, koulutukset SVKK Training Online ja jäsenyritystemme ylimmälle johdolle tarkoitetut tilaisuudet SVKK Exclusive Online.

SVKK Exclusive Onlineen kutsuimme puhujiksi pääkonsuli Anne Lammilan ja suurlähettiläs Mikko Hautalan kertomaan ajankohtaiset kuulumiset Pietarin ja Moskovan tilanteista koronakriisin aikana. Ensimmäiset jäsenten yhteiset virtuaalipäiväkahvit järjestettiin seuraavalla viikolla.

Uusi tapahtumamuoto on myös säännöllisesti järjestettävät Legal Update -jäsentilaisuudet, joissa keskitytään viimeisimpiin koronan aiheuttamiin lainsäädännön muutoksiin.

Lisäsimme koulutuskalenteriimme ajankohtaisia koronatilanteeseen liittyviä koulutuksia, mutta pidämme tarjolla myös muita koulutusaiheita – nyt on hyvä päivittää tietoja myös muista aiheista, esimerkiksi tullaus, GDPR, digitaalinen markkinointi ja verkkokauppa ovat kevään tarjontaa.

Kaikkien tapahtumiemme tiedot löytyvät sekä suomenkielisellä että venäjänkielisellä verkkosivullamme, ja niihin voivat ilmoittautua halukkaat sijaintipaikastaan riippumatta. Osa tapahtumista on venäjänkielisiä, osa suomeksi ja osa englanniksi, asiakas päättäköön, mihin haluaa osallistua. Jäsenet voivat siis osallistua kaikkiin tapahtumiin, myös koulutuksiin, maksutta – muut maksavat koulutuksista pienen korvauksen.

Koska tilanteet muuttuvat päivittäin, tätä kirjoittaessa en vielä edes tiedä, mitä kaikkia aiheita tulemme käsittelemään kevään online-tilaisuuksissamme. Näyttää kuitenkin siltä, että jäsenet ja muutkin asiakkaat ovat löytäneet hyvin uudet online-tapahtumamme ja palaute on ollut positiivista – veikkaan, että suurin osa

näistä uudistuksista jää voimaan myös koronakriisin jälkeen, vaikka me kaikki odotammekin kovasti sitä, että pääsemme taas vaihtamaan kuulumisia offlinessä niin kuin ennen.

On paradoksaalista, että Suomen ja Venäjän rajojen sulkeuduttua Suomalais-Venäläisen kauppakamarin toimistot ja työntekijät tuntuvat olevan lähempänä toisiaan kuin koskaan aiemmin. Nyt on entistäkin helpompaa kokoontua yhteen, pohtia, kokousta ja ideoida tai vain juoda yhdessä kahvit, kun siltä tuntuu. Maalla ja kaupungilla ei ole merkitystä, olemme kaikki samaa kamaria ja teemme vielä tiiviimmässä kanssakäymisessä lujasti töitä yhteisen tavoitteen eteen.

Jokainen kamarilainen on varmasti samaa mieltä kanssani, kun sanon suurimman toiveemme olevan, että myös jäsenemme kokevat kaiken tämän kriisin keskellä meidät vielä helpommin saavutettavaksi ja läheisemmäksi kuin aiemmin. Mukaan tuleminen on helppoa, tarvitset vain toimivan nettiyhteyden. •

Tarja Teittinen

Kehityspäällikkö

Suomalais-Venäläinen kauppakamari



Hyvä talo on ystävällinen kaikille

Venäläisellä Makalini Systemillä on tuore rakennusalan patentti, jonka avulla yritys tähyää Euroopan kautta maailmalle.

Teksti Inga Kairo Käännös Patrik Saarto Kuva Makalini

Luonnonmukaisuus, energiatehokkuus ja helpokäyttöisyys ohjaavat tuotekehittelyä monella alalla, eikä venäläinen puurakentaminen ole poikkeus. Venäjällä kiinnitetään yhä enemmän huomiota puurakentamiseen ja etenkin sen ympäristöystävällisyyteen. Millainen sitten on hyvä puurakennus venäläisen maun mukaan?

Makalini Systemin kehitysjohtajan **Valeri Bezjajevin** mukaan hyvä talo on ennen kaikkea ystävällinen. Hyvä talo on ystävällinen sekä omistajalleen, naapurilleen että ympäristölleen ja seuraa samalla myös aikaansa.

Makalini System tavoittelee tällaista hyvää ja ystävällistä taloa omalla rakenneratkaisullaan. Yrityksen päätuote on passiivitalon rungoksi tarkoitettu, nopeasti koottava lämpöhirsi. Makalini itsessään on perheyrittäjä, joka on kasvanut rohkeista ideoista yrityksen ja erehdyksen kautta.

- Neljä vuotta sitten yhtiökumppanini Aleksei pohti, mistä materiaalista rakentaisi talon iäkkäille vanhemmilleen ja kiinnitti huomionsa suomalaisen valmistajan kivitaloihin. Kaipasimme betonin sijaan keramiikkaa ja tutustuimme gželiläiseen tiilitehtaaseen, joka valmisti polyuretaanilla eristettyjä keraamisia harkkoja. Venäjällä ei kuitenkaan valmistettu haluamiamme kennoharkkoja, joten ajatus jäi pois, Bezjajev muistelee.

Keramiikka vaihtui puuhun ja pian mukaan tulivat vaahtomuovit. Euroopassa sallittua Solkane 365/227-komponenttia käyttämällä vaahtomuovin palonkestävyys parani ja tuote kehittyi lopulliseen muotoonsa, Makalini-lämpöhirreksi. 23. helmikuuta 2019 alkoi lämpöhirsien tuotanto.

Kesällä 2019 Makalini asettui Skolkovon tiedepuistoon. Bezjajevin mukaan yrityksen tuotanto on ainutlaatuinen, kaikki koneet on valmistettu juuri Makalinia varten. Valmistusprosessi on patentoitu ja täysin automatisoitu, koneita käyttää vain kolme työntekijää. Valmista lämpöhirttä tulee linjalta 240 000 neliometriä vuodessa.

Euroopan kautta eteenpäin

Sen jälkeen kun Makalini sai tuotteelleen patentin, on tärkeimmäksi tavoitteeksi noussut laajentuminen Euroopan markkinoille. Toistaiseksi Makalinin lämpöhirrestä on rakennettu vasta yksi kaksikerroksinen talo Troitskin kaupunkiin. Tuote ja sen valmistusprosessi ovat kuitenkin saaneet hyvät arvostelut itävaltalaisilta asiantuntijoilta ja ovat parhaillaan ETA-arvioinnin testausvaiheessa, Bezjajev kertoo.

- Lähdimme tietoisesti vähän kovemmalle polulle, eli hankkimaan ensiksi eurooppalaisen sertifikaatin ja siirtymään vasta sitten kunnolla markkinoille, Venäjä mukaan lukien. Testit kotimaisissa laboratorioissa lupasivat paljon hyvää tuotteestamme, Bezjajev taustoitaa.

Bezjajev uskoo myös suomalaisten kiinnostuvan yrityksen ratkaisusta, aina siihen asti, että yritys voisi avata tehtaan Suomeenkin. Otollisimpina markkinoina yritys pitää pohjoismaiden lisäksi Alppien aluetta, sillä kevyt materiaali kestää myös maanjäristyksiä. Lämmöneristys kiinnostaa toki myös lämpimissä maissa, joissa on tarpeen säilyttää sisäilman viileys. Makalini on herättänyt kiinnostusta esimerkiksi Vietnamin.

Kriittinen kysymys laajentumisesta koskee kuitenkin lämpöhirren liimapuuosien hankintaa.

- Venäjällä valmistettujen tuotteiden laatu vertautuu jo eurooppalaiseen, mutta toimitusketjujen hallinta metsästä tehtaalle on toistaiseksi ollut haaste. Toimitusketjujen ja valmiin tuotteen laadun hallinta on yksi tärkeimmistä kysymyksistä yhteistyössä eurooppalaisten kumppanien kanssa, Bezjajev korostaa.

