



VILLIRUOAN UUDET MAHDOLLISUUDET



Loppuraportti

Hankenumero 89140

15.8.2019-31.8.2020

Sisällysluettelo

1. Hankkeen perustiedot	3
2. Yhteenveto hankkeesta	3
3. Hankkeen lähtökohta, tavoitteet ja kohderyhmä	4
3.1 Hankkeen lähtökohta ja tarpeet	4
3.2 Hankkeen tavoitteet	5
3.1 Hankkeen kohderyhmä ja muut hyödynsaajat	6
4. Hankkeen toteutus	6
4.1 Toimenpiteet ja tapahtumat	6
4.2 Aikataulu	8
4.3 Organisaatio ja ohjausryhmä	8
4.4 Kustannukset ja rahoitus	9
4.5 Raportointi ja seuranta	10
4.6 Toteutusoletukset ja riskit	10
5. Tulokset ja vaikutukset, Linkit: materiaalit ja työpajat	10
6. Allekirjoitukset ja päiväys	12



1. Hankkeen perustiedot

Hankkeen nimi ja tunnus:	Villiruoan uudet mahdollisuudet (Vilma), hankenumero 89140
Vastuuviranomainen:	Pohjois-Pohjanmaan ELY -keskus
Ohjelma:	Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelma 2014 - 2020
Hankkeen toteutusalue:	Kuusamo, Taivalkoski, Pudasjärvi
Hankkeen toteutusaika:	15.8.2019 – 31.8.2020
Hankkeen toteuttaja:	Koillis-Suomen kehittämissyhtiö Naturpolis Oy
Hankkeen osatoteuttaja:	Pudasjärven Kehitys Oy
Hankkeen vastuuhenkilön nimi:	Jari Hentilä
Sähköpostiosoite:	jari.hentila@naturpolis.fi
Puhelinnumero:	0400 393 797
Hankkeen projektipäällikkö:	Kaisa Soppela
Sähköpostiosoite:	kaisa.soppela@naturpolis.fi
Puhelinnumero:	040 830 7347

2. Yhteenveto hankkeesta

Koillismaalla on suuri kaupallinen resurssi käytössään pohjoiseen ympäristöön sopeutuneessa elintarviketuotannossa ja luonnonkeruutuotteissa. Alueen vilkas matkailu tuo vientiin verrattavia myyntimahdollisuuksia alueen yrityksille, ja pohjoiseen eksotiikkaan ja puhtaaseen luontoon perustuvat tuotteet kiinnostavat kansainvälisiä asiakkaita. Koillismaan elintarvikeyrityksillä oli halu tarttua näihin mahdollisuuksiin, ja kasvattaa matkailijoille suuntautuvaa myyntiä ja kytkeytyä mukaan kansallisiin vienninedistämistoimiin.



Villiruuoan uudet mahdollisuudet (Vilma) -hankkeen tavoitteena oli kartoittaa kasvumahdollisuuksia Koillismaahan mikro- ja pk-elintarvikeyritysten tuotteille ja rakentaa arvoketjuja Koillismaalta kotimaan ja kansainvälisille markkinoille. Hanke oli seuraava askel elintarvikealan pitkäjänteisessä kehittämistyössä Koillismaalla.

Hankesuunnitelmassa asetettujen tavoitteiden saavuttamiseksi hankkeessa toteutettiin muun muassa kotimaan myyntikanavaselvitys, kuluttajatutkimukset Ranskaan ja Japaniin sekä alueen sisäisten ja ylimaakunnallisten yhteistyömahdollisuuksien kartoitus. Hankkeen toimintaa suunnattiin vahvasti yritysten tarpeiden mukaan. Yritysten toiveesta hankkeessa tehtiin myös selvitys ekologisesta pakkaamisesta ja tarjottiin koulutusta tuotekehitysprosessin hallintaan. Toimenpiteet toteutettiin hankkeen projektipäällikön, asiantuntija-palveluiden tuottajan ja yritysten tiiviinä yhteistyönä. Hankkeeseen osallistui 22 elintarvikeyritystä ja 22 matkailu-, majoitus-, hyvinvointi- ja ravintola-alan yritystä Koillismaalta.

