



FINNISH
FOOD
INNOVATIONS

Fennopromo



MAASEUTU 2020



Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutualueisiin

Finnish Food Innovations -ohjelma

1.5.2016 – 30.4.2018

Sisältö:

1. Hakija
2. Muut hankkeen resurssit
3. Hankkeen tarve ja tausta
4. Hankkeen tavoitteet
5. Tulosten seuranta
6. Hankkeen toimenpiteet
7. Yhteys Manner-Suomen maaseudun kehittämissuunnitelmaan
8. Toiminta-alue, kohderyhmät, hyödynsaajat, aikataulu
9. Hankkeen toteutumisen arviointi
10. Hankkeen tulosten hyödyntämissuunnitelma
11. Tiedottaminen
12. Hankkeen kustannusarvio ja rahoitussuunnitelma

1 Hakija

FINNISH FOOD INNOVATIONS (FFI) -hankkeen hakija ja vastuullinen toteuttaja on Fennopromo Oy, joka vastaa hankkeen johtamisesta ja hallinnoinnista sekä tuottaa asiantuntijapalveluja hankkeelle. Fennopromo on vuonna 2010 perustettu asiantuntijayritys, joka tarjoaa yritystoiminnan kehittämisen, yrityskoulutuksen ja kansainväistymisen palveluja elintarvikealan yrityksille ja organisaatioille.

2 Muut hankkeen resurssit:

Avaintiimi

Hankkeelle kootaan avaintiimi, joka osallistuu hankkeen suunnitteluun ja toteutukseen. Avaintiimiin kutsutaan mukaan elintarvikkeiden tuotekehityksen, innovoinnin, tuotteistamisen (pakkaukset ja brändäys), kaupallistamisen ja kansainvälisen markkinoinnin erikoisasiantuntijoita. Tiimiltä vaaditaan myös yrityskoulutuksen osaamista. Avaintiimin työpanoksen Fennopromo ostaa kilpailutettuna ostopalveluna.

Asiantuntijat

Hankkeen toteutukseen kutsutaan asiantuntijoita, jotka tuovat poikkitieteellistä osaamista hankkeeseen. Asiantuntijapalvelut hankitaan ostopalveluna, pois lukien julkisen sektorin edustajien ja viranomaisten palvelut. Julkisen sektorin ja viranomaistahojen edustajille ei makseta asiantuntijatyöstä palkkioita, ainoastaan kulukorvaukset, jos palveluntuottaja niin edellyttää.

Sidosryhmät

Hankkeella on laaja sidosryhmäverkosto elintarvikealaa ja elintarvikevientiä edustavista organisaatioista. Sidosryhmät tuovat hankkeeseen yhteiskunnallista ja elinkeinon näkemystä, yhteyksiä hankkeen kohderyhmiin sekä vaikuttavuutta hankkeen toteutukseen. Ensisijainen sidosryhmäorganisaatio on Finpro Oy / Food from Finland –elintarvikealan kasvuohjelma 2014 - 2020. Samoin sidosryhmiä ovat valtakunnalliset organisaatiot, joiden kautta hanke tavoittaa elintarvikeyrittäjiä ja kontaktoi heitä mukaan FFI-hankkeeseen. Lisäksi sidosryhmiä ovat valtionhallinnon edustajat maaseudun kehittämisen ja elintarvikeviennin alalta. FFI- hankkeella on lisäksi valmius toimia yhteistyössä valtakunnallisten maaseudun kehittämishankkeiden kanssa, joiden kanssa on löydettävissä synergiaa.

Hankkeen ohjausryhmä

Hankkeelle kootaan ohjausryhmä, jossa ovat edustettuina hankkeen kohderyhmä (elintarvikeyritykset), avaintiimi, asiantuntijat ja sidosryhmiä. Ohjausryhmä on luonteeltaan neuvoa-antava elin. Ohjausryhmä jakaa yhteisen tavoitteen Suomen elintarvikeviennin edistämisestä, vientituotetarjoaman monipuolistamisesta ja tuoteinnovoinnin tärkeydestä.

