



LOPPURAPORTTI



REGION FOOD

1. HANKKEEN YHTEYSTIEDOT	3
2. HANKKEEN HALLINNOIJA	3
3. HANKEORGANISAATIO	4
4. HANKKEEN TAUSTAA	4
5. HANKKEEN AIKATAULU	5
6. HANKEPÄÄTÖKSEN MUKAINEN KOKONAISRAHOITUS.....	5
7. HANKKEEN TAVOITTEET	5
8. HANKKEEN TOIMINTAA	6
Toiminnalliset tavoitteet	6
Hankkeen määrälliset tavoitteet.....	6
8.1. Elintarvikeforumin toiminta.....	6
8.2. Elintarviketuotannon tunnettuuden lisääminen.....	7
8.3. Kansainvälinen toiminta.....	9
8.4. Yritysten kehittäminen	11
8.5. Asiantuntijapoolin kehittäminen	12
8.6. PD (PERSONAL DEVELOPEMENT) –koulutuskokonaisuuden luominen.....	12
8.7. Paikallinen elintarvikelahjatuotanto.....	12
8.8. Alihankinta-/sopimusvalmistustoiminta	12
9. YHTEENVETO HANKKEEN TAVOITTEIDEN TOTEUTUMISESTA.....	13
10. TOTEUTUNEET KUSTANNUKSET	13
11. JOHTOPÄÄTÖKSET JA TOIMINNAN ARVIOINTI.....	14
12. OHJAUSRYHMÄN LAUSUNTO	15
13. TÄRKEIMMÄT YHTEISTYÖKUMPPANIT	15
14. KIITOKSET	15



1. HANKKEEN YHTEYSTIEDOT

Hankkeen nimi	Region Food
Hankkeen toteutusaika	01.07.2003 – 28.02.2006
Hankkeen hallinnoija	Ouluseutu Yrityspalvelut, PL 22, 90015 Oulun kaupunki
Hankkeen numero	4731
Hankkeen diaari n:o	4135/3514-2001
Hankkeen raportioijat	Heikki Åkerlund
Lisätietoja antaa	Piia Kiuru, puh. 044 - 703 1395, piia.kiuru@ouka.fi

Hanke on rahoitettu Euroopan maaseudun ohjaus- ja tukirahastosta (EMOTR) Pohjois-Pohjanmaan työvoima- ja elinkeinokeskuksen maaseutuosaston kautta.

2. HANKKEEN HALLINNOIJA

Hankkeen hallinnoijana on toiminut Ouluseutu Yrityspalvelut, joka vastaa Oulun seutukunnan yritysneuvonnasta ja yrittäjille suunnatuista palveluista. Ouluseutu Yrityspalvelut on aloittanut toimintansa v. 2000 ja sen palveluksessa on hankehenkilöstö mukaan lukien n. 32 henkilöä. Yrityspalveluiden vuosibudjetti on n. 1,8 milj. euroa + hanketoiminnan mukanaan tuoma rahoitus, joka on ollut samaa luokkaa kuin perusrahoituskin. Hanketoimintaa on helpottanut merkittävästi se, että kuntarahoitus on voitu hakea ja maksaa samasta paikasta.

Ouluseutu Yrityspalveluissa on eri toimialoista vastaavia elinkeinoasiamiehiä ja yritysneuvoja. Näin saadaan hanketoiminnan ja elinkeinoasiamiesten välille tehokas vuorovaikutus, josta hyötyvät myöskin yrittäjät. Yrityspalveluissa sijaitsee myös seudullinen palvelupiste, jossa on viikoittain mm. työvoimahallinnon ja verotoimiston edustajat paikalla tarjoamassa palveluitaan yrittäjille.