3. Hankkeen lähtökohta, tavoitteet ja kohderyhmä

3.1 Hankkeen lähtökohta ja tarpeet

Villiruuoan uudet mahdollisuudet -hanke on jatkoa pitkäjänteiselle elintarvikealan kehittämistoiminnalle Koillismaalla. Aiemmalla toiminnalla on kehitetty muun muassa osaamista, raaka-aineiden saatavuutta, yritysten yhteistoimintaa ja yhteistyötä matkailualan kanssa. Kansainvälistyminen on seuraava tarpeellinen askel toimialan kasvun- ja kehittymisen edistämiseksi.

Vienti on tärkeimpiä elintarvikealan kasvusuuntia tulevaisuudessa, ja sitä edistetäänkin monin toimin valtakunnallisesti. Myös Pohjois-Suomeen suuntautuva matkailu tarjoaa vientiin verrattavia tuotteiden myyntimahdollisuuksia hankealueen yrityksille. Koillismaahan elintarvikeyrityksillä on halu kasvattaa matkailijoille suuntautuvaa myyntiä ja kytkeytyä mukaan kansallisiin vienninedistämistöimiin. Koillismaahan elintarviketuotanto nojaa alueen vahvuuksiin; puhtaaseen ympäristöön, luonnon raaka-aineisiin ja pohjoiseen eksotiikkaan. Nämä kaikki luovat mahdollisuuksia menestystuotteiden kehittämiseen matkailijoille ja ulkomaan markkinoille.

Villiruuoan uudet mahdollisuudet -hanke tarjoaa yrityksille sitä osaamista, jota ne tällä hetkellä tarvitsevat. Tarvitaan uusien liiketoimintamahdollisuuksien kartoittamista ja yritysten osaamisen lisäämistä. Reitti turistien luo ja ulkomaan markkinoille muodostuu arvoketjujen kautta. Arvoketjuja halutaan rakentaa alueen toimijoiden kesken ja ylimaakunnallisesti ja näin luoda liiketoiminnan kehittämisen edellytyksiä toimialalle.

Kuusamon ja Taivalkosken alueen yrityksillä on käytössään Wildfood Kuusamo Lapland- ja Wildfood Taivalkoski -brändit, joiden perustalle voidaan suoraan rakentaa myynnin arvoketjuja ja tehdä tuotteiden markkinointia. Villiruoka on monikäyttöinen määritelmä, joka korostaa alueen ruokatuotteiden omaleimaisuutta. Wild Food Kuusamo Lapland sekä Wild Food Taivalkoski ovat brändejä, joiden tarinaa voidaan lähteä tekemään tunnetuksi ja kaupallistamaan. Pudasjärven osalta omaa brändiä ja sen tarvetta parhailaan pohditaan, ja hankkeen avulla mahdolliseen brändin luomiseen ja kehitykseen saadaan lisätietoa ja tukea.



3.2 Hankkeen tavoitteet

Ylemmän tason tavoitteet

Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelmassa alatoimenpiteen 16.3 tavoitteena on maaseudunpienien yritysten yhteistyön tukeminen. Vilma-hankkeen tavoitteena oli lisätä maaseudun elinvoimaa vahvistamalla paikallista toimintaa sekä mahdollisuuksia toiminnan monipuolistamiseen yritysten verkostoitumista tuemalla. Lisäksi hankkeessa tavoiteltiin liiketoiminnallisen ja erityisesti kysyntälähtöisen osaamisen kehittämistä yrityksissä, levitettiin tietoa ja luotiin valmiuksia uudistaa ja kehittää toimintaa.