3 Hankkeen tarve ja tausta

Elintarvikevienti on määritetty erääksi Suomen viennin kärkialoista. Vuonna 2014 käynnistynyt valtion rahoittama Food from Finland -vientiohjelma kokoaa yhteen elintarvikeviennin toimijoita, käynnistää vienninedistämistoimia ja aktivoi elintarvikealaa kansainvälistymään. Kansainväliset megatrendit, terveystietoisuuden nousu, väestön ikääntyminen, erikoisruokavaliot, ruokaturvallisuuden korostaminen, luomutuotteiden kysyntä ja puhtaiden raaka-aineiden arvostus luovat markkinakysyntää tuotteille, joita Suomi voi tarjota ulkomaisille markkinoille. Kasvuhakuisille yrityksille vienti onkin käytännössä ainoa kasvun suunta kotimarkkinan ollessa rajallinen.

Ongelma (kehittämishaaste) 1:

Suomen elintarvikeviennistä edelleen merkittävä osuus on teollisten raaka-aineiden vientiä.

Kehittämishaasteena on, että yritykset tarvitsevat uskallusta ja osaamista kehittääkseen kuluttajatuotteita ja siirtyäkseen haasteellisilta raaka-ainemarkkinoilta vakaammille ja paremmin hinnoitelluille kuluttajatuotemarkkinoille. Tarvitaan osaamisen kerryttämistä ulkomaisten asiakkaiden markkinatarpeista, niche-markkinamahdollisuuksista, kuluttajatuotebrändien rakentamisesta ja markkinoille tuomisesta sekä kuluttajamarkkinoilla menestymisen keinoista, jotta yhä useammat pienetkin yritykset uskaltavat tarjoamaan tuotteitaan kansainvälisille vähittäiskauppa- ja HoReCa-markkinoille yms. teollisen raaka-aineviennin ohella tai sen sijaan.

Ongelma (kehittämishaaste) 2:

Suomalaisten lisäarvo- ja kuluttajatuotteiden kehittämistä vientiin hidastaa suomalainen yksinyrittämisen kulttuuri. Yritysten tulisi paljon nykyistä laajamittaisemmin koota erikoisosaajia innovointinsa ja tuotekehityksensä tueksi. Suomalaista erikoisosaamista ovat muun muassa puhdas tuotantoympäristö, ruokaturvallisuus, luomutuotannon osaaminen, kestävä kehitys ja ympäristöosaaminen, korkeatasoinen

elintarviketutkimus, pakkausosaaminen, design, uudet logistiikkaratkaisut jne. Tästä poikkitieteellisyydestä voivat syntyä ne ylivoimaiset tuotekonseptit ja innovaatiot, joilla erotutaan kansainvälisillä markkinoilla ja luodaan todellista kilpailuetua tuotteille.

Ongelma (kehittämishaaste) 3:

Ulkomaan markkinoilla on kysyntää terveyttä ja hyvinvointia edistäville, puhtaasti tuotetuille tuotteille. Kehittämishaasteena on, osaavatko suomalaiset yritykset konseptoida sellaisia uutuustuotteita, joita markkinalla halutaan? Saadaanko maaseudun pienetkin yritykset mukaan kehityskulkuun esim. alihankintatuottajina? Yhteisenä tavoitteenamme tulisi olla, että Suomi ottaa haltuun sen markkina-aseman ja vientitulot, jonka kansainväliset kuluttajatrendit mahdollistavat. Pystymme konseptoimaan ja lanseeraamaan uutuustuotteita yhtä korkeatasoisesti kuin kilpailijamaat. Suomalainen designilla, brändinrakennuksella ja pakkausmuotoilulla on mahdollista rakentaa tuotteisiin erottuvuutta ja erityistä kilpailuetua. Tarvitaan alan toimijoiden yhteistä tahtotilaa, osaamisen yhdistämistä, ennakkoluulottomuutta ja uskallusta tarttua kehittämishaasteeseen.

4 Hankkeen tavoitteet

FINNISH FOOD INNOVATIONS -hanke on suunniteltu vastaamaan edellä kuvattuihin kehittämishaasteisiin. FFI-hanke ohjaa suomalaisia elintarvikealan mikro-, pieniä ja keskisuuria yrityksiä innovoimaan asiakaslähtöisiä lisäarvotuotteita kansainvälisille markkinoille. Hanke auttaa yrityksiä hankkimaan tietoa ulkomaisista markkinamahdollisuuksista ja luomaan tiedon pohjalta uusia tuotekehitysideoita sekä kokoaa poikkitieteellisen osaajaverkoston yritysten tekemän tuotekehityksen tueksi. Hankkeen päätavoitteena on lisätä ja monipuolistaa vientituotteiden määrää, jota suomalaiset elintarvikeyritykset tarjoavat kansainvälisille markkinoille. Hanke toteuttaa kehittämistoimia tiedonsiirron ja koulutuksen keinoin valtakunnallisesti.