3. HANKEORGANISAATIO

Hankkeen ohjausryhmän kokoonpano

Heikki Aalto	johtaja	Ouluseutu Yrityspalvelut, ohj. ryhmän pj.
Toivo Korkala	maaseutuyrittäjä	Tyrnävä, jäsen x)tilalle
Jaakko Luttu	maaseutuyrittäjä	Kempele, jäsen
Ilkka Lantto	yritysedustaja	Oulu, jäsen
Jorma Orvola	yritysedustaja	Oulu, jäsen
Ulla Lehtinen	Oulun yliopisto	Oulu, asiantuntijajäsen
Päivi Vitikka	elintarviketyöohjelma	Oulu, jäsen
Tiina Lämsä	vs. ylitarkastaja	TE-keskus, maaseutuosasto, jäsen
x)Seppo Helanen	maaseutuyrittäjä	Oulunsalo, jäsen

Hankehenkilöstö

Heikki Åkerlund, projektipäällikkö

- yrittäjäyhteydet, opinto- ja messumatka
- kokonaisvastuu projektista

Piia Kiuru, projektisihteeri

- hankkeen hallinnointi, talousasiat

4. HANKKEEN TAUSTAA

Ouluseutu Yrityspalvelut teetti v. 2001 useita toimialaselvityksiä, joissa kartoitettiin perinteisiä toimialoja kuten elintarvikeala. Elintarvikealan selvitys ei sisällä perusmaataloutta. Kerätty tieto perustuu yrittäjä-, rahoittaja- ja asiantuntijahaastatteluihin. Selvitys osoittautui melko haasteelliseksi, koska pienimuotoista elintarvikejalostusta harjoitetaan usein maatalouden liitännäiselinkeinona eikä sitä näy tilastokeskuksen toimipaikkarekisterissä. Elintarvikealalla toimii myös paljon yrittäjiä, jotka liiketoiminnan pienimuotoisuuden johdosta eivät näy tilastoissa.

Elintarviketeollisuuteen Ouluseudulla kuuluu mm: maito ja maidonjalostus, peruna ja perunanjalostus, leipomoteollisuus, liha ja lihanjalostus, marjat ja marjanjalostus sekä kalanjalostus. Toimiala on ollut 90-luvulla laskeva ala, liikevaihto on pienentynyt 160 M€:sta n. 120 M€:een vuosina 1994 – 1999. Tyypillistä toimialalle on isompien yritysten vähäinen määrä, kun taas mikroyrityksiä ja sivutoimisia yrittäjiä alalla on huomattava määrä. Selvityksen mukaan alalla toimi 192 elintarvikealan yritystä, jotka työllistivät 961 henkilöä henkilötyövuosina mitattuna. Muutamien suurempien yritysten keskittämisen- ja rationalisointitoimenpiteet ovat merkinneet myös vähenemistä työntekijämäärässä.

Toimialaselvityksen loppuyhteenvetona tehtiin ehdotukset elintarvikealan kehittämistoimenpiteiksi. Kehittämistoimenpiteiden eteenpäinviemiseksi aloitettiin Yrityspalvelukeskuksessa selvittää mahdollisuuksia saada rahoitusta TE-keskuksen maaseutuosastolta. Kehittämishjelma hankkeistettiin ja hanke sai myönteisen rahoituspäätöksen 14.8.2003 EMOTR – osarahoitteisena EU – hankkeena. Projektipäällikkönä aloitti 29.9.2003 Heikki Åkerlund ja puolipäiväisenä projektisihteerinä 8.3.2004 Piia Kiuru.

5. HANKKEEN AIKATAULU

Alkuperäisen rahoituspäätöksen mukaisesti hankeaika oli 1.7.2003 – 30.6.2006, mutta rahoituspäätös saatiin vasta 14.8.2003 ja projektipäällikkö aloitti työnsä 29.9.2003. Tämän takia v. 2003 ei ehtinyt kertyä kustannuksiakaan hankesuunnitelman mukaisesti. Säästyneet kustannukset siirtyivät haetulla ja saadulla muutospäätöksellä jäljellä olevalle hankeajalle, joten mitään menetyksiä ei sen takia hankkeelle aiheutunut. Kululuokkamuuoksia ja yksityisrahoituskertymää lukuun ottamatta hanke on edennyt aikataulussa rahoituksellisesti ja myös toiminnallisesti pääosiltaan. Yksityisrahoitus kertyi alkuvaiheessa jälkijunassa syntyneisiin kustannuksiin ja suunnitelmiin nähden johtuen siitä, että hanke käynnistyi muutaman kuukauden myöhässä ja varsinaisiin toimenpiteisiin päästiin alkuvuonna 2004. Yksityisrahoituskertymä saatiin kuitenkin ajan tasalle ja vastamaan syntyneitä kustannuksia vuosien 2005 ja 2006 vaihteeseen mennessä.