Pohjois-Pohjanmaan alueellisen maaseudun kehittämissuunnitelman tavoitteiden mukaisesti hankkeessa keskityttiin maaseudun uusien verkostojen yhteistyön edistämiseen ja innovaatioiden käyttöönottoon yritysten kannattavuuden ja kilpailukyvyn parantamiseksi, uuden yritystoiminnan luomiseksi ja yrittäjyyden esteiden poistamiseksi. Hankkeen tavoitteena oli yritysten toimintaedellytysten ja kilpailukyvyn turvaaminen ja kehittäminen. Hankkeessa tehtiin toimenpiteitä yritysten kannattavuuden lisäämiseksi, innovaatioiden kehittämiseksi, uuden yritystoiminnan käynnistämiseksi sekä elinkeinojen uudistumiseksi ja monipuolistumiseksi. Pohjois-Pohjanmaan alueellisen maaseudun kehittämisstrategian keskeisenä päämääränä on uusien verkostojen yhteistyön edistäminen sekä erityisesti taajamien ulkopuolisen yritystoiminnan kehittäminen. Yritysten menestymisen kannalta keskeiseksi nähdään toimitusprosessien ja -tapojen kehittäminen ja samoin rohkaistaan hyödyntämään alueellisen kulttuurin hyödyntämiseen tuotteissa. Arvoketjujen kehittäminen, alueiden välinen toiminta sekä paikallisten elintarvikebrändien kehittäminen hankkeessa kasvun mahdollistajina toteuttivat selkeästi maaseudun kehittämisohjelman tavoitteita.

Villiruuan uudet mahdollisuudet -hankkeen tavoitteena oli kytkeä Koillismaa meneillään oleviin, valtakunnallisiin elintarvikeviennin edistämistoimenpiteisiin, jotta alue ei jää alan kumuloituvan kansainvälistymisosaaamisen ulkopuolelle. Hanke tuki toteutuksellaan valtakunnallisen Food from Finland -kasvuohjelman ja Suomen elintarvikeviennin tavoitteiden saavuttamista kehittämällä elintarvikeyritysten kasvu- ja vientivalmiuksia ja luomalla arvoketjuja.

Hankkeen tavoitteet

Villiruuan uudet mahdollisuudet hankkeen tavoitteena oli lisätä Koillismaan elintarvikealan mikro- ja pk-yritysten kasvu- ja kansainvälistymisvalmiuksia ja -mahdollisuuksia. Tätä tavoiteltiin tunnistamalla uusia liiketoimintamahdollisuuksia ja tuottamalla tietoa siitä, millä koillismaalaisilla elintarvikkeilla on myyntipotentiaalia tuotteiden kysynnän, hinnan, tuotantokapasiteetin ja vientivalmiuden osalta.

Hankkeen aikana kartoitettiin alueen sisäisiä ja ylimaakunnallisia yhteistyömuotoja, jotka voivat tuoda lisää resursseja, avata uusia myyntikanavia, synnyttää uusia liikeideoita, tuotekehitysideoita, laajempia toimijaverkostoja ja tulevaisuuden vientimahdollisuuksia alueen yrityksille. Hankkeen tavoitteena oli myös edistää alueen villiruokabrändien käyttöönoton, kehittämisen ja kaupallistamisen mahdollisuuksia.



3.1 Hankkeen kohderyhmä ja muut hyödynsaajat

Villiruoan uudet mahdollisuudet -hankkeen pääasiallinen kohderyhmä ja hyödynsaajat olivat elintarvikealan mikro- ja pk-yritykset Koillismaan alueella (Kuusamo, Taivalkoski, Pudasjärvi). Hankkeen toiminnasta hyötyivät myös hankealueen matkailu- ja ravintola-alan toimijat. Muita hyödynsaajia olivat ylimaakunnalliset toimijat, jotka toimivat koillismaalaisten tuotteiden raaka-aineiden hankkijoina, keruutoiminnassa, jalostajina ja kaupallistajina. Ylimaakunnalliset toimijat pystyivät luomaan yhteistyösuhteita Koillismaan alueen yritysten kanssa.