Määrälliset tavoitteet:

Hankkeen aikana pyritään aktivoimaan yhteensä 30 - 40 elintarvikealan mikro-, pientä ja keskisuurta yritystä per hankevuosi etenemään viintiin suunnatuissa kuluttajatuotteiden tuotekehitystoimissaan. Tavoitteena on jakaa tietoa vientimarkkinoiden mahdollisuuksista ja tuotekehityksen ideoista laajasti yrityksille Internet-jakelun ja mediaviestinnän kautta läpi Suomen. Tiedon siirron (Internet webcast - lähetykset ja mediaviestintä) arvioidaan tavoittavan yhteensä 800 - 1000 elintarvikealan ja maaseutuyritysten edustajaa ja alan toimijaa hankkeen aikana. Päätavoitteena on, että hankkeen toimenpiteillä edistetään yhteensä 7 - 10 uutuustuotteen kehittämistä vientimarkkinoille hankkeen aikana tai sen jälkeen.

Laadulliset tavoitteet:

Hanke lisää uusien vientituotteiden kehittämiseen liittyvää tietoa ja edistää tiedon ja osaamisen tehokasta hyödyntämistä valtakunnallisesti sekä uudistaa vientielintarvikkeiden kehittämiseen liittyviä toimintatapoja seuraavin tavoin:

1. Tuotekehitysprosessi systematisoidaan
2. Markkinamahdollisuudet tuodaan laajasti alan tietoon

3. Innovointia tehostetaan
4. Osaaja verkotetaan, jotta lisäarvotuotteiden innovointimahdollisuudet syntyvät
5. Tuetaan yritysverkostojen kehittymistä
6. Yritysten asenteisiin vaikutetaan ja lisätään uskallusta innovointiin; luodaan myönteistä yhteiskunnallista ilmapiiriä ja tulevaisuudenuskoa

5 Tulosten seuranta

Määrällisten tulosten toteutumisen osalta seurataan tuotekehitystoimenpiteisiin (työpajat) osallistuneiden yritysten määrää per vuosi sekä Internet-jakelua (webcast) seuraavien yritysten ja alan toimijoiden määrää per vuosi sekä mediaosumien levikkiä. Tärkeimpänä määrällisenä tavoitteena seurataan hankkeen edistämien tuotekehitysinnovaatioiden määrää per toimintavuosi. Laadullisten tavoitteiden toteutumista seurataan palautekyselyillä hankkeen toimenpiteisiin osallistuneille yrityksille ja hyödynsaajille.

6 Hankkeen toimenpiteet ja toteutustapa

FINNISH FOOD INNOVATIONS -hanke pilotoi ja konseptoi ohjatun tuotekehityksen ja innovoinnin toimintamallin suomalaisille mikro-, pienille ja keskisuurille elintarvikeyrityksille. Hankkeessa on kolme työpakettia: TP 1: hanke välittää uusia tuotekehitysideoita yrityksille ulkomaisilta tiedonhankintamatkoilta, TP2: hanke opastaa työpajoissa yrityksiä tunnistamaan tuotekehitysmahdollisuuksia ja arvioimaan niiden kaupallista potentiaalia sekä TP 3: hanke auttaa yrityksiä etenemään tuotekehitystoimissaan asiantuntijaverkoston kanssa yhteistyössä.

Hanke toimii tiiviissä yhteistyössä Finpron operoiman Food from Finland -kasvuohjelman kanssa, mutta FINNISH FOOD INNOVATIONS -hanke ja Food from Finland -ohjelma ovat kaksi erillistä, itsenäistä ja erillisrahoitteista hankekokonaisuutta. Tehtävien jako: Food from Finland -ohjelma avaa ulkomaisia markkinoita ja markkinoi suomalaisia vientituotteita. FINNISH FOOD INNOVATIONS -hanke keskittyy tuotekehityksen edistämiseen ja aktivoi yrityksiä luomaan uusia vientituotteita. Hanke kohdistuu toimenpidealueeseen, joka on seurausta FFF -kasvuohjelman toiminnasta (vientituotetarjoaman laajentamisen tarve). Hankkeet eivät ole päällekkäiset, vaan toisiaan tukevat.