6. HANKEPÄÄTÖKSEN MUKAINEN KOKONAISRAHOITUS

Rahoitus	Prosenttia	Euroa
Julkinen rahoitus	90,00	344 000
josta EU	30,00	116 100
josta valtio	58,89	227 900
josta kunta	11,11	43 000
Yksityinen rahoitus	10,00	43 000
Yhteensä	100,00	430 000

7. HANKKEEN TAVOITTEET

Hankkeen tavoitteena on lisätä elintarvikealan pienyrittäjyyttä Ouluseudulla parantamalla alueella jalostettujen tuotteiden ja toimijoiden tunnettuutta, lisäämällä yrittäjien välistä yhteistyötä liiketoimintojen eri osa-alueilla sekä parantamalla yritysten kilpailukykyä. Hankkeen kohderyhmänä ovat Oulu-seudulla toimivat elintarvikejalostajat, maaseutuyritykset (jalostustoimintaa tekevät), ateriapalveluyritykset, matkailuyritykset ja julkiset laitokset.

8. HANKKEEN TOIMINTAA

Toiminnalliset tavoitteet

- Elintarvikeforum – toiminnan edesauttaminen ja toiminnan käynnistäminen/kehittäminen (yritysten edustajien keskusteluforum kehitystarpeista/verkostoitumismuoto).
- Elintarviketuotannon tunnettuuden lisääminen kuluttajille – Maittavuus kampanja (lähiruokatapahtumat, markkinapaikkojen luominen, matkailusektorin yritysten ja elintarvikeyritysten yhteistyön käynnistäminen).
- Kansainvälisen toiminnan ja kuljetusjärjestelmien kehittäminen (vientimahdollisuudet, yhteiset kuljetusreitit).
- Yritysten eri osa-alueiden valmiuksien kehittäminen (benchmarking muihin elintarvikeyrityksiin tuotteiden tuotantolinjojen ja prosessien kehittämiseksi), yrityshankkeiden valmistelu.
- Asiantuntijapoolin kehittäminen (klinikkatyyppisen asiantuntijapalveluverkoston luominen).
- Tuotekehitykseen, aistittavaan laatuun ja prosessien optimointiin suunnatun koulutuskokonaisuuden luominen (PD - koulutus).
- Paikallisen elintarvikelahjatuotannon käynnistäminen. Alihankinta/sopimusvalmistustoiminnan edesauttaminen.

Hankkeen määrälliset tavoitteet

• Uudet yritykset	6 kpl
• Uudet työpaikat	6 kpl
• Uudistetut työpaikat	7 kpl
• Koulutustilaisuuksia	12 kpl
• Seminaaripäiviä	3 kpl
• Yrityskohtaisia suunnittelukäyntejä	40 kpl
• Opintomatkoja	6 kpl
• Markkinointitoimenpiteitä	6 kpl

8.1. Elintarvikeforumin toiminta

Elintarvikeforum kokoontunut säännöllisesti 5 – 6 kertaa vuodessa pohtimaan elintarvikealan ajankohtaisia kysymyksiä, tehnyt yritysvierailuja alan yrityksiin (Hätälä Oy, Katri Antell Oy, Kotivara Oy, Bioforum) kartoittanut yritysten kehitystarpeita ja käsitellyt strategiakysymyksiä. Elintarvikeforumin jäsenet ovat osallistuneet useisiin seminaareihin kuten Oulunseudun elintarvikeala 2006, Elintarvikepäivät Helsingissä, Onko potusta brändiksi -seminaari Oulussa, Elintarvike-yritysten kehittämisseminaarit sekä PK-yritysten imago- ja menekinedistämisen-Workshop Oulussa. Elintarvikeforumissa on ollut mukana parikymmentä jäsentä ja se on kokoontunut kuusitoista kertaa. Kokouksissa on ollut läsnä kymmenkunta aktiivista osallistujaa.