4. Hankkeen toteutus

4.1 Toimenpiteet ja tapahtumat

Tiedottaminen

Tiedottaminen oli keskeinen osa aktivointihankkeen toteutusta ja siihen kiinnitettiin erityistä huomiota. Hankkeen käynnistymisestä, tavoitteista ja suunnitelluista toimenpiteistä tiedotettiin laajasti hyödyntäen toteuttajaorganisaatioiden ja yhteistyöverkostojen viestintäkanavia sekä paikallislehtiä. Projektipäällikkö tiedotti hankkeen käynnistymisestä suoraan myös hankkeen kohdeyrityksiä puhelinoitoin ja sähköpostein, ja tätä tiivistä yhteydenpitoa suoraan yrityksiin jatkettiin koko hankkeen ajan. Yritysten lisäksi hankkeen toiminnasta tiedotettiin aktiivisesti myös muille hanketoimijoille ja yhteistyöverkostoille sekä hankealueella että valtakunnallisesti.

Vilma-hankkeelle luotiin nettisivu Naturpolis Oy:n verkkosivujen alle, jonne koottiin hankkeen ajankohtaista tietoa ja tuotettua materiaalia. Hankkeelle perustettiin myös oma Facebook-ryhmä (VILMA-ryhmä), jota käytettiin viestintään ja hankkeeseen liittyvään keskusteluun. Hankkeen tilaisuuksista tehtiin soveltuvilta osin tallenteet, ja ne koottiin vapaasti nähtäville Naturpolis Oy:n YouTube-kanavalle.

Ohjausryhmän toiveesta hankkeesta ja sen aikana tuotetusta materiaalista tiedotettiin vielä laajasti hankkeen loppupuolelle, jotta laadukas materiaali päätyisi hyödyttämään mahdollisimman monia yrityksiä myös Koillismaan ulkopuolella.

Asiantuntijapalveluiden hankinta

Villiruoan uudet mahdollisuudet -hankkeelle asetettujen tavoitteiden ja niiden saavuttamiseksi suunniteltujen toimenpiteiden laajuuden vuoksi ostopalveluna hankittavat asiantuntijapalvelut olivat hankkeessa isossa roolissa. Asiantuntijapalveluiden kilpailutus ja valinta olivatkin hankkeen ensimmäisiä toimenpiteitä. Kilpailutuksen voitti Fennopromo Oy, joka vastasi koko hankkeen ajan asiantuntijapalveluiden toteutuksesta alihankkijoidensa kanssa.



Kick-off-tilaisuudet

Syksyllä 2019 hankkeen kohderyhmän yrityksiä aktivoitiin mukaan hankkeen toimenpiteisiin järjestämällä kick-off-tilaisuudet Pudasjärvellä ja Kuusamossa. Tilaisuuksissa esiteltiin hanketta ja sen tulevia toimenpiteitä yrityksille. Tilaisuuksiin kutsuttiin alueen elintarvikeyritysten lisäksi myös matkailu- ja ravintola-alan yrityksiä ajatuksena vahvistaa näiden toimialojen keskinäistä verkostoitumista. Molemmissa tilaisuuksissa elintarvikeyrityksillä oli mahdollisuus esitellä ja maistattaa tuotteitaan ostajayrityksille. Kuusamon tilaisuus järjestettiin yhteistyössä Ruokeva-hankkeen kanssa, ja siihen oli kutsuttu myös kunnan ruokapalveluiden edustajia. Myös Taivalkoskelle suunniteltiin omaa tilaisuutta, mutta se jouduttiin perumaan, koska ilmoittautumisia ei tullut.