Yksinkertainen rakenne

Bezjajevin mukaan Makalinin pohjana ovat saksalaisen passiivitalon standardit, mutta tuotuna Venäjän ilmastoon. Kuusimetrisen hirren rakenne on yksin-



kertainen – kahden liimapuupaneelin väliin valetaan polyuretaanivaaho, joka kiinnittyy paneelien pintaan. Asennuksessa paneeleja työstetään tarpeen mukaan ja ruuvataan kiinni toisiinsa. Polyuretaanikerrokset liimautuvat toisiinsa ja muodostavat tiiviin, yhtenäisen eristeen, Bezjajev lupaa.

Mutta miksi eristeeksi on valittu juuri polyuretaani?
- Se on mielestämme oikein tehtynä yksi parhaista eristeistä. Se ei muuta muotoaan, eivätkä jyräjät pesi siihen. Lämpöhirsistämme saa valmista seinää, Bezjajev selittää.

Polyuretaanilla on myös matala höyrynläpäisevyys, mikä pitää eristekerroksen kuivana. Kosteus kulkee sisä- ja ulkopuolen puuosissa erikseen, muttei läpäise seinää. Tämän vuoksi koneellinen ilmanvaihto on välttämätön.

Bezjajevin mukaan Makalinin hirsipaneelit eivät voi kilpailla hinnalla, mutta etu piilee rakenteen yksinkertaisuudessa ja helppoudessa.

- Se ei ole halpa materiaali vapaa-ajanasuntoon, muttei myöskään kallis vakituiseen asuntoon, Bezjajev vertailee. ●

MAKALINI SYSTEM THERMOPANEL

Tekniset tiedot

Mitat: 315x240x6000mm

Paino: 74kg

Liimapuupaneeli:

Mänty, lehtikuusi, pyökki

Liima: Akzo Nobel

Eriste: Polyuretaani,
ei sisällä fenolia tai freonia

Marja Sakari

Teksti Satu Niemelä Kuva Kansallisgalleria/Jenni Nurminen

”Taiteen kautta pystyy hienolla tavalla näkemään erilaisia maailmoja ja ymmärtämään maailmaa paremmin.”

Ateneumin taidemuseota joulukuusta 2018 luotsanneen johtaja **Marja Sakarin** mukaan museo on elänyt hyvin voimakasta vaihetta viimeiset 10 vuotta. Museot etsivät nykypäivänä uusia keinoja yleisölähtöisyyden kasvattamiseen ja haluavat huomioida erilaisia kävijöitä. Koko museo-maailma on muuttunut, kun museokortti on muokannut ihmisten vierailutottumuksia museoissa.

- Haluamme tehdä museokäynnistä mahdollisimman miellyttävän ja kokonaisvaltaisen kokemuksen. Edeltäjäni ovat tehneet hyvää työtä. Seuraamme vahvasti aikaa ja museotrendejä, Marja Sakari sanoo.

Hän kertoo, että Ateneumissa on meneillään palvelumuotoiluhanke, jossa keskitytään yleisön kävijäpolun parantamiseen uusilla ratkaisuilla. Sakarin mukaan miellyttävään ja sujuvaan museokäyntiin vaikuttaa moni asia lähtien siitä, miten asiakas löytää lippupisteen, tien haluamaansa näyttelyyn, tai vaikkapa kaupan ja ravintolan palvelut.

Ateneum lupaa olla kaikkien museo, joka haluaa luoda muistoja ja lumoa. Museo on Sakarin mukaan hyvin tietoinen kävijäkunnastaan ja kävijäryhmien profiloinnin avulla pystytään tuottamaan monipuolisia palveluita erilaisille ihmisille. Museokortti, jonka nykyisin omistaa miltei 60 prosenttia kävijöistä, on muuttanut kävijäkuntaa heterogeenisemmäksi. Ateneumissa käy nuoria perheitä, isovanhempia lasten kanssa ja sitä varsinaista museokävijöiden ydinporukkaa eli keski-ikäisiä tai sitä vanhempia naishenkilöitä. He tuovat mukanaan lapsenlapsia, lapsiaan ja ystäviään.

- Meillä käy hyvin erilaisia ihmisiä. Kävijöiden kirjo riippuu paljolti siitä, minkälaisia näyttelyitä meillä on. Esimerkiksi **Helene Schjerfbeckin** näyttely tavoitti myös paljon Helsingin ulkopuolelta tulevia kävijöitä.

Yhtenä Ateneumin fokusryhmänä on maahanmuuttajat. Museo on vetovastuussa opetus- ja kulttuuriministeriön tukemassa Kaikuu-hankkeessa, jolla pyritään taiteen kautta auttamaan maahanmuuttajien kielen oppimista. Yhteistyökumppaneina hankkeessa ovat Helsingin aikuisopisto, Museoliitto ja Selkokeskus.

Johtajakokemusta ja kansainvälisyttä Pariisista

Marja Sakari syntyi 50-luvun Pariisissa, jossa hänen isänsä teki väitöskirjaa trubaduurinoudesta ja äiti toimi freelancerina radiossa. Perheeseen syntyi neljä tytärtä ja lopulta muutettiin Keuruulle isän sukutaloon. Taide oli vahvasti läsnä viulunsoittoa ja laulua harrastaneen Sakarin lapsuudessa ja nuoruudessa. Myös Ranska oli kuvassa mukana, kun perheen luona

kävi ranskalaisia vieraita tai perhe matkusti Ranskassa kesäisin.

Marja Sakari on koulutukseltaan taidehistorioitsija. Opintoja kertyi taidehistorian lisäksi romaanisesta filologiasta, draamakirjallisuudesta ja tiedotusopista. Väitöskirjan hän kirjoitti käsitetaiteesta.

Työurallaan Sakari on toiminut myös Suomen Ranskan-instituutin johtajana Pariisissa. Hän kertoo saaneensa sieltä paljon johtajakokemusta ja perspektiiviä kansainvälisessä ympäristössä toimimiseen. Henkilöstöjohtaminen on lähellä hänen sydäntään.

- Pyrin olemaan helposti lähestyttävä johtaja ja haluan olla läsnä ihmisten arjessa.

Sakari tekee päivittäin töitä noin 70 ihmisen kanssa. Kansallisgallerian, jonka muodostavat Ateneum, Kiasma ja Sinebrychoffin taidemuseo, yhteisestä matriisiorganisaatiosta löytyy näyttelyiden rakentamisesta ja kokoelmien käsittelystä vastaava tekninen henkilökunta ja esimerkiksi registraattorit, jotka huolehtivat teosliikenteestä. Myös asiakaspalvelu, henkilöstöhallinto ja taloushallinto ja koko kokoelmahallintaosasto kuuluvat matriisiin. Sakarin suoria alaisia ovat kokoelmista ja näyttelyistä vastaavat kuraattorit sekä markkinoinnista, viestinnästä ja yleisötyöstä vastaavat ammattilaiset.

Museo näyttäytyy vierailijoille näyttelyinä ja erilaisten ohjelmistojen muodossa, mutta yleisöä kiinnostaa myös se, mitä niin sanotusti kulissien takana tapahtuu: ketä kaikkia ja minkälaisissa työtehtävissä museossa toimitaan. Ateneum onkin järjestänyt Behind the scenes -kierroksia, kuten tutustumiskierroksia konservaattoreiden työhön. Sakarin mukaan se on osa avoimuutta tämän hetken museomaailmassa.

Sakari panostaa myös kansainvälisten yhteyksien kasvattamiseen. Hän haluaa nostaa Ateneumin yhtä tunnetuksi maailmalla kuin mitä Tate Modern, Le Centre Pompidou, Eremitaasi, Tretjakovin galleria tai mikä tahansa kansainvälinen museo on.

- Siinä on vielä sellaista sarkaa, missä pitää tehdä paljon ja jatkuvasti töitä. Haluan, että Ateneum koetaan merkittäväksi taideinstituutioksi muun kansainvälisen museomaailman rinnalla.

