

TUOTTAJAORGANISAATIOILLA MARKKINAT HALTUUN – LISÄTUOTTOA VIENNISTÄ – TUOVI

1. Tavoitteet, seuranta ja mittarit

Elintarvikeviennin edistämishankkeen päätavoitteena on luoda edellytyksiä suomalaisen ruokasektorin elintarvikevientiin, lisätä tuottajien ja neuvojien markkinaymmärrystä, edistää markkinoiden uusien vaatimusten täyttymistä, kartoittaa digitaalisia työkaluja varastoseurannan ja laaturaportoinnin tueksi sekä hakea ratkaisuja ruokasektorin ajankohtaisiin laatuksymyksiin ja -haasteisiin. Tavoitteena on myös edistää tuottajien ja koko elintarvikeketjun maaseutuvarallisuuden kestävää, taloudellista käyttöä ja hoitoa.

Vienninedistäminen on ruokasektorin kannattavuuden kannalta keskeinen asia. Kun maataloustuotteiden kannattavuuteen haetaan kestävää parannusta, kansainvälisillä markkinoilla on siinä merkittävä rooli. Vienti vaikuttaa kotimaan hinnanmuodostukseen suhteessa maailmanmarkkinahintaan. Puutteet markkinaosaamisessa ja markkinointiresursseissa rajoittavat etenkin lisäarvotuotteiden vientiä. Arvonlisän kasvattaminen vaatii laajapohjaista tavoitteellista työtä.

Elintarvikesektorilla tunnistettuja kehittämistarpeita ovat markkinaosaamisen ja toimintaympäristön ymmärtämisen lisääminen sekä kyky toimia volatiilissa markkinassa. Lisäksi viljelijöille neuvonta- ja tukipalveluita tuottavien henkilöiden markkinaosaaminen on puutteellista, eikä heillä ole riittävää kykyä tukea viljelijälähtöistä markkinavaikuttamista omalla alueellaan.

Viljelijöiden sitoutumista verkostojen toimintaan pitää vahvistaa. Verkostojen kehittämisen kannalta on tärkeää, että tuottajat ymmärtävät tuottajaorganisaation roolin tärkeänä osana viljelijälähtöistä markkinavaikuttamista, sitovien kauppasopimusten tarpeellisuuden, jäsenten aktiivisuuden oman organisaation toiminnassa ja rahoituksessa. Vauhdittamalla tuottajavetoisia verkostoja edesautetaan vientiponnisteluja.

Hankkeen viestinnän ja vuorovaikutustavoitteiden onnistumista seurataan erilaisilla mittareilla, joita ovat muun muassa tuotetun materiaalin määrä, sähköisen median kävijälaskurit, tilaisuuksien osallistujamäärät ja hankeviestinnän medianäkyvyys.

2. Toteuttamistapa, kohderyhmä ja aikataulu

Hankkeen keskeisiin tavoitteisiin pääseminen vaatii tehostettua yhteistyötä koko elintarvikeketjussa. Hankkeen toteutuksessa järjestetään yhteistilaisuuksia kaikille toimijoille. Hankkeen toteutus sisältää paljon viestintää. Viestinnässä huomioidaan hankkeen koko ruokaketjua läpileikkaavat toimenpiteet ja tavoitteet. Hankeviestintää on tärkeää toteuttaa kohderyhmäkohtaisesti, kuitenkin niin, että koko ketju pysyy ajan tasalla toimenpiteistä ja tuloksista.

Hanke toteutetaan eri työpakettien kokonaisuutena. Hankkeen työpakettien sisältö ja toteutus ovat alla kuvattuna tarkemmin.

2.1 Markkinakoulutus

- **Markkinakoulutus laajalle osallistujajoukolla** pääosin verkkokoulutuksena-
Tavoitteena vähintään 1500 osallistujaa hankekaudella. Tuotetaan markkinainformaatiota ja analyysijä, jotka tukevat uusien markkinoiden ja vientikanavien avaamista.
- **Syventävä markkinakoulutus** alueellisille markkinavaikuttamisen agenteille, johon liittyy markkinaehtoiseen maatalouteen perehdyttävä opintomatka. Tavoitteena koulutuksessa 15–20 osallistujaa.

2.2 Vientiin tähtäävien verkostojen tukeminen

- **Tuottajaorganisaatioiden ja verkostojen vauhdittaminen** toimijoita tukemalla ja valmentamalla sekä jäsenkuntaa aktivoivien tilaisuuksien organisointi.
- **Tuottajaorganisaatioiden, kaupan ja jalostavan teollisuuden yhteistyön** edistäminen ja toimintamallien rakentaminen sekä vientisopimustoiminnan kehittäminen → win - win asetelmien tuottaminen ruokaketjuun
- **Vientikysynnän kartoittaminen:** Järjestetään tuottajien ja asiakkaiden tapaamisia, jotta tiedetään asiakkaiden tarpeet ja voidaan pohjustaa vientiä.
- **Tuottajaorganisaatioiden ja vientiä tukevien verkostojen vetäjien verkostoituminen EU-alueella:** Tutustuminen toimiviin tuottajaorganisaatioihin käytännössä. Lisäksi osallistutaan vähintään yhteen kansainväliseen vientitapahtumaan.

2.3 Toiminnanhallintajärjestelmä tuottajaorganisaatioiden ja verkostojen käyttöön

- **Kartoitetaan olemassa olevia tietojärjestelmiä** verkostojen tuotevirran hallintaan, kuten jäsen- ja asiakashallintajärjestelmät ja varastokirjanpito. Lisäksi tullaan edistämään eri sektoreilla laatu- ja kestävyysjärjestelmien käyttöönottoa.

2.4 Markkinointi ja viestintä

- Sisältää hankkeen markkinoinnin ja viestinnän suunnittelun ja toteutuksen. Julkaistaan säännöllisesti uutiskirjemuodossa markkinaraportteja. Säännöllinen markkinaseuranta on tärkeä osa markkinaosaamisen kartuttamista ja ylläpitoa.

Hankkeen kohderyhmänä on koko elintarvikesektori: tuottajat, ostajat, jalostajat, panostuottajat ja neuvonta. Hanke hyödyttää myös sidosryhmiä, kuten hallintoa, tutkimuslaitoksia ja mediaa.

Toimenpiteet ajoittuvat aikavälille 1.1.2025-30.8.2027.

3. Tulosten julkaisu- ja hyödyntämissuunnitelma

Hankkeen viestintäkanavia ovat hankkeen kotisivut, sosiaalinen media, seminaarit ja webinaarit, sidosryhmä- ja tuottajatapahtumat, media ja mahdolliset hankeviestintään soveltuvat muut vierailut. Hankkeen tuottama materiaali julkaistaan hankkeen kotisivuilla sekä hankekumppaneiden viestikanavissa. Hankkeessa tehtyjä materiaaleja voidaan hyödyntää

sellaisenaan tuottaja- ja sidosryhmätilaisuuksissa. Osa hyödyistä on kokemuksia, joita on mahdollista hyödyntää tulevien tapahtumien yhteydessä.