Toimenpiteet ja työpajat

Villiruoan uudet mahdollisuudet -hankkeen toimenpiteet oli suunniteltu yrityksille suunnatuksi Kasvu-työpajojen sarjaksi. Ensimmäinen työpaja Kasvun suunta järjestettiin marraskuussa 2019 Kuusamossa. Sen tavoitteena oli kuulla yrittäjiä ja heidän toiveitaan hankkeelle, ja näin kerätä tietoa toimenpiteiden suuntaamiseksi yritysten tarpeita vastaaviksi. Hankkeen asiantuntijatiimi kokosi työpajassa esiin nousseiden tarpeiden pohjalta palvelupaketteja, joista yritykset saivat myöhemmin äänestää neljä eniten toivomaansa toteutettaviksi. Äänestystuloksen perusteella suunniteltiin ja toteutettiin kevään 2020 Kasvu-työpajojen sarja.

Toimenpiteet suunniteltiin niin, että seuraava vaihe sai aina syötteitä edellisestä. Ensimmäisenä toivotuista toimenpiteistä toteutettiin kotimaan myyntikanavaselvitys, joka keskittyi alueen matkailukohteisiin, ja kuluttajatutkimukset Ranskaan ja Japaniin. Näiden tavoitteena oli selvittää Koillismaanalueen elintarvikkeiden kysyntää kotimaan ja kansainvälisillä markkinoilla sekä kerätä lisää tietoa tuotekehityksen tueksi. Tulokset purettiin yritysten kanssa Teams-etäyhteydellä toteutetussa Kasvun mahdollisuudet -työpajassa maaliskuussa 2020.

Huhtikuussa 2020 järjestettiin kaksipäiväinen Menetyks tuotteiden kehittäminen -työpaja, jossa alueen sen hetkistä tuotetarjontaa peilattiin edellisen vaiheen tutkimustuloksiin. Työpajan vetänyt Foodwest Oy koulutti yrityksiä tuotekehitysprosessin hallintaan ja avasi kuluttajaymmärryksen merkitystä onnistuneessa tuotekehityksessä. Yritykset saivat työpajassa halutessaan myös asiantuntijapalautetta omiin tuotekehitysideoihinsa kotimaan ja vientimarkkinoiden näkökulmasta.

Seuraavassa työpajakokonaisuudessa tarkasteltiin brändin merkitystä myynninedistämisen työkaluna. Brändin rakentamista käytiin läpi sekä yritysten oman brändin että yhteisbrändien kautta. Yhtenä case-esimerkkinä työpajassa käsiteltiin alueellisia Wild Food Kuusamo Lapland- ja Wild Food Taivalkoski -brändejä. Työpajassa pohdittiin myös villiruoan brändäämisen mahdollisuutta valtakunnallisesti, ja kuultiin sekä Visit Finland- että Food from Finland vientiohjelmien asiantuntijoiden näkemyksiä alueellisten yhteisbrändien tarjoamista mahdollisuuksista vienninedistämässä.



Työpajojen sarjan päätti kesäkuussa 2020 järjestetty Kasvun verkostot -työpaja. Työpajan tarkoituksena oli esitellä Koillismaan elintarvikeyrityksille joukko potentiaalisia yhteistyökumppaneita ja kirkastaa arvoverkon merkitystä liiketoiminnan kasvulle ja kehitykselle. Työpajassa käytiin läpi myös yritysten toivoma Villiruoan ekologinen pakkaaminen -raportti. Pohjatyönä työpajaa varten tehtiin kartoitus Koillismaan elintarvikeyritysten yhteistyötarpeista, joihin sitten vastauksina kutsuttiin mahdollisia yhteistyötahoja esittäytymään työpajaan. Työpajassa esiteltyjen mahdollisten yhteistyökumppaneiden lisäksi yrityksille koottiin hankkeessa mukana olleiden asiantuntijayritysten omista verkostoista lista kontakteja, joista yritykset voisivat löytää itselleen tarvettaan vastaavia kumppaneita esimerkiksi logistiikkaan, rahtivalmistukseen, markkinointiin ja vientiin.