Yritysyhteistyöllä arjen ylittäviä kokemuksia

Ateneum tekee mielellään yhteistyötä yritysten kanssa, joilla on samankaltainen arvomaailma kuin museolla. Eettiset kysymykset ja ajatukset ovat silloin tärkeitä. Yhteistyökumppanin tulee arvostaa kulttuuria: nähdä taiteella ja kulttuurilla merkitystä yhteiskunnassa. Yleisinhimillisyys ja toisista välittäminen ovat toimintaa ohjaavia asioita.



- Yritysyhteistyömme on kehittynyt aidoksi yhteistyöksi. Se ei ole välttämättä suoraa sponsorointia, vaan win-win -tilanne, jossa opimme toisiltamme. Teemme erilaisia yritysyrityspaketteja, ja tarjoamamme vastikkeet tuovat meille uudenlaisia yleisöjä. Yritys voi pitää meillä esimerkiksi tietyn määrän sidosryhmätilaisuuksia ja saattaa tuoda meille sellaisia vieraita, jotka eivät ehkä ole koskaan käyneet meillä. Ne ovat hienoja yhdessä toteutettuja mahdollisuuksia.

Marja Sakari kertoo meneillään olevasta yksinäisyyteen liittyvästä hankkeesta, joka toteutetaan yhteistyössä A-lehtien kanssa.

- Hankkeen ydinviesti on se, että taide tuo elämään lisäarvoa koettiinpa se yhdessä tai yksin. Museoon yksin tullessaan ihminen ei ole yksin, vaan kollektiivisen kokemuksen äärellä. Haluamme osallistua tärkeään yhteiskunnalliseen keskusteluun, kuten tässä tapauksessa yksinäisyyden tunteen lisääntymiseen yhteiskunnassa, yhdessä kumppaneiden kanssa. On mielestäni hienoa, että ajattelemme luovasti. Yritysyhteistyö on myös ajatuksellista yhteistyötä.

Marja Sakari toivoo, että erilaisia yhteistyömuotoja syntyy myös tulevien näyttelyiden yhteydessä.

- Haluamme, että kaikki hyötyvät yhteistyöstä. Siksi onkin hyvä kertoa heti avoimesti, mitä haluaa ja odottaa yhteistyöltä. Tulevien venäläisten museoiden kanssa tehtävien yhteistyöprojektien kannalta olisi upeaa, jos saisimme yrityksiä kiinnostumaan toiminnastamme. Me tavoitamme todella paljon ihmisiä. Meissä on voimaa ja potentiaalia toimia laajasti.

Ateneumiin on ensi vuonna tulossa iso yhteistyönäyttely merkittävän venäläisen museon kanssa. Hyviä suhteita on rakennettu vuosien mittaan muun muassa Tretjakovin gallerian ja Eremitaasin kanssa.

Kesällä 2019 tehdyssä kävijätutkimuksessa selvisi, että suurin osa Ateneumin ulkomaisista kävijöistä tulee Venäjältä. Museo satsaakin kovasti näyttelyiden markkinointiin Venäjällä. Myös Suomessa asuvat venäläiset ovat löytäneet tiensä Ateneumiin. •

NATALIA GONCHAROVA ATENEUMISSA

Venäjän avantgarde-taiteen keskushahmona tunnetun Natalia Goncharovan (1881–1962) näyttely avautui Ateneumissa helmikuun lopulla. Näyttelyssä on esillä taiteilijan teoksia 1900–1940-luvuilta. Näyttelyssä nähdään yli sata teosta, joihin kuuluu maalauksien lisäksi kuvituksia, pukuja, lavastusluonnoksia ja balettitaltiointeja. Ennen Ateneumia näyttely oli esillä Tate Modernissa Lontoossa ja Palazzo Strozisissa Firenzessä.

Suomalais-Venäläisen kauppakamarin jäsentilaisuus SVKK Club järjestettiin Ateneumissa maaliskuun alussa. Verkostoitumisen jälkeen jäsenyritysten edustajat pääsivät kolmen oppaan johdolla tutustumaan Goncharovan näyttelyyn. Väki tuntui viihtyvän värikkään ja monipuolisen taiteen parissa.

Näyttely ehti lopulta olla auki kuitenkin vain muutamana viikoksi, kunnes koronapandemia sulki kaikki Suomen museot. He, jotka ehtivät nähdä näyttelyn, ovat Sakarin mukaan antaneet kiittävästä palautusta. - Ihmiset ovat olleet todella innoissaan. Meitä on kiiteltu siitä, että tuomme esille taiteilijan, jota ei ole Suomessa aiemmin tunnettu. Ilmapäivän aikana meillä vieraili yli 4 000 kävijää. Näyttelyn avaamisesta asti kävijöitä oli 1 000 – 1 500 kävijää per päivä, sanoo Marja Sakari.

Ateneumin verkkosivuilla kuraattori Timo Huuskon opastus Goncharovan näyttelyyn.
www.ateneum.fi/nayttelyt/natalia-goncharova/

Facebookissa Kurkistuksia Goncharovaan tarjoilee opas Emmi Halmesvirta.
www.facebook.com/AteneumArtMuseum/videos

Samassa veneessä

Koronakriisi iski voimalla eurooppalaisten yhteiskuntien ja talouksien ytimeen maaliskuun alussa. Tauti tuli Venäjälle viiveellä – tai ainakin reaktiot siihen. Sittemmin Venäjä on sulkenut rajansa ja alueilla on otettu käyttöön mittavia rajoituksia kansalaisten liikkumiseen.

Yrityksissä oltiin toki varauduttu epidemiaan sekä rajoitustoimenpiteisiin jo pidemmän aikaa. Moni siirtyi etätöihin jo ennen kuin Venäjä päätti liikkumisrajoituksista. Kun tilanne kiristyi, moni Pietarissa asuva suomalainen päätti hypätä viimeisiin Allegro-vuoroihin maaliskuun puolessa välissä. Tilanteen pitkittyessä monet muut seurasivat myöhemmin perässä omin kulkuneuvoin.

Nyt kaikki me, jotka tavallisesti aherramme eri puolilla Venäjää, istummekin etätöissä kuka missäkin. Eri paikoissa, mutta samassa veneessä.

On puhuttu paljon koronan pitkäaikaisista vaikutuksista yhteiskuntiimme. Moni tuntuu ajattelevan, että maailma ei tämän jälkeen enää palaa entiseen muotoonsa.

Tilanteen on nähty edistävän mitä erilaisimpia poliittisia tavoitteita. Suomessakin vitsailtiin siitä, että kaikki eduskuntapuolueet vihreistä perussuomalaisiin saivat nyt haluamansa: lentokoneet ovat maassa ja rajat ovat kiinni. Venäjällä muuan Aleksandr Dugin on ehtinyt iloita siitä, että koronakriisi vihdoon tarkoittaa liberalismien loppua, jolloin rajat pysyvät kiinni ja kansainvälinen kauppa loppuu.

Koronakriisin talousvaikutuksista on esitetty erilaisia skenaarioita ja kriisin on nähty polkaisevan alulle nykyisenkaltaisen globaalin talousjärjestelmän uudelleenjärjestelyn. Globalisaatio ottaa takapakkia, tuotantoketjut siirtyvät lähemmäs markkinoita ja protektionismi kasvaa.

Koronakriisillä voi toki olla myönteisiäkin vaikutuksia globaalitalouteen. Se on näyttänyt huoltovarmuuden tärkeyden. On huomattu, että lännessä ollaan liian riippuvaisia muualla tuotetuista lääkkeistä, kasvomaskeista ja muista suojarusteista. Tietoisuus siitä, että kaikkea ei kannata ulkoistaa tai siirtää halpatuotantomaihin, on kasvanut.