Elintarvikeforum on edistänyt erityisesti yrittäjien keskinäistä ja myös yrittäjien ja alan muiden toimijoiden välistä verkostoitumista Ouluseudulla. Elintarvikeforumin puheenjohtajana on alusta saakka toiminut kauppaneuvos Ilkka Lantto Katri Antell Oy:stä.

Alkuvaiheessa muodostettiin pienempiä erikoistiimejä kuten leipomo-, liha-, vihannes-, markkinointi- ja vientitiimi, mutta toiminta tältä osin kuivui kokoon melko nopeasti yrittäjien vähäisestä määrästä ja kiinnostuksesta johtuen.

Elintarvikeforumin toiminnassa mukana olleita henkilöitä:

- Jorma Orvola, Kotivara Oy
- Päivi Vitikka, Oulunkaaren seutukunta
- Teijo Hilden, Oy Shaman Spirits Ltd.
- Heikki Åkerlund, Region Food -projekti, Ouluseutu Yrityspalvelut, pj.
- Piia Kiuru, Region Food –projekti, Ouluseutu Yrityspalvelut, siht.
- Ulla Lehtinen, Oulun yliopisto
- Kauko Ervasti, Art Food Design
- Jaakko Kuuluvainen, Ruokapohjola Oy
- Ilkka Lantto, Katri Antell Oy
- Seppo Helanen, Vihiluodon Kala Oy
- Riku Isohätälä, Hätälä Oy
- Eija Katvala, Kasvishovi Oy
- Marja-Leena Kallinen, Oulun Ateria
- Jaakko Luttu, Luttu Oy
- Maritta Perälä-Heape, Tekes
- Heikki Aalto, Ouluseutu Yrityspalvelut

8.2. Elintarviketuotannon tunnettuuden lisääminen

Kotimaan messut

Olennainen osa Region Food –projektin toimintaa on ollut paikallisten elintarvikejalostajien ja heidän tuotteidensa tunnetuksi tekeminen. Mikro- ja Pk-yrityksiä saatu mukaan toimintaan ja heidän tuotteitaan on esitelty, maistatettu ja myyty monenlaisissa tilaisuuksissa, tapahtumissa, seminaareissa, tiedotustilaisuuksissa ja messuilla niin paikallistasolla, valtakunnallisissa tapahtumissa kuin myös kansainvälisillä markkinoilla.

Oulun Suurmessuilla elokuussa 2004 esittelivät Oulunseudun elintarvikealan pienyritykset tuotteitaan muodostaen ulkoalueelle näyttävän markkinatorin. Messuille osallistuneet puolenkymmentä yritystä olivat erittäin tyytyväisiä markkinapaikan sijaintiin, messujen kävijämääriin sekä messujärjestelyihin. Syyskuussa Kauhajoen Ruokamessuille osallistui 3 yritystä Ouluseudulta ja lisäksi muutama elintarvikeforumin jäsen kävi etsimässä messuilta uusia ideoita tuotekehitykseen ja markkinointiin.

Marraskuun lopulla osallistuttiin 3-päiväisille Helsingin Ruokamessuille omana osastona viiden elintarvikealan pienyrityksen voimin. Leipomo-, juoma-, juusto-

sekä kalanjalostusalan yritykset maistattivat ja markkinoivat messuilla uutuustuotteitaan. Ensimmäisiä kokemuksia messuilta oli hakemassa mm. vastape-rustettu tervanmakuista Rili-virvoitusjuomaa valmistuttava ja markkinoiva oulu-lainen Rili Oy.

Helsingin Matkamessuilla tammikuussa 2005 Pohjois-Pohjanmaa esiintyi yh-teisosastona ja mukana oli matkailualan yritysten lisäksi elintarvike- ja käsi-työalan yrityksiä. Messuilta saatiin hyvää kokemusta, luotiin merkittäviä kontak-teja valtakunnan tasolla sekä saatiin julkisuutta uusille korkeatasoisille tuotteille.