Materiaalipankki

Vilma-hankkeessa tuotettu materiaali koottiin [hankkeen verkkosivulle](#) ja [Naturpoliksen YouTube-kanavalle](#) yritysten hyödynnettäväksi myös jatkossa. Hankkeen aikana tallennettiin ja julkaistiin 26 asiantuntijapuheenvuoroa liittyen muun muassa kotimaan ja viennin myyntimahdollisuuksiin, tuotekehitykseen, brändäämiseen, pakkaamiseen, vientivalmiuksiin ja yhteistyömahdollisuuksiin. Hankkeen aikana tehtiin kotimaan myyntikanavaselvitys, kuluttajatutkimukset Ranskaan ja Japaniin, selvitys ekologisesta pakkaamisesta sekä yhteistyöverkostokartoitus, joiden kaikkien raportit julkaistiin hankkeen verkkosivulla.

4.2 Aikataulu

Villiruoan uudet mahdollisuudet -hanke toteutettiin suunnitelman mukaisesti ajalla 15.8.2019 – 31.8.2020. Hankesuunnitelmaan kirjatut toimenpiteet saatiin päätökseen kesäkuun lopussa 2020, jonka jälkeen keskityttiin tiedottamaan hankkeen tuloksista ja tuotetusta materiaalista.

Alkukevästä 2020 harkittiin jatkoajan hakemista hankkeelle koronapandemiaan liittyvien kokoontumis- ja matkustusrajoitteiden tultua voimaan. Hankkeen toimenpiteet oli suunniteltu vietäväksi läpi työpajojen avulla hankkeen asiantuntijatiimin ja yritysten tiiviinä yhteistyönä, ja kokoontumisrajoitusten ajateltiin ensin tekevän tämän valitun toimintavan mahdottomaksi. Rahoittajan kannustuksesta päätettiin kuitenkin kokeilla yhden työpajan läpivientiä etäyhteydellä, ja lopullinen päätös tehtäisiin vasta yrittäjiltä saadun palautteen perusteella. Yrittäjät kokivat työskentelytavan toimivaksi, jopa tehokkaaksi, joten ajatuksesta hakea hankkeelle jatkoaikaa luovuttiin. Hanke koettiin myös merkityksellisenä tukena yrityksille haastavassa tilanteessa.

4.3 Organisaatio ja ohjausryhmä

Hanketta hallinnoi Koillis-Suomen kehittämissyhtiö Naturpolis Oy ja osatoteuttajana hankkeessa toimi Pudasjärven Kehitys Oy. Hankkeen toteutuksesta vastasi projektipäällikkö Kaisa Soppela ja projektisihteerinä toimi Berit Lahtela.



Ohjausryhmä

Vilma-hankkeen ohjausryhmä koostui seuraavista organisaatioiden jäsenistä ja varajäsenistä:

Jarmo Oksman	Kuusamon Juusto Oy
Esko Koivula (varalla Toni Veteläinen)	Polar Nutrition Ay
Birgitta Partanen (varalla Elina Nihtilä)	Arktiset Aromit Ry
Anni-Inkeri Törmänen	LAromit Oy
Sari Turtiainen	Pudasjärven Kehitys Oy
Kirsi Kuosku (varalla Anna Saarela)	Naturpolis Oy

Asiantuntijajäseninä toimivat:

Kaisa Soppela, projektipäällikkö	Naturpolis Oy
Berit Lahtela, projektisihteeri	Naturpolis Oy

Rahoittajan edustaja:

Kukka Kukkonen	Pohjois-Pohjanmaan ELY-keskus
----------------	-------------------------------

4.4 Kustannukset ja rahoitus

Taulukossa 1 nähdään hankkeen hyväksytty rahoitussuunnitelma. Hanke toteutettiin julkisella rahoituksella. Tukipäätöksessä hyväksytty budjetti oli taulukossa 1 näkyvä 209 069,44€.