On kuitenkin tärkeää pitää mielessä se, mihin viime vuosikymmenten aikana huomattavasti kasvanut globaali vauraus perustuu: globaaliin yhteistyöhön, vapaaseen kauppaan ja toimiviin markkinoihin. Maailmanlaajuisesti hyvinvointi on kasvanut viime vuosikymmenten aikana roimasti. Sitä epäileville suosittelen Hans Roslingin pari vuoden takaista kirjaa Factfulness. Faktat on hyvä muistaa myös globaalin pandemian aikana.

Järjestelmässä löytyy korjattavaa, paljonkin. Korona antaa mahdollisuuden korjata järjestelmän ylilyön-

tejä ja valuvikoja. Oikeudenmukaisemman talousjärjestelmän kehittäminen on kaikkien etu. Korjaamatta jättämisen seurauksia nähdään ennen pitkää omissa taloudessa ja omissa yhteiskunnissa. Globaalit ongelmat, kuten pakolaisuus ja ilmastonmuutos, eivät ole hävinneet koronan alta minnekään.

Uusien raja-aitojen pystyttäminen ei ole ratkaisu näihin ongelmiin. Koronakriisi on toivottavasti näyttänyt, että globaali keskinäisriippuvuus tarkoittaa yhteisten ongelmien lisäksi myös yhteisiä ratkaisuja.

Olen itse globalisaation kasvatti. Opiskelin globaali-politiikkaa ja -taloutta viime vuosikymmenen puolessavälissä, globalisaation kultakaudella. Maailmanlaajuinen demokratiakehitys oli silloin jonkinlaisessa lakipisteessä. Meissä opiskelijoissa eli vahva usko siihen, että kehitys jatkaa kehittymistään: maailma muuttuu koko ajan hivenerä paremmaksi paikaksi. Ei siksi, ettei ongelmia olisi tai niitä ei olisi tunnustettu. Globalisaatiokritiikki eli vahvana myös silloin. Mutta ajateltiin, että tietoisuus ongelmista kasvaa ja että sitä kautta kasvaisi myös paine korjata niitä. Olimmehan me yhä enemmän kaikki samassa veneessä.

Sen jälkeen aina vaan paranevaan maailmaan sekä liberaalin demokratian ilosanomaan uskovalle on tullut takapakkia. Yksinapaisesta maailmasta liikuttiin kohti kasvavaa moninapaisuutta, demokratiakehitys on monin paikoin kääntynyt päälalalleen. Suurvaltakilpailu on kiristynyt ja geopolitiikka tehnyt näyttävän paluun. Maailma tuntuu muuttuvan nopeasti. Francis Fukuyaman julistaman ”historian lopun” sijaan nähtiinkin kehityskulku, jossa historiankirjoihin lisätään lukuja huimaa vauhtia.

Venäjällä on jo pidemmän aikaa ollut vallassa ajattelu, jossa kansallisvaltioiden omavaraisuus ja omillaan pärjääminen korostuvat. Se näkyy taloudessa mm. tuonninkorvauspolitiikan vahvistumisena. Ajattelutavan ulkopoliittinen vaikutus on ollut kaikkien nähtävissä viimeistään Krimin liittämistä lähtien.

Koronakriisi iski Venäjään tilanteessa, jossa öljyn hinta ja sitä myötä ruplan kurssi olivat romahtaneet. Venäjän talouden tuplashokki paljasti yksipuolisen talouden haavoittuvaisuudet – jälleen kerran.

Talouden monipuolistaminen on todennäköisesti – tai ainakin toivottavasti – osa Venäjän koronanjälkeistä strategiaa. Kun koronasuosta noustaan, on suomalaisen elinkeinoelämän oltava valmis vastaamaan patoutuneeseen kysyntään. Venäjällä suomalaisiin



Sebastian Gahnström
tiiminvetäjä, alueellinen ja
taloudellinen yhteistyö
Suomen Pietarin-pääkonsulaatti

luotetaan – ja luotetaan myös siihen, ettemme anna vastoinkäymisten keskeyttää yhteistyötä.

Miten maailma siis makaa koronan jälkeen? Kaikista uhista huolimatta olen optimisti.

Koronakriisi oli niin sanottu musta joutsen, odottamaton tapahtuma, joka muutti kaiken. Maailmassa on paljon voimia, jotka toivovat koronakriisin osoittavan liberaalin demokratian pohjimmaisen heikkouden yhteiskuntajärjestelmänä.

Uskon, että tässä voi käydä juuri päinvastoin. Rajojen sulkeminen ja liikkumisrajoitusten asettaminen on osoittanut meille vapaan liikkuvuuden arvon. Vapaus on kuin happi – sitä osaa arvostaa vasta sitten, kuin sitä ei enää ole. Uskon myös, että pandemian leviämisen maailmanlaajuisesti on näyttänyt, miksi kansainvälistä yhteistyötä tarvitaan. Lisäksi ennakoin, että paljon parjattu Euroopan unioni nousee tästä vahvempaan. Jäsenmaat ovat lopulta yksitellen kovin pieniä toimijoita vakavan pandemian iskiessä.

Koronapandemian jatkuessa myös Suomen Pieta-

rin-pääkonsulaatinkin toiminta on siirtynyt verkkoon. Pidämme tiiviisti yhteyttä kumppaneihin Venäjällä ja Suomessa. Pietarin ja Leningradin alueen viranomaisten kanssa on järjestetty videokokouksia, Pietarin rakentajakilta on kokoontunut etänä, yritysaaamukahvejakin järjestetään videoyhteyden kautta. Pietarin EU-maiden ryhmä, jonka puheenjohtajana Suomi edelleen toimii, kokoontuu kerran viikossa verkossa.

Itse olen istunut koko tämän ajan Helsingissä. Olen sanonut, että olen henkisesti Pietarissa. Se pitää myös paikkansa. Työni ei eroa siitä, mitä tekisin tässä tilanteessa Pietarista käsin.

Koronakriisissä on kyse elämän tärkeistä perusasioista, elämästä ja kuolemasta, toimeentulosta ja yhteisöistä. Koronaan voi sairastua yhtä lailla tehdastyöläinen Komissa kuin pääministeri Isossa-Britanniassa. Toivon, että koronakriisi näyttää, että olemme samassa veneessä riippumatta siitä, missä päin maailmaa olemme. •

Koronapandemia

Pohdimme huhtikuussa verkostojemme kanssa, miten tämä kevät ja koronapandemia tulevat muuttamaan maailmaa. Tällaisia vastauksia saimme.

Mikä muuttuu pysyvästi?

Varautuminen pandemioihin paranee – myös yrityksissä. Tuotantoa vedetään hieman lähemmäksi – ainakin hetkeksi. Matkustaminen voi vähentyä ja etätyöskentely lisääntyä.

Mitä uutta tulee tilalle?

Tämä kriisi on tarkoittanut monelle yrittäjäriskin realisoitumista tavalla, jota ei ole osannut edes kuvitella. Se voi johtaa siihen, että into yrittäjyyteen ainakin hetkeksi vähenee. Toivon, että niin ei käy – ja jos käy, että se menee ohi. Paljon riippuu siitä, miten yhteiskunta kantaa nyt yrittäjiään, jotka yleensä kantavat yhteiskuntaa tarjoamalla työtä.

Mitä hyvää tästä seuraa?

Ehkä me iloitsemme fyysisistä kohtaamisista aiempaa enemmän.

Miten työelämä muuttuu?

Etätyöskentely lisääntyy. Moni yritys on ottanut pakon saneleman digiloikan. Toisaalta fyysisten kohtaamisten arvostus voi kasvaa. Samoin opimme iloitsemaan enemmän niistä työpaikan arkisista ilon lähteistä, kuten työkaverin jutuista ja yhteisistä kahvihetkestä.

Mitkä ovat uudet megatrendit?

Ehkä entisten jatkeeksi tulee arvoketjujen tiivistyminen, matkustamisen vähentyminen, parempi varautuminen ja etätyöskentelyn lisääntyminen.

Mikael Pentikäinen
toimitusjohtaja
Suomen Yrittäjät



muuttaa maailmaa

Vastaajina Mikael Pentikäinen, Ilkka Salonen, Anne Lammila, Mona Grannenfelt, Teemu Helppolainen ja Jaana Rekolainen.