ELMA-messuilla (ELÄVÄ MAASEUTU) Helsingissä marraskuun lopulla Pohjois-Pohjanmaa oli ns. kutsuvierasmaakuntana esillä yli 30 yrityksen voimin. Osasto oli rakennettu näyttäväksi Oulu 400 Aikamatka-rekvisiittaa hyödyntäen ja esiin-tyjänä oli mm. oululainen kokki ja lähiruuan puolestapuhuja Janne Pekkala. Region Food -projektissa mukana olevat yritykset loihtivat esittelypöydille hou-kuttelevia herkkuja kuten tervaloimulohta, tervalla maustettuja juomia, pottuvii-naa, poro- ja riistasäilykkeitä, tyrni- ja lakkahilloja, mehuja sekä leipomotuottei-ta. Viimeinen messuosallistuminen hankkeella oli 4-päiväinen Helsingin Mat-kamessut 2006 tammikuun lopulla. Matkailu- ja käsityöalan yritysten kanssa olivat esillä elintarvike-yritykset mm. Rili Oy, joka on tervajuomallaan päässyt pääkaupunkiseudun markkinoilla hyvään vauhtiin.

Lähiruokatapahtumat

Lähiruuan maistatus- ja markkinointitapahtumia to-teutettiin v. 2005 mm. hel-mikuussa Yrityspalvelukes-kuksessa järjestetyssä yrittäjäinfotilaisuudessa, maaliskuussa järjestetyssä strategiaseminaarissa ja huhtikuussa Ouluseudun kaupungin- sekä kunnan-valtuutetuille ja johtoryh-mien jäsenille järjestetyssä infoillassa.



Oulun Valkosipuliöiden yhteydessä heinäkuussa järjestettiin mm. perunapäivä lähiruokaseminaareineen ja perunankuorimiskilpailuineen. Päivien aikana tyr-näväläiset perunanjalostajat esittelivät osaamistaan.

Syys-lokakuun vaihteessa toteutettiin K-Citymarketeissa laaja kotimaisuuskam-panja, jonka tarkoituksena oli saada kuluttajia kiinnostumaan enemmän koti-maisista tuotteista ja erityisesti paikallisesti suosimaan lähiruokaa tuontielintar-vikkeiden sijaan. Paikallisille pienyrityksille järjestettiin mahdollisuus päästä KCM:hin toimittajaksi kampanjan ajaksi tuotteilla, jotka eivät kuulu ns. normaali-valikoimiin. Ouluseudun kahdessa KCM:ssa oli mukana 15 uutta tavarantoimit-tajaa ja muutama pienyrittäjä pääsikin paikallisiin valikoimiin tavarantoimittajak-si.

8.3. Kansainvälinen toiminta

Ruotsin vientiselvitys

Alkuvaiheessa keskityttiin lähialueen, lähinnä Pohjois-Ruotsin rannikkoalueen markkinoiden kartoittamiseen ja selviteltiin päivittäistavarakauppojen ja suurkeittiöiden kiinnostuksesta suomalaisia elintarvikkeita kohtaan. Työ suoritettiin opinäytetyönä kirjallisena kyselynä Ruotsin puolella ja henkilökohtaisina haastatteluinä Suomen puolella viennistä kiinnostuneiden yritysten osalta. Varsinaisesti Ruotsiin viennistä kiinnostuneita elintarvikealan yrityksiä oli mukana Ouluseudulta 6 kpl. Pro gradu - tutkielma nimeltään ”Oulunseudun elintarvikealan yritysten yhteisviennin logistinen järjestelmä Oulun ja Luulajan välillä” keskittyi pääosin logistiseen puolen problematiikkaan.

Tutkielma saatiin yrittäjien tutustuttavaksi loppusyksyllä 2003 ja se sai melko risiiritaisen vastaanoton asioiden teoreettisesta käsittelytavasta johtuen. Yrittäjät odottivat enemmän käytännöllisiä ratkaisuja ja ehdotuksia toimintamalliksi, mutta niitä ei saatu riittävästi. Tämän johdosta kiinnostus ja halu lisäpanostuksiin Ruotsin viennin kehittämiseksi laimeni jonkin verran.