Taulukko 1. Hankkeen rahoitussuunnitelma

Rahoituslaji	Hyväksytty rahoitus
EU	87 809,16 €
Valtio	110 806,80 €
Kunnat	10 453,48 €
Yhteensä	209 069,44 €

Taulukossa 2 nähdään tukipäätöksessä hyväksytty hankkeen kustannusarvio sekä toteutuneet kustannukset hankkeen päättyessä.

Taulukko 2. Tukipäätöksen kustannusarvio ja hankkeen toteutuneet kustannukset

Kustannuslaji	Tukipäätöksen kustannusarvio	Toteuma	Budjetin ylijäämä
Palkat	50 056,00 €	49 361,55 €	694,45 €
Ostopalvelut	147 000,00 €	136 411,26 €	10 588,74€
Flat Rate 24%	12 013,44 €	11 512,13 €	501,31 €
Yhteensä	209 069,44 €	197 284,94 €	11 784,5 €



4.5 Raportointi ja seuranta

Hanketta toteutettiin hankesuunnitelman mukaisesti projektipäällikön, projektsihteerin, asiantuntijapalveluiden tuottajan ja yritysten yhteistyönä. Hankkeen ohjausryhmä seurasi ja ohjasi toteutusta. Ohjausryhmän kokouksissa käytiin läpi hankkeen taloutta, toimenpiteiden etenemistä sekä mahdollisia muutostarpeita toteutuksessa.

Ohjausryhmänkokouksista pidettiin pöytäkirjaa, jotka ohjausryhmän puheenjohtaja ja ohjausryhmän sihteerinä toiminut hankkeen projektipäällikkö allekirjoittivat. Kokouksia järjestettiin neljä, joista viimeinen oli sähköpostikokous. Ohjausryhmän lisäksi hankkeen tuloksista raportoitiin Seudulliselle kehittämisyöryhmälle.

Hankkeen seurantatiedot tallennettiin sähköiseen Hyrrä-asiointipalveluun tammikuussa 2019, 1. maksatushakemuksen yhteydessä kesäkuussa 2020 ja hankkeen päättyessä.

4.6 Toteutusolelut ja riskit

Hankkeen suunnitteluvaiheessa toteutukseen liittyväksi riskiksi oli arvioitu, että yritykset eivät välttämättä sitoutuisi hankkeeseen. Yritysten sitoutumisen varmistamiseksi hanke suunniteltiin yritykset prosessiin osallistaen ja vastaamaan heiltä kartoitettuihin tarpeisiin.

Villiruoan uudet mahdollisuudet -hankkeen tavoitteiden ja toimenpiteiden laajuuden vuoksi asiantuntijoiden rooli oli hankkeessa keskeinen. Asiantuntijapalveluiden saatavuuteen liittyvän riskin minimoimiseksi tarvittavan erikoisosaamisen saatavuutta elintarvikealalla selvitettiin ennakkoon.

Vilma-hanke oli aktivointihanke, jonka yksi keskeinen tavoite oli toimia pohjana jatkokehitystoimille kuten yritysryhmähankkeille. Yhdeksi hankkeen riskiksi oli arvioitu, ettei yritysryhmähanketta saada sen jälkeen käynnistettyä. Riskin vähentämiseksi ja yritysten rohkaisemiseksi tehtiin Vilma-hankkeen aikana pohjustavaa työtä ja välitettiin tietoa ja avattiin kanavia valmiiksi, jotta yritysten olisi helpompi lisääntyneen tiedon myötä uskaltaa ottaa seuraava askel kehittämisessä.

5. Tulokset ja vaikutukset

Hankeelle asetetut tavoitteet saavutettiin.