Mikä muuttuu pysyvästi?

Eihän meidän elämässämme mikään muu ole pysyvää kuin muutos. Mutta kyllä tämä prosessi pitkäaikaisia vaikutuksia jättää jälkeensä. Olemme ihmiskuntana ottaneet melkoisen digiloikan kaikilla rintamilla ja emme varmaan palaa entiseen tältä osin.

Mitä uutta tulee tilalle?

Helppo on yhtyä niihin, jotka sanovat, että tällaiset kriisit voimistavat jo meneillään olevia kehityskaaria. En osaa sanoa, syntyykö tästä jotain suurta uutta. Venäjää jos ajattelee, niin lokalisaatio palaa parrasvaloihin, jos mahdollista, entistä voimallisemmin. Ylipäättänsä tuotantoketjut perataan uusiksi monissa maissa.

Mitä hyvää tästä seuraa?

Olen ollut havaitsevinani, että ihmiset ovat nostaneet katsettaan oman napansa ympäriltä ja ottaneet huomioon kanssaeläjiään aiempaa enemmän. Jos hyvin käy tämä ilmiö jää olemaan kanssamme pidempään.

Miten työelämä muuttuu?

Aiempiin vastauksiin viitaten: etäduunit yleistyvät. Kokouksia pidetään niillä alustoilla (esim. Teams ja Zoom), joihin nyt on totuttu.

Mitkä ovat uudet megatrendit?

Nyt meneillään olevat voimistuvat. En näe uusia tulevaisuutta.

Ilkka Salonen
hallituksen puheenjohtaja
Suomalais-Venäläinen kauppakamari



Mikä muuttuu pysyvästi?

Sosiaalisen etäisyyden merkitys tulee jäämään pitkäksi aikaa. Ihmiset ovat entistä varovaisempia, ehkä perhekeskeisyys korostuu.

Mitä hyvää tästä seuraa?

Toivon, että ympäristöasiat saavat entistä suuremman merkityksen, kun ihmiset näkevät suurkaupungeissa millainen merkitys ilmanlaatuun taloudellisen toimeliaisuuden vähentymisellä on. Talouden merkitys ei vähene, mutta ympäristöteknologiat tulevat entistä tärkeämmiksi.

Venäläisessä viranomaisympäristössä on nyt tuhannen taalan paikka virtaviivaistaa monimutkaisia ja joustamattomia prosesseja, mikäli halutaan pitää yhteiskunta pyörimässä mahdollisimman vähin vaurioin. Venäläinen yhteiskunta voi suhteessa muihin parantaa kilpailukykyään, tai sitten ei. Ainakaan tätä kriisiä ei kannattaisi jättää hyödyntämättä siirryttäessä viranomaisten fyysisistä tapaamisista sähköiseen asiointiin. Myös yritysten kesken sähköinen asiointi on kevään aikana jo lisääntynyt.

Miten työelämä muuttuu?

Liikematkustaminen vähenee merkittävästi, todennäköisesti myös vapaa-ajankaukomatkustus. Mutta lähilomailu tulee lisääntymään. Myös Venäjällä liikematkustus vähenee, ei varmaan ole uutinen, että etäkokoukset korvaavat fyysisiä kokoontumisia. Mutta yksi muutos voi olla, että venäläinen hierarkkinen johtamisjärjestelmä muuttuu enemmän matriisimaiseen suuntaan. Etäkokousaika on osoittanut, että päätösten jalkauttaminen on helpompaa, kun etäkokouksessa laajempi osallistuminen kuin ennen. Johtaja ei vain voi määrätä käytävällä vastaantulevaa tekemään jonkun tehtävän.

Jo tämä lyhytaikainen etätyöskentely on osoittanut, että venäläisessä organisaatiossa tiimit ovat valmiita ottamaan vastuuta, kun kulmahuoneesta ei aina voi käydä hakemassa vahvistusta.

Mitkä ovat uudet megatrendit?

En usko, että suuria muutoksia tulee. Kaupungistuminen pitkällä aikavälillä jatkuu, onhan se jatkunut historiallisten pandemioiden jälkeenkin. Digitalisaatio saa enemmän kierroksia.

Teemu Helppolainen
Asuminen Venäjä -segmentin johtaja
YIT



Mikä muuttuu pysyvästi?

Teemme sekä arjessa että työelämässä valintoja uudella tavalla. Jatkossa harkitsemme tarkemmin, millaisia kohtaamisia tai tapahtumia varten on matkustettava toiseen maahan tai toiselle paikkakunnalle.

Mitä uutta tulee tilalle?

Ymmärrys siitä, että henkilökohtaiset kohtaamiset ovat todella merkityksellisiä ja niiden arvostus kasvaa. Ne ovat jatkossa helmiä. Meillä on kuitenkin suuri määrä vuorovaikutustilanteita, esimerkiksi informaation välitystä tai arkisia palavereja, joihin virtuaaliset kanavat sopivat jopa paremmin. Olen itse huomannut, että kohderyhmien tavoitettavuus ja jopa tilaisuuksien tehokkuus ovat parempia virtuaalisesti. Myös hybriditapahtumat, joissa yhdistetään etä- ja läsnäolo yleistyvät. Meillähän lähes kaikki jäsentilaisuudet ja koulutukset on järjestetty jo pitkään hybridinä, mutta jatkossa jäsenillemme ja asiakkaillemme on yhtä luontevaa valita kumpi tahansa osallistumismuodoista.

Mitä hyvää tästä seuraa?

Matkustamisen väheneminen tarkoittaa kustannusten ja ajan säästöä. Samalla myös ympäristö kiittää. Osaamme paremmin harkita, milloin virtuaalitapahtuma on paikallaan. Toisaalta henkilökohtaiset tapaamiset ja verkostoitumistapahtumat ovat laadukkaampia ja entistä paremmin valmisteltuja, kun niitä järjestetään harkiten.

Miten työelämä muuttuu?

Etätyöt tulevat osaksi arkea niissäkin yrityksissä, joissa aiemmin on ajateltu työnteon vaativan fyysistä läsnäoloa työpaikalla. Venäjällä etätyökulttuuri ei ole ollut niin vahva kuin meillä, siellä muutos tulee olemaan vielä suurempi kuin meillä. Tämä tarkoittaa myös uudenlaisen luottamuksen kulttuurin synnyttämistä yrityksissä. Se vaatii sekä työnantajien että työntekijöiden asenteiden muutosta ja myös muutoksia ja joustavuutta työlainsäädäntöön.

Mitkä ovat uudet megatrendit?

Riskitietoisuus, varautuminen ja turvallisuus
Digitaalisuuden ja virtuaalisuuden arkipäiväistyminen
Terveys- ja hyvinvointialan arvostuksen kasvaminen

Jaana Rekolainen
toimitusjohtaja
Suomalais-Venäläinen kauppakamari



Mikä muuttuu pysyvästi?

Turvallisuuden tunteemme on nyt järkkynyt. Maailma ei ole enää ennallaan. Pandemia voi tappaa ja joka tapauksessa se on aiheuttanut maailmanlaajuisen talouskriisin, josta ei pääse ulos helpolla. Meidän täytyy tottua ajatukseen, että muutokset voivat tulla hyvin nopealla aikataululla ja ilman, että niitä pystytään ennustamaan. Uhkia voi olla monenlaisia: ilmastonmuutos ja siihen liittyvät asiat kuten kansainvaellukset ja eriarvoisuuden lisääntyminen, sodat, hybridihyökkäykset, taudit (kuten nyt), terrorismi jne.

Mitä uutta tulee tilalle?