Oulunseudun yrittäjät mukana Oulu LaViennessä tapahtumassa

Oulun kaupungin ja ranskalaisen LaViennen maakunnan välillä on ollut kulttuurivaihtoa jo muutamia vuosia ja keväällä 2004 esitettiin toivomus, että Oulusta saataisiin kesäkuussa Poitiersissa järjestettävään tapahtumaan mukaan myös liike-elämän edustajia eli yrityksiä ja yrittäjiä. Matkaan lähti kaikkiaan 15 elintarvike- ja



käsityöalan yritystä, jotka esittelivät ja markkinoivat tuotteitaan kaupungintalon eteen pystytetyssä teltassa. Viikon aikana oli järjestetty oululaisten toimesta tasokasta ohjelmaa ympäri kaupunkia ja virallisia valtuuskuntia vieraili myös tapahtumassa. VIP-vieraille järjestetyssä iltatilaisuudessa tarjoilu hoidettiin oululaisiin tuottein – paikalla oli n. 120 vierasta. Useimmille yrittäjille tapahtuma oli ensi kosketus kansainväliseen toimintaan ja he saivat arvokasta kokemusta matkasta. Matkalle osallistui 2 oululaista toimittajaa (Kaleva ja Megaradio) ja tapahtuma sai runsaasti myönteistä julkisuutta Oulun seudun medioissa. Megaradiossa kuultiin päivittäin suora 5 minuutin lähetys paikan päältä.

Opinto- ja tutustumismatka Brysselin joulumarkkinoille 2004

Samana syksynä saatiin Brysselin suunnasta viestiä, että Pohjois-Suomen tunnettavuutta olisi tarpeen lisätä Brysselin alueella.

Pohjois-Pohjanmaan liitto, Lapin liitto ja Ouluseutu yrityspalvelut päättivät yhdessä tutustua Brysselin joulumarkkinoihin ja selvittää mahdollisuuksia osallistua näyttävästi vuoden 2005 joulumarkkinoille. Ryhmä yrittäjiä ja virkamiehiä tekivät joulukuun alussa heti markkinoiden avauduttua opintomatkan Brysseliin. Matkan jälkeen pidetyssä palautepalaverissa päätettiin käynnistää tarkempi selvitys- ja suunnittelutyö osallistumisen toteuttamiseksi.



Opinto- ja markkinointimatka Brysselin joulumarkkinoille 2005

Kevään ja syksyn aikana tehtiin hartiavoimin töitä, erilaisia selvityksiä ja suunnitelmia niin, että matka toteutuisi. Pohjois-Suomi sai markkinoille ns. pääsponsorin eli "Guest of Honour" -roolin. Sen myötä saatiin yhtenäinen markkina-alue Sainte Catherinen aukiolta. Sponsorisopimuksen myötä saatiin valtava määrä myönteistä julkisuutta TV:ssä, radiossa, lehdissä, ja myös 7 paikallista toimittajaa vieraili Pohjois-Suomessa jo ennen tapahtumaa tehden laadukkaita artikkeleita ja ohjelmia, joissa esiteltiin pohjoista osaamista, matkailua, luontoa jne.

Alueelle pystytettiin nopeaan tahtiin useita myyntikojuja, ravintolateltta sekä Lapin kota. Kojut saivat pohjoisen hengen mukaisen koristelun havuineen ja jouluvaloineen. Päävastuun Pohjois-Suomen järjestelyistä kantoivat Pohjois-Pohjanmaan liitto, Lapin liitto (paikan päällä Lappi-Oulu toimisto) sekä Region Food -hanke.

Myyntikojuissa myytiin 20 pohjois-suomalaisen yrityksen tuotteita kuten paikan päällä loimutettua lohta, poromakkaraa, hilloja, mehuja, glögiä, porontaljoja ja eksoottisia matkamuuistoja.

Suomen suurlähettilään itsenäisyyspäivävastaanotolla ja Brysselin kaupungin vastaanotolla tarjottiin pelkästään korkealuokkaisia pohjoisen herkuja. Kaikkiaan joulumarkkinoilla myytiin jouluisia tuotteita n. 250 myyntikojusta ja markkinoilla kävi arviolta n. 2,5 milj. asiakasta. Joulumarkkinat on ylivoimaisesti suurin vuosittainen tapahtuma Brysselissä ja se saakin poikkeuksellisen laajaa julkisuutta medioissa.

