



# Acting for the Finnish bread

Mari Dunderfelt, Vaasan

08/29/2019





# The bakers of Finland's most popular bread



**Together we take responsibility  
from field to fork**







**Challenge in 2016:  
The packed fresh bread category  
was lacking emotion and appeal**



noin 2 kuukautta sitten



Ei helkatti, olen kuvitellut leipänne olevan suomalaista täysin... jauhoineen päivineen... ja en koskaan olisi voinut uskoa että niissä varsinkaan torjunta-aineita olisi/öytyisi... Hieman on sellanen hujestettu olo... vaihtu firma kiitos n kumiin 😊

Talous Julkaistu 27.01.2016 19:14

## Tiesitkö tämän? MT: Suomen suosituin leipä ei olekaan suomalaista

# To make it worse:

# Consumers realized that the iconic Vaasan Ruispalat was baked using imported rye

## Suomen suosituin ruisleipä leivotaan pääosin ulkomaisesta rukiista

Ruoka 21.01.2016  
Terhi Pape-Mustonen

Tarkat numerot ovat liikesalaisuus - MT: Suosituin Suomi-leipä onkin vahvasti ulkomainen

28.1.2016 08:46

TERVEYSTALOUS





**Our ways of communicating  
did not work - we needed to steer  
our actions into a new route**





A person with long, wavy brown hair is holding a round, rustic loaf of bread with both hands. The bread has a cracked, golden-brown crust. The person's face is blurred in the background, looking directly at the camera. A semi-transparent grey banner with white text is overlaid across the middle of the image.

**We clarified our purpose:  
ACTING FOR THE FINNISH BREAD**

**Then:**  
**ACT ON IT!**





# Action: Domestic rye promise





# We made an open promise and started co-operation with farmers

## MAASEUDUN TULEVAISUUS

**Vaasan commits to domestic rye  
– rye bread sales growing strongly**



Toimitusjohtaja Thomas Isaksson on tyytyväinen ruispalojen menestykseen. Ne tehdään kotimaisesta rukiista myös ensi vuonna.

## HELSINGIN SANOMAT

Keskiviikkona 1. marraskuuta 2017 | Vuosi 44, Nro 296 (4252) | ISSN 0160-2445 | Koko lehti 134 € | Koko lehti 134 € | Koko lehti 134 €

### **HEART OF A SMALL BAKERY RESPONSIBILITY OF A BIG BAKERY**

**Me olemme pieni.** Sydämeitämme ja sielutamme. Aloitimme pienenä vaasalaisena höyrymyllynä 168 vuotta sitten ja leivomme leipämme edelleen samalla pienellä paikallisella käyryttäjän intonimillä. Kylämme vain sattu olemaan 1 157 kilometriä pitkä ja neidon mallinen.

**Olemme myös suuri.** Sitä ei käy kieltäminen. Suuruutemme ansaitsee niin Mirja Kempeleestä kuin Robert Punavuoresta pääsevät nauttimaan joka päivä samaa

herkullista ja tuoretta ruisleipää – Suomen suosituinta sellaista.

**Suurella on myös suuri vastuu.** Vastuu suomalaisen leivästä. Siksi ylläpidämme jatkossakin sitä samaa rikkasta leipäkulttuuria, jota olemme osaltamme jo yli 150 vuotta rakentaneet. Siksi tuemme suomalaista alkutuotantoa ja kannamme vastuunne peilosta pöytään. Ja siksi leivomme edelleen herkkuisuutta ja juuri sellaista leipää kuin te tahdotte. Kaunioilemme sitä tällä, jatkossakin.