Hankkeen toimenpiteet:

TP 1: UUSIEN TUOTEKEHITYSIDEOIDEN VÄLITTÄMINEN YRITYKSILLE:

Ulkomaan matkoilla havainnoidaan tuotekehitysmahdollisuuksia ja tuodaan markkinatietoa Suomeen vientiyritysten käyttöön.

TP 2: TUOTEKEHITYSMAHDOLLISUUKSIEN ANALYSOINTI JA EDISTÄMINEN:

Innovaatiotoiminta toteutetaan ja Fact finding -matkojen ja messumatkojen anti puretaan työpajoissa, joita järjestetään 10 kpl (3- 4 työpajaa kolmen Fact finding- matkan yhteydessä) hankevuoden aikana.

TP 3: TOIMIJAVERKOSTON KOKOAMINEN TUOTEKEHITYKSEN TUEKSI:

Hanke kokoaa työpajoihin poikkitieteellisen tuotekehityksen, konseptoinnin ja tuotteistamisen asiantuntijaryhmän, joka auttaa yrityksiä etenemään innovoinnissa ja ideoiden jalostamisessa tuotteiksi.

TÄRKEÄNÄ RAJAUKSENA KOSKIEN HANKKEEN TOIMENPITEITÄ: Hankkeen toimenpiteitä ovat tiedonsiirto, yleishyödyllinen koulutus, kehittäminen, tiedonvälittäminen ja verkottaminen, joiden tulokset ovat tasapuolisesti ja laajasti yritysten käytettävissä läpi Suomen. Varsinainen yrityskohtainen tuotekehitys ja siitä syntyvät kustannukset, jatkoselvitykset tms. eivät kuulu hankkeen tehtäviin, vaan yritysten vastuulle ja yritysten omalla rahoituksella toteutettaviksi hankkeen ulkopuolisiksi toimenpiteiksi. Työpajoissa ei tehdä tuotekehitystoimia yritysten puolesta, mutta annetaan yrityksille valmiuksia edetä T&K -toimissaan.

7 Yhteys Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelmaan sekä alueelliseen ohjelmaan tai paikalliseen strategiaan

FINNISH FOOD INNOVATIONS-hanke täyttää Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelmassa tietämyksen siirtoa ja tiedotusta koskeville hankkeille asetetut tavoitteet ja edistää kehittämisohjelman päämääriä elintarvikealan kasvun ja kilpailukyvyn luomiseksi. Hanke kohdistuu elinkeinon kannattavuuteen ja kilpailukyvyn kehittämiseen kestäväällä tavalla:

Hanke 1) parantaa elintarvikealan pk-yritysten vientiedellytyksiä, 2) tuottaa ja välittää yrityksille kansainvälistymistä edistävää tietoa ja 3) kehittää alan yhteistyörakenteita. Hanke parantaa maaseutuyrittämiseen ja sen uudistamiseen liittyvää ammattitaitoa ja osaamista ja hankkeen avulla pyritään ratkaisemaan keskeisiä viennin kehittämisen ongelmakohtia. Hanke toteuttaa toimenpiteitään yleishyödyllisenä koulutuksena ja tietämyksen siirtona, johon kaikki elintarvikealan pk-yritykset voivat osallistua valtakunnallisesti.

Hankkeella on uutuusarvoa; sen aikana pilotoidaan toimintamalli, jota ei tällä hetkellä Suomessa ole käytössä. Vastaavaa kehittämishanketta ei Suomessa ole aikaisemmin toteutettu elintarvikealalla. Toiminnallaan hanke tukee työ- ja elinkeinoministeriön rahoittaman Food from Finland -vientiohjelman 2015 - 2020 tavoitteiden saavuttamista ja kytkeytyy valtionhallinnossa linjattuihin elintarvikesektorin kehittämisen tavoitteisiin.

Hanke verkottaa ja kutsuu yhteistyöhön maakunnissa toimivia muita kehittämishankkeita. Hanke täydentää paikallisia viennin edistämisen projekteja ja tuo niille lisäarvoa toimimalla valtakunnallisena, tuotekehityksen kautta yrityksiä varten valmiuksia kohottavana pilottina.