Turvallisuuden tilalle tulee turvattomuus. Tosin täytyy todeta, että puhun nimenomaan Suomesta ja Suomen kaltaisista järjestäytyneistä hyvinvointivaltioista. Monissa maailmankolkissa on ollut turvatonta jo ennenkin. Niissä turvattomuus syvenee entisestään. Toisaalta näen myös, että kysyntä kansainväliselle yhteistyölle ja kansainvälisten järjestöjen osaamiselle kasvaa. Valtiot ymmärtävät, että ne eivät pysty yksin vastaamaan globaaleihin haasteisiin. Ehkä ymmärretään myös se, että turvattomuuden ja epätasa-arvon poistaminen on kaikkien etu. Jos jossain on turvatonta, kukaan ei ole turvassa.

Mitä hyvää tästä seuraa?

Ihmiset tyytyvät ehkä vähempään. Arvostetaan tavallisia asioita kuten sitä, että voi viettää aikaa perheen kanssa ja käydä liikkumassa luonnossa. Matkaillaan varmasti vähemmän, mutta osataan arvostaa enemmän mahdollisuutta tutustua muihin maihin ja oloihin. Hyvää on myös yhteisöllisyyden kasvu. Ymmärretään se, että kaikki ovat samassa veneessä ja vain yhdessä voimme voittaa vaikeudet. Seurauksena kriisistä voi olla se, että ihmiset auttavat toisiaan yhä herkemmin.

Miten työelämä muuttuu?

Työelämään tulee enemmän joustoa. Etätyöstä tulee uusi normaali. Varmasti työmatkailua vähennetään pysyvästi, ja vain välttämättömät matkat tehdään. Työpaikat ovat yhä harvemmin pysyviä. Ammattia pitää olla valmis vaihtamaan sen mukaan, miten maailma muuttuu. Työntekijöiltä, mutta myös työnantajilta, vaaditaan yhä enemmän muuntautumiskykyä. Organisaatioiden on pakko ottaa kriisit huomioon toiminnassaan. Digitalisaation edetessä jotkut työpaikat lakkaavat olemasta. Onneksi syntyy uusia työpaikkoja. Kaupankäynti netissä ja virtuaaliset ratkaisut yleistyvät. Globaalit yritykset joutuvat muuttamaan strategioitaan, kun rajat ja liikkuminen vähenee ja moni maa haluaa kasvattaa omavaraisuuttaan.

Mitkä ovat uudet megatrendit?

Ilmastonmuutos on ehkä suurin megatrendi. Ilmastonmuutoksen myötä jotkut alueet muuttuvat elinkelvottomiksi (merenpinnan nousu, kuivuus, kuumuus, tulvat) ja väestön pitää niiltä alueilta siirtyä muualle. Demografinen kehitys on toinen megatrendi. Väestön väheneminen ja ikääntyminen kehittyneissä maissa ja toisaalta voimakas väestönkasvu Afrikassa ja Aasiassa muuttavat maailman voimasuhteita. Näen myös Yhdysvaltain vaikutusvallan vähenemisen ja vastaavasti Kiinan ja Venäjän vaikutusvallan kasvun megatrendinä. Yhdysvaltain auktoriteetti on vähentynyt voimakkaasti sen myötä, että se on käpertynyt omiin asioihinsa, eikä ole rientänyt muiden maiden avuksi kuten aikaisemmin. Muita megatrendejä ovat digitalisaation, keinoälyn käytön, automatisaation kasvu. Kaupungistuminen on ollut megatrendi ja on mielenkiintoista nähdä, miten se vaikuttaa erityisesti Aasiaan. Pandemioiden yleistymisen voi johtaa myös päinvastaiseen kehitykseen eli maallemuuton suosion kasvuun.

Anne Lammila
pääkonsuli
Suomen Pietarin-konsulaatti



Mikä muuttuu pysyvästi?

Työntekemisen kulttuuri. Globaali viestintäsuunnittelu ja sen hallinta.

Mitä uutta tulee tilalle?

Digitaalisten palveluiden tarjonta lisääntyy joka alalla ja niiden käyttömäärät kasvavat.

Mitä hyvää tästä seuraa?

Globalisaation rinnalla lokalisaation arvostus kasvaa tietyillä aloilla. Yritysten kyky varautua globaaleihin muutoksiin paranee.

Miten työelämä muuttuu?

Digitaalisten työkalujen käyttö, etätyökulttuurin lisääntyminen. Yksilötason johtamiskulttuurin voimistuminen. Turha työmatkustus vähenee.

Mitkä ovat uudet megatrendit?

Teknologinen ja digitaalinen vallankumous 2.0 (robotiikka, etäohjaus, toimipaikkariippumattomuus, virtuaalimaailma). Ihmisten arvomaailma muuttuu: ihmisten terveys ilmastonmuutoksen pysäyttämisen rinnalle.

Mona Grannenfelt
kehitysjohtaja
Nanten Group Oy





MARYINO
INDUSTRIAL PARK

MARYINO Teollisuuspuisto

Rakennusvalmiita teollisuustontteja Pietarissa



Myydään teollisuustontteja

Kaikki liittymät valmiina tonttien rajoilla

Erinomainen logistiikka Kehätien vieressä. Mukavasti nopean ajomatkan päässä on

- uusi Moskovan tie M11
- lentokenttä ja
- kaksi merisatamaa

Kysy lisää:
(Suomen tai Englannin kielellä)

+7 (921) 430-54-88

www.maryino-spb.ru

Venäjän tämän kevään markkinamahdollisuuksia

Venäjä on maailman 5. suurin verkkokaupamarkkina

julkaistu 4.5.2020

"Nyt on kysyntää suomalaiselle digimarkkinoinnille, logistiikka-, varastointi- ja kuljetusalan optimointiratkaisuille sekä mobiili- ja tekoälyratkaisuille", kertoo Evgeniy Korobkin.

Venäjä on Euroopan suurin verkkokaupamarkkina. Maassa on 100 miljoonaa internetin käyttäjää ja verkkokauppa oli vuonna 2019 arvoltaan 22 miljardia USD (+23 %). Venäjän suurin verkkokauppatoimija on Wildberries. Muita merkittäviä alustoja ovat Citilink, Mvideo, Ozon, DNS, Lamoda, Eldorado, Svyaznoy ja Technopoint. Verkkokaupan käyttö on suosituinta Moskovassa ja Pietarissa, mutta myös muissa miljoonakaupungeissa verkkokauppaa käytetään paljon. Ostoksista 30 % tehdään mobiilipäätteillä.



Evgeniy Korobkin
Senior Advisor, ICT
+7 926 920 1466
evgeniy.korobkin@svkk.ru
yhteydenotot englanniksi ja venäjäksi

Verkko-oppiminen yleistyy nopeasti Venäjällä

julkaistu 24.4.2020

"Etsimme suomalaisia ratkaisuja opetuksen digitalisointiin: kurssituotannon työkaluja, verkkokursseja, digitaitokursseja, opetuksen IT-ratkaisuja, opettajakoulutuksia ja konsultointia", kertoo Elena Kozhevnikova. Koulujen opetus siirtyi Venäjällä verkkoon karanteenisäädösten tultua voimaan. Arvioiden mukaan jopa 80 prosentilla opettajista oli teknisiä haasteita opetuksen sujumisessa. Ongelmaksi nousi myös sopivien alustojen ja käytäntöjen puuttuminen.

Vuonna 2019 Venäjän verkko-oppimisen markkinat saavuttivat 462,7 miljoonan euron tason ja keskimääräisen 20 prosentin kasvun. Arvioiden mukaan vuonna 2023 markkinan koko tulee olemaan 662,2 miljoonaa euroa.



Elena Kozhevnikova
Senior Advisor, biotalous, teollisuus, koulutus
+7 922 202 0658
e.kozhevnikova@svkk.ru
yhteydenotot englanniksi ja venäjäksi

Suomalais-Venäläinen kauppakamari etsii aktiivisesti Venäjän markkinoiden mahdollisuuksia. Teemme työtä osana globaalia Team Finland -verkostoa. Potentiaaliset markkinamahdollisuudet julkaisemme verkkosivuilla www.marketopportunities.fi ja www.svkk.fi/mahdollisuudet sekä somekanavissamme.