**Siksi leivomme Vaasan Ruispalat 100 % suomalaisesta viljasta.**



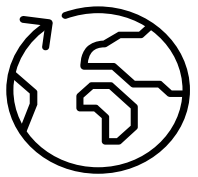


**Action:**  
**Fight against bread waste**

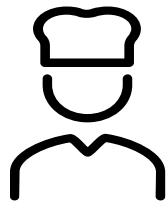




# Food waste is a big shared issue



**A major  
climate burden**



**Food waste =  
wasted resources**



**Occurs across  
the food chain**



**Bread in the TOP 3  
of wasted foods**





Every **5th slice** of our best seller bread is wasted in the food chain



# We wanted to support consumers who fight the same challenge

## **FEEL**

64% of Finns want to avoid food waste

## **ACT**

44% of Finns throw away bread weekly





**NOT A SINGLE BREAD SLICE  
SHOULD BE WASTED**

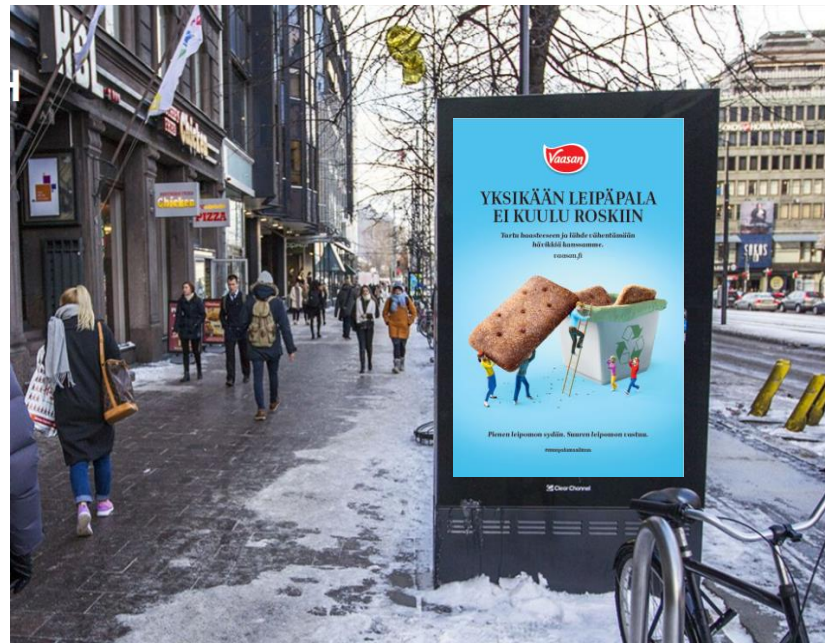
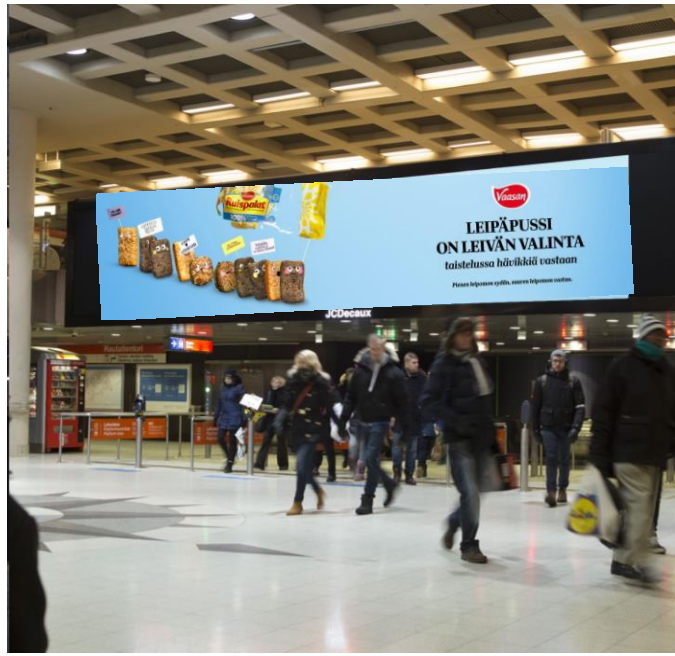


**Heart of a small bakery.  
Responsibility of a big one.**

## **We acted:**

- We **openly communicated** our bread waste numbers
- We **increased awareness** about the bread waste issue
- We **helped consumers** with tips
- We **shared what we do** to reduce and manage bread waste







The bread bag is  
the bread's choice  
in the fight against  
food waste







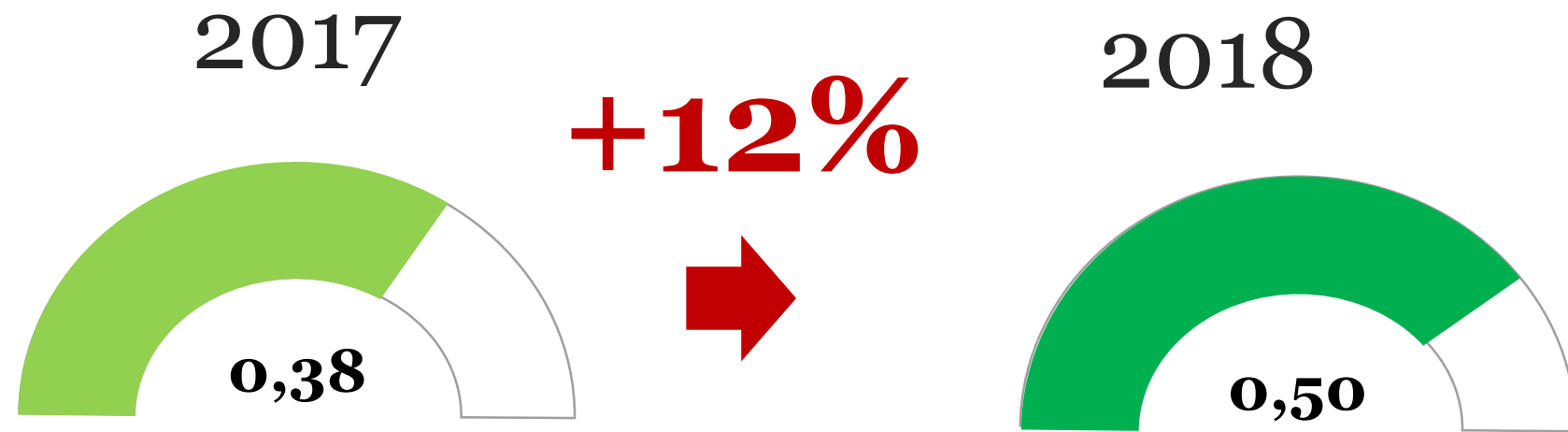
# Results and learnings

08/29/2019





# Consumers talk more positively about Vaasan in social media



Social media sentiment





# Our own employees feel more proud about their workplace

“I am proud to tell other people where I work”

**+6% points**

Internal survey,  
2018 vs. 2017





# We have improved our brand sustainability ranking





# Key learnings

**Identify your purpose and embed it to actions and communication**

**Find bigger themes to solve together with consumers**

**Boldly take part in societal discussion**

**Walk the talk**







**THANK YOU!**

08/29/2019