8 Toiminta-alue, kohderyhmä, hyödynsaajat sekä aikataulu

Hankkeen toiminta-alue on valtakunnallinen. Hankkeen kohderyhmänä ovat elintarvikealan mikro-, pienet ja keskisuuret yritykset, jotka jo harjoittavat vientiä tai ovat kiinnostuneita suuntautumaan kansainvälisille markkinoille. Eräinä erityiskohderyhminä painotetaan luomuyrityksiä ja luonnontuotealan yrityksiä.

Toissijaisina hankkeen hyödynsaajia ovat palveluntuottajat (avaintiimi ja asiantuntijat), jotka voivat hankkeen aikana verkostoitua elintarvikeyritysten kanssa, tarjota yrityksille osaamistaan ja synergisesti osaamisalueitaan yhdistämällä kehittää vientiyrityksille suunnattuja palvelujaan.

Hankkeen hyödynsaajana on myös elintarvikeala kokonaisuudessaan sekä Suomen kansantalous, jonka viennin rakennetta hanke pyrkii muuttamaan raaka-aineviennistä jalostettuihin tuotteisiin sekä nostamaan viennin jalostusarvoa ja siten parantamaan viennin kannattavuutta ja tukemaan kansantalouden kasvua ja menestystä.

Aikataulu: Hanke toteutetaan 1.5.2016 - 30.4.2018 välisenä aikana (kesto 24 kk).

9 Miten hankkeen toteutumista arvioidaan?

Hankkeen toteutumista seurataan määrällisten ja laadullisten tulosten toteutumisen seurannalla (ks. kohta "Hankkeen tavoitteet ja tulokset").

10 Hankkeen tulosten hyödyntämissuunnitelma

Hanke tuottaa tietotaitoa, kuinka uusi tuote innovoidaan vientimarkkinoille. Tietotaito on vientiin suuntaavien yritysten käytössä hankkeen aikana ja myös hankkeen jälkeen. Hankkeen tuottamat vientituotteiden tuotekehitys -webcast -lähetykset ovat saatavilla Fennopromon verkkosivuilla. Paikalliset hanketoimijat voivat käyttää tuotekehitysvideoita omissa hankkeissaan asiantuntijamateriaalina ja vientiyritysten koulutuksessa.

Hankkeen tuottamat tuotekehitysinnovaatiot tiedotetaan alan tietoon ja positiiviset esimerkit rohkaisevat yrityksiä innovointiin myös jatkossa. Hanke synnyttää vientielintarvikkeiden tuotekehityksen poikkiteollisen verkoston, jota alan toimijat voivat hyödyntää asiantuntijakumppaneina myös hankkeen päätyttyä.

Hankkeen toimintamallista pyritään luomaan pysyvä vientituotteiden innovoinnin toimintamalli alalle. Elintarvikealan ohjattu innovointi ja vientituotetarjooman kehittäminen voi olla esimerkkinä myös muille toimialoille ja vaikuttaa yhteiskunnalliseen ilmapiiriin ja tulevaisuudenuskoon rohkaisevasti.

11 Tiedottaminen

Hankkeesta laaditaan tiedotusmateriaalia (esite, verkkosivut). Hankkeelle luodaan visuaalinen ilme ja logo. Hanke esitellään sähköisessä ja painetussa esitteessä sekä hankkeen verkkosivulla. Hankkeesta tiedotetaan julkisuuteen verkkosivuilla, elintarvikeviejien LinkedIn-ryhmässä sekä alan median kautta. Hankkeesta tiedotetaan kohderyhmille, avaintiimille, asiantuntijoille ja sidosryhmille. Tiedotus tapahtuu hankkeen verkkosivujen, sähköpostin ja mahdollisten sidosryhmien omien uutiskirjeiden välityksellä. Hankkeen tuottamaa markkinatietoa ja tuotekehitysideoita jaetaan sähköisesti Internetin kautta elintarvikeyrityksille valtakunnallisesti, jotta yrityksillä ja alkutuottajilla on esteetön ja välitön mahdollisuus hyödyntää hankkeen tuottamaa tietoa innovointinsa ja kansainvälistymisensä edistämiseksi (webcast -tuotannot).

12 Hankkeen kustannusarvio ja rahoitussuunnitelma

Hankkeen kustannusarvio on 600.000 eur (alv 0 %) (24 kk). Hanke rahoitetaan Manner-Suomen maaseutuohjelman varoin.