Yrityksille tuotettiin ja välitettiin tietoa Koillismaan elintarviketuotteiden kysynnästä kotimaan ja vientimarkkinoilla sekä tunnistettiin uusia liiketoimintamahdollisuuksia. Yritysten osaamista vahvistettiin vientivalmiuksien, tuotekehityksen, pakkaamisen ja brändäämisen osalta. Yrityksille esiteltiin hankkeen toimenpiteiden aikana laaja joukko asiantuntijoita ja potentiaalisia yhteistyökumppaneita, jotka ovat kiinnostuneita yhteistyöstä alueen yritysten kanssa.



Tiedon ja osaamisen lisääntyminen toi yrityksille uskallusta ja varmuutta edetä yritystoimintansa kehittämisessä. Myös yritysten kynnys asiantuntijapalveluiden käyttöön madaltui hankkeen aikana. Hankkeen palautekyselyn perusteella yrityksissä on hankkeen vaikutuksesta käynnistynyt prosesseja uusien tuotteiden ja menetelmien kehittämiseksi. Yritykset kertoivat myös löytäneensä uusia yhteistyökumppaneita hankkeen kautta ja kokivat verkostonsa laajentuneen. Yritykset olivat myös tyytyväisiä hankkeessa tuotettuun materiaaliin ja uskoivat hyödyntävänsä sitä myös jatkossa.

"Uusia tuotteita on tulossa, samoin olemme saaneet puhtia lähteä tekemään uusia juttuja!"

"Hanke on esitellyt luotettavia yhteistyökumppaneita kiinnostavista vientimaista."

"Olen saanut yritys kohtaista tuotekehitystukea hankkeen asiantuntijaorganisaatioista."

"On tullut uskallusta lähteä tekemään uusia juttuja ja tuotteita, kun on enemmän tietoa, mistä voi kysyä ja saada tekemiseen apua.

Wild Food Kuusamo Lapland- ja Wild Food Taivalkoski -brändin nykytilaa käsiteltiin osana hankkeen brändityöpajakokonaisuutta. Tällä saatiin aktivoitua sekä brändin johtoryhmää, käyttäjiä, potentiaalisia käyttäjiä että yhteistyöstä kiinnostuneita tahoja. Visit Finland otti brändin verkkosivut linkkinä mukaan yhteen verkkoartikkeliinsa.

Jatkokehitystoimet

Villiruoan uudet mahdollisuudet -hankkeesta lähti liikkeelle useita jatkokehitystoimia, mikä oli yksi aktivointihankkeen keskeisiä tavoitteita. Joukko hankkeeseen osallistuneita yrityksiä lähti jo hankkeen aikana suunnittelemaan yritysryhmähanketta vastaamaan yhteisiin vienninkehittämistarpeisiin. Wild Food Kuusamo Lapland ja Wild Food Taivalkoski -hankkeiden johtoryhmä aktivoitui hankkeen aikana hakemaan rahoitusta brändin edelleen kehittämiseen. He saivat hakemukseensa myönteisen päätöksen ja brändin päivitysprosessi lähti käyntiin jo Vilma-hankkeen aikana.

Hankkeessa tehty tiivis yhteistyö yritysten kanssa kerrytti paljon tietoa yritysten osaamistarpeista, joihin Naturpolis Oy lähti Seudullisen kehittämisrahaston tuella vastaamaan jo Vilma-hankkeen ollessa käynnissä. Koillismaan elintarvikeyrityksille järjestettiin räätälöidyt webinaarikoulutukset liittyen verkkokauppaan ja some- ja vaikuttajamarkkinointiin. Toimialan tukemiseksi suunniteltiin myös Koillismaan elintarviketuottajien ja asiakkaiden kaupallisen yhteistyön kehittämisen toimenpidekokonaisuus, sekä tuotekehitysklinikoita tukemaan Vilma-hankkeen aikana käynnistyneitä tuotekehitysprosesseja.



Linkit:

Materiaalipankki

<https://naturpolis.fi/index.php?CID=450>

Työpajat:

https://www.youtube.com/results?search_query=naturpolis

6. Allekirjoitukset ja päiväys

31.8.2020

Kaisa Soppela

Projektipäällikkö