Luomu- ja terveysvaikutteisten elintarvikkeiden kysyntä Venäjällä

julkaistu 15.4.2020

"Suomalaiset elintarvikealan yritykset voivat tarjota luomu- ja terveysvaikutteisia tuotteita, vitamiineja, ravintolisiä, hilloja, hunajaa, muroja ja mysljää, kastikkeita, vauvan ruokaa, teetä ja kaakaota", kannustaa Irina Krasnova. Terveysruokavalion noudattaminen on kasvava trendi Venäjällä. Erityisesti luomu- ja terveysvaikutteisten elintarvikkeiden kysyntä kasvaa nopeasti maan talousahdingosta huolimatta.

Viimeisen viiden vuoden aikana Venäjän luomuruokamarkkina on kasvanut huikeat 60 prosenttia. Arvioiden mukaan noin 3 prosenttia eli 4,5 miljoonaa venäläistä valitsee terveellisempiä ja ekologisempia tuotteita. Trendi kasvaa jatkuvasti.



Irina Krasnova
Senior Advisor, elintarviketeollisuus
+7 921 796 0338
irina.krasnova@spb.svkk.ru
yhteydenotot suomeksi ja venäjäksi

Venäjän uusi lainsäädäntö lisää teollisuuden painetta vähentää päästöjä etenkin saastuneimmassa kaupungeissa

julkaistu 25.3.2020

"Hoituuko yritykseltäsi päästöjen mittaukset, teollisuuskattilat, polttimot ja energiatehokkuuden konsultointi. Ota yhteyttä", kannustaa Jekaterina Lindberg.

Vuoden 2019 lopussa Venäjällä hyväksyttiin laki, jonka mukaan maahan perustetaan kansallinen ilmanmittausjärjestelmä. Se mittaa ilmanlaatua maan eniten saastuttavissa kaupungeissa: Bratskissa, Krasnojarskissa, Lipetskissä, Magnitogorskissa, Mednogorskissa, Nizhny Tagilissa, Novokuznetskissa, Norilskissa, Omskissa, Tšeljabinskissa, Tšerepovetsissä ja Tšitassa. Tavoitteena on vähentää teollisuuden ja liikenteen päästöjä.

Lainsäädäntö kehitettiin osana kansallista Ekologia-projektia. Uusi mittausjärjestelmä on tarkoitus ottaa käyttöön ennen vuoden 2024 loppua. Lainsäädäntö lisää teollisuuden painetta investoida päästöjä vähentäviin prosesseihin ja teknologioihin, joihin kuuluvat mm. vanhojen ja pienten energialaitosten sulkeminen, teollisuuskattiloiden ja polttimoiden uudistaminen sekä prosessien tehostaminen.



Jekaterina Lindberg
Business Advisor, kestävä kehitys ja markkinatieto
+358 50 555 2983
jekaterina.lindberg@svkk.fi
yhteydenotot suomeksi, venäjäksi ja englanniksi

Koronakriisi syö ruplaa ja vientinäkymiä

Suomalaisten yritysten odotukset viennin, tuonnin ja liiketoiminnan kehityksestä Venäjällä ovat heikentyneet. Kevään Venäjän-kaupan barometritutkimukseen vastasi lähes 300 Venäjän-kaupan tekijää.

Viennin kasvusta edellisen 6 kuukauden aikana kertovien osuus jatkoi kasvuaan. Sen sijaan viennin supistumista seuraavan 6 kuukauden aikana odottavien osuus on yli kaksinkertaistunut syksyn barometrissa.

Koronakriisin ja öljyn hintasodan heikentämä rupla on noussut jälleen suurimmaksi ongelmaksi viennissä ja liiketoiminnassa Venäjällä. Myös talouden epävakaisuus ja poliittinen tilanne ovat edelleen ongelmien kärjessä. Korona nousi nopeasti suurimpien ongelmien joukkoon Venäjän-kaupassa, mutta vain tuonnissa se nousee haasteiden kärkikolmikoon.

Uusiakin mahdollisuuksia tunnustetaan. Reilu kolmannes yrityksistä näkee Venäjän kansallisten projektien avaavan uusia liiketoimintamahdollisuuksia erityisesti jätehuollossa, rakennusallalla, metsäsektorilla ja teollisuudessa.

- Viime vuonna kasvuun lähtenyt Suomen Venäjän vienti näyttää törmäävän öljysodan, heikon ruplan ja koronan synnyttämään kriisiin. Yritysten arviot Venäjän talouden kehityksestä ovat romahtaneet, mutta usko omaan tekemiseen on säilynyt verrattain vahvana, vaikka odotukset ovat heikentyneet viime syksystä. Teollisuuden odotukset ovat merkittävästi valoisammat kuin palvelu- ja kaupan alan, johon heikkenevä ostovoima heijastuu suoraan, kommentoi Suomalais-Venäläisen kauppakamarin toimitusjohtaja **Jaana Rekolainen**.

Venäjän-kaupan barometritutkimus osui hetkeen, jolloin koronavirus levisi pandemiaksi, öljyn hinta romahti, rupla heikkeni ja sekä Suomessa että Venäjällä ryhdyttiin ensimmäisiin rajoittaviin toimiin viruksen leviämisen pysäyttämiseksi. Haastattelujen aikana maaliskuussa tartunnat Suomessa ja Venäjällä kasvoivat muutamista satoihin ja kumpikin maa sulki rajansa henkilöliikenteeltä.

- Korona-tilanne ja vielä enemmän öljyn hintakehitys ovat todella isoja haasteita Venäjällä ja sen talou-

delle. Ne tulevat vaikuttamaan merkittävästi maan toimintaympäristöön. Näkyvyys on kuitenkin yhä varsin heikko, joten kokonaisvaikutusta ja sen kestoja voidaan vain pyrkiä ennustamaan tässä vaiheessa, sanoo East Office of Finnish Industriesin toimitusjohtaja **Lauri Veijalainen**.

Seuraava Venäjän-kaupan barometritutkimus tehdään syksyllä. Silloin nähdään selvemmin, miten heikko rupla ja koronakriisi vaikuttavat suomalaisyritysten Venäjän-kauppaan. Matkailuala on selvä kärsijä tässä tilanteessa. Jos raja pysyy kiinni pitkään, venäläiset turistit jäävät tulematta ja palautuminen normaaliin tulee kestämään kauan. Tämä tuo vaikeuksia suomalaiselle matkailuelinkeinolle, jolle venäläiset ja kiinalaiset ovat tärkeitä ryhmiä. •

Lue lisää: www.svkk.fi/barometri

TAUSTATIETOA VENÄJÄN-KAUPAN BAROMETRISTA

Tutkimuksen tilasivat Suomalais-Venäläinen kauppakamari, Elinkeinoelämän keskusliitto, Keskuskauppakamari, East Office of Finnish Industries ja Suomen Yrittäjät. Tutkimuksen toteutti Taloustutkimus. Tutkimuksen tiedonkeruu toteutettiin puhelinhaastatteluina ajanjaksolla 4.–27.3.2020. Haastatteluja tehtiin yhteensä 295. Tutkimus tehdään kaksi kertaa vuodessa.

Paljon muutakin kuin edustavia tiloja

Luomme edellytyksiä menestyvään ja turvalliseen toimintaan Venäjällä. Saatamme sinut yhteen asiantuntija-verkostomme kanssa. Hyödynnä mainiot palvelumme ja tule tutustumaan ainutlaatuisen yhteisöömme.

OTA YHTEYTTÄ!
+7921 449 0547
info@suomi-talo.fi
www.suomi-talo.fi

**SUO
MI
TALO**

ДОМ ФИНЛЯНДИИ
FINLAND HOUSE

Uudet jäsenyritykset, tervetuloa mukaan mahdollisuuksien verkostoomme!