Joulumarkkinat olivat erityisesti mukana olleille yrityksille ja niiden henkilökunnalle vaativa panostus jo pelkästään 5-viikkoisen kestoensa takia. Yrittäjät olivat

tyytyväisiä saatuun taloudelliseen tulokseen ja tavoitteena on vientitoiminnan käynnistäminen ja osallistuminen jatkossa Brysselin joulumarkkinoille, koska sinne on nyt pää avattu ja suhteet järjestäviin organisaatioihin ovat erinomaiset.

Kaikista yllämainituista kansainvälisistä matkoista ja tapahtumista on tehty kattavat matkaraportit.

8.4. Yritysten kehittäminen

Yrityshankkeiden valmistelussa on oltu mukana teettämällä ja kehittämällä liikeideoita, liiketoimintasuunnitelmia ja investointi- ja kannattavuuslaskelmia. Liiketoimintasuunnitelmia on teetetty ISS Proko Infralla ja Maasyke ry:llä. Yrityksiä on tuettu mm. hankkimalla tuotanto- ja myymälätiloja, tukemalla tuotekehitystyötä ja mainos- ja esitemateriaalien suunnittelua.

Merkittäviä kehitystoimenpiteitä on ollut laatu-/toimintajärjestelmätyö perunalalla. Kahden vuoden aikana on tehty 85 perunanviljelijälle, -pakkaajalle ja –jalostajalle uusi laatu järjestelmä tai päivitetty vanha järjestelmä toimintajärjestelmäksi, joka sisältää ympäristöjärjestelmät sekä työ- terveys- että turvallisuusosiot. Sisäisiä auditoijia on koulutettu kahdella eri kurssilla ja heidän tehtävänä on huolehtia että ko. yrityksissä tehdään jatkuvia tarkistuksia ja noudatetaan tehtyjä ohjeita. Sisäisten auditoijien tehtävänä on myös huolehtia tarvittavista valmisteluista, mikäli yritys haluaa ulkopuolisen auditoijan sertifioimaan yrityksen laatu järjestelmän.

Tyrnävällä on tehty merkittävää kehittämistyötä elintarvikealan ja matkailualan yritysten kesken ja saatu aikaan matkailureitti, jota oli syksyllä avaamassa merkittävä päättäjäjoukko. Samalla on kehitetty uusia tapahtumia, uusia tuotteita ruokaperunasektorille ja uusia vähittäispakkauksia, joista osa on koemarkkinoitu ja tulossa keväällä markkinoille. Uudentyyppisen yritystoiminnan kehittäminen on myös pitkällä ja lähiaikoina odotetaan tapahtuvan näkyvää toimintaa. Tämä kehittämishanke tunnetaan nimellä ”Tyrnävän perunatuotannon jatkojalostuksen kehittäminen” ja siinä ovat mukana Matinollin Peruna, Hannuksen Piilopirtti, Oy Shaman Spirits Ltd., Tyrnävän Osuuspankki sekä Tyrnävän kunta.

Kehitettyjä uusia tuotteita:

- tervaleivos, PAO
- tervatäytekakku, Mazarine Ky
- tervaruisleipä, Mazarine Ky
- tervakonvehti, Huovisen leipomo
- tervagraavilohi, Vihiluodon kala Oy
- tervaloimulohi, Vihiluodon kala Oy
- lohikevätäkäärle, Vihiluodon kala Oy
- lohitasku, Vihiluodon kala Oy
- lohisipsi, Vihiluodon kala Oy
- Rili-tervajuoma, Rili Oy
- tervasnapsi, Oy Shaman Spirits Ltd.
- tervalohipasteija, Mazarine Ky
- makuperuna, Luonnosta Oy