Ab Scandi Net Oy

Köydet ja vajjerit

Amir

Valaistuksen pylväät ja mastot, valaisimet ja kohdevalot ulkovalaistukseen

Asianajotoimisto Mika Pennanen Oy

Asianajo, rikosasiat, oikeudenkäynnit

Asstra Associated Traffic

Logistiikka

CK Balans

Kirjanpito- ja palvelut

Docrates Oy

Lääkärikeskus

Dovre Group Oy

Muu liikkeenjohdon konsultointi

Eltete St. Petersburg

Kartonkipakkausten valmistus

Fingo-Complex

Production of industrial dust and gas cleaning equipment

Flying Lynx Oy

Verkkokauppa

GMCS St. Petersburg

IT-palvelut

Happowa Oy

Metallialan tukkukauppa

Hile Water Oy

Juomateollisuus, panimot

Hotel New Peterhof

hotelli

JAM Technologies Ltd Oy

Koneiden ja laitteiden agentuuritoiminta

Jot-Rent Oy

Työvoiman vuokraus

Kastee Relax Oy

Saunavarusteet ja lisälaitteet

Kauppa Osakeyhtiö

Työkalujen tukkukauppa

Kesla Oyj

Nosto- ja siirtolaitteet

Kesmac Oy

Konepajateollisuus ja metallityöt

Kingi Oy

Kiinnitystarvikkeet

Komerck Logistics Finland Oy

Huolinta ja rahtaus

Konepaja Facor Oy

Konepajateollisuus ja metallityöt

Laitex Oy

Konepajateollisuus ja metallityöt

Mirasela Logistics Oy

Huolinta ja logistiikka

Muototerä Oy

Vesileikkaus

Nordic Business Forum Oy

Koulutukset ja koulutuspalvelut

Nordic Traction Oy

Metsäkoneiden telat ja ketjut

NTG Polar Road Oy

Tieliikenteen tavarankuljetus

Pajakon Oy

Markkinatutkimus ja Venäjän-kauppa

Piceasoft Oy

Piceasoft-ratkaisut mobiililaitteiden elinkaaren optimointiin ja kierrätykseen.

Pinomatic Oy

Puuntyöstökoneet ja sahakoneet

Polar Aviation Oy

Ilma- ja avaruusalusten korjaus ja huolto

Ponsse OOO

Metsäkoneiden myynti

Raikastamo Oy

Luomumehujen ja limonadien valmistus

ROSBANK

Pankkitoiminta

Rowema Oy

Pintakäsittelylaitteet

SA-TU Logistics Oy

Kuljetus ja varastointi

Scan-Cast Oy

Alumiinivalimo, julkitilakalusteet

Semchenko & Partners

Juridiset palvelut

SRG-ECO

Työturvallisuuteen, työsuojeluun, ympäristöasioihin liittyvä konsultointi

Stockholm School of Economics in Russia

Liike-elämän koulutus

Sumitomo SHI FW Energia Oy

Waste to Energy

Suomen vesifoorumi ry, Finnish Water Forum

Vesialan toimijoiden yhdistys

Tailored

Liikkeenjohdon koulutus

Taleon Imperial Hotel

Hotelli

Tampereen kaupunki,

Tampereen seudun ammattiopisto

Ammatillinen koulutus

Tikkurila OOO

lakan ja maalin valmistus

TOP Project

Hotelli ja ravintola

Trans-Clean Oy

Teknokemia

Tsar Palace Luxury Hotel & SPA

Hotelli

UCMS Group

Kirjanpito- ja tilintarkastuspalvelut, veroneuvonta

Verte Oy

Liikkeenjohdon konsultointi

10 rahanarvoista syytä olla osa mahdollisuuksien verkostoa

Suomalais-Venäläisen kauppakamarin voima koostuu yli 660 jäsenyrityksestä Suomessa ja Venäjällä. Yhdessä me suomalaiset teemme kauppaa Venäjälle vuosittain miljardeilla euroilla.

Kauppakamarin jäsenenä olet osa tätä diilejä tekevää joukkovoimaa. Markkina on täynnä bisnesmahdollisuuksia. Kauppakamari auttaa yritystäsi hyödyntämään ne. Erilaisten liidien – ja diilien – lisäksi Kauppakamarin jäsenyys tuo koko rahalla muita rahanarvoisia etuja. Ensimmäinen diili on se ratkaisevin. Tehdään se yhdessä. Tule Kauppakamarin jäseneksi.

1

Mahdollisuuksien verkosto: ainutlaatuisen yritysverkoston tuki ja kontaktit

2

Vain jäsenille avoimia uutisia, tietoa ja taustoja

3

Kätevä jäsenkirje uutiskoosteineen kerran viikossa

4

Venla-jäsenlehti kahdesti vuodessa printtinä ja kuukausittain diginä

5

Mahdollisuus vaikuttaa, kehittää Venäjän-kauppaa, tavata suomalaisia ja venäläisiä yrityksiä

6

Mielenkiintoiset SVKK Club -jäsen-tilaisuudet liveinä tai etänä

7

25 % alennus Kauppakamarin maksullisista palveluista

8

Analyyttinen Venäjän-talous-katsaus neljä kertaa vuodessa

9

Lisänäkyvyyttä ja myyntimahdollisuuksia yrityksellesi

10

Team Finland -viennin-edistämismatkat aina omakustannushintaisina

Palvelut yrityksille



Kauppakamarin jäsenedut

Jäsentilaisuudet

Tehokas verkostoituminen

Näkyvyys – alustukset ja luennot tilaisuuksissa

Ainutlaatuinen uutispalvelu: verkkouutiset ja uutiskirje

Jäsenlehti Venla, digi-Venlan artikkelit

Luottamukselliset vaikuttamiskanavat

Analyttinen talouskatsaus neljännesvuosittain



Lisäpalvelut – jäsenille 25 % alennus

Venäjän-kaupan koulutukset –

myös etäosallistumismahdollisuus

Event Management -tapahtumajärjestelyt

Toiminta-apu – tilat ja tulkit



Kaikille yrityksille Team Finland -palvelut Venäjälle

Venäjän markkinoiden asiantuntijaneuvonta
ml. juridinen perusneuvonta

Markkinapotentiaalin ja jakeluteiden
arviointi ja kehittäminen

Kontaktinhaku

Neuvotteluapu

Etablointisneuvonta: juridiikka, HR,
taloushallinto

Liiketoimintamahdollisuudet ja myyntiliidit

Team Finland -matkat Venäjän eri alueille

Suomalais-Venäläinen kauppakamari

- ainutlaatuinen mahdollisuuksien verkosto

Suomalais-Venäläinen kauppakamari, SVKK, on johtava Venäjän-kaupan asiantuntijaorganisaatio, joka yhdistää suomalaisen osaamisen ja mahdollisuuksien Venäjän. Meillä työskentelee yli 20 Venäjän-kaupan asiantuntijaa, jotka palvelevat 700 suomalaista ja venäläistä jäsenyritystä sekä kaikkia Venäjän-kaupasta kiinnostuneita.

Rakennamme liiketoiminnan mahdollisuuksia Suomen ja Venäjän välille tarjoamalla yrityksille parhaan tavan hyödyntää Venäjän-kaupan mahdollisuudet. Meidän tärkein tehtävämme on auttaa asiakastamme menestymään. Meitä saat aina ajantasaista ja luotettavaa tietoa Venäjän kaupasta ja liiketoimintaympäristöstä.

www.svkk.fi

Yhteystietomme

Helsingin toimisto

Eteläranta 10, 00130 Helsinki
+358 10 439 1150
info@svkk.fi
etunimi.sukunimi@svkk.fi

Moskovan toimisto

Kropotkinskij pereulok 15-17
119034 Moskova
office@svkk.ru

Pietarin toimisto

Bolshaja Konjushennaja 4-6-8 A,
tsto B302, 191186 Pietari
+7 812 322 2121
info@spb.svkk.ru

Jekaterinburgin toimisto

ul. K. Libknehta 22, toimisto 412,
620075 Jekaterinburg
+7 343 310 1788
info@eka.svkk.ru



Muista turvaväli.

Osallistu etänä.

www.svkk.fi/tapahtumat