8.5. Asiantuntijapoolin kehittäminen

Asiantuntijapoolin kehittäminen on vaiheessa, jossa on muodostettu elintarvikealan asiantuntijaverkosto (rekisteri) sisältäen asiantuntijoiden yhteystiedot tiedossa olevine veloituserusteineen. Hankesuunnitelman mukaisesti poolin asiantuntijat olisivat yrittäjien tavattavissa etukäteen sovittuna aikana sovitussa paikassa (ns. klinikka). Poolin asiantuntijat kokoontuisivat myös pohtimaan ja kehittämään yhteisiä alaa koskevia ongelmia muutaman kerran vuodessa. Asiantuntijapoolin hyödyntäminen hankesuunnitelmassa kuvatulla tavalla on jäänyt vaatimattomalle tasolle. Syynä ovat toiminnan korkeat kustannukset sekä myös yrittäjien kiinnostuksen vähäisyys. Asiantuntijapalveluita on tällä hetkellä ostettavissa vapaasti, mutta ne on kuitenkin aina kilpailutettava.

8.6. PD (PERSONAL DEVELOPEMENT) –koulutuskokonaisuuden luominen

Elintarvikealan yliopistotason koulutusta ei ole Pohjois-Suomessa saatavissa, lähimmät koulutusta antavat yksiköt ovat Kuopion yliopisto ja Helsingin yliopiston Seinäjoen yksikkö. Hankesuunnitelmassa on esitetty tuotekehitykseen, aistittavaan laatuun ja prosessien optimointiin suunnatun koulutuskokonaisuuden luomista ns. PD-koulutuksena. Hankkeen alkuvaiheessa todettiin, ettei hankkeen varat riitä tällaisen koulutuksen toteuttamiseen, muita koulutuksesta vastuun ottavia tahoja ei löytynyt eikä koulutukseen olisi todennäköisesti saatu riittävästi osallistujia. Tämä osio poistettiin hankesuunnitelmasta ja hankkeen toimenpiteistä rahoittajan antamalla muutospäätöksellä. Päätettiin ohjata asiasta kiinnostuneita kääntymään yllämainittujen yliopistojen puoleen.

8.7. Paikallinen elintarvikelahjatuotanto

Tehdyn alustavan selvittelyn tuloksena saatiin selville, että alalla on jo tällä hetkellä tarjontaa ja kilpailu asiakkaista on kova. Lahjattavara-alalle on tyypillistä voimakkaat sesonkivaihtelut vaikeuttaen kannattavan liiketoiminnan kehittämistä. Alueella toimii useita lahjattavarapakkausten valmistajia sekä pakkaajia sekä verkostomarkkinoijia, joiden palveluja on helppo hyödyntää.

8.8. Alihankinta-/sopimusvalmistustoiminta

Alun perin selviteltiin paikallisten elintarvikevalmistajien mahdollisuuksia päästä valtakunnallisten päivittäistavarakauppaketjujen tai niiden toimittajien alihankinta- tai sopimustoimittajaksi. Käytyjen keskustelujen (esim. Suomen Spar Oyj) perusteella selvisi kuitenkin nopeasti, että valmistajat ja pakkaajat kilpailutetaan jo globaalisti ja volyymit ovat niin massiivisia, että paikallisten valmistajien resurssit eivät ole riittäviä.

Paikallisella tasolla tehdään jossakin määrin yhteistyötä ja /sopimusvalmistusta mm. kalanjalostajien välillä samoin leipomojen välillä ja hanke on edistänyt tätä yhteistyötä lisäämällä verkottumista alueen yritysten kesken. Tarkemmat selvitykset ja suunnitelmat jäävät muiden toimijoiden tai tulevien hankkeiden tehtäväksi.

8.9. Tiedottaminen ja julkisuus

Hankkeen käynnistämisestä, tavoitteista, toimenpiteistä ja tuloksista tiedotettiin sanomalehdissä, sähköpostilla, tiedotteilla, painetulla esitteellä, suorilla yrityskontakteilla, omilla seminaareilla ja osallistumalla messuille ja erilaisiin markkinointi- ja yrittäjätilaisuuksiin. Ajankohtaisista asioista tiedotettiin Yrityspalvelun kotisivuilla ja Region Food –hankkeesta tehtiin myös omat web-sivut eli www.regionfood.fi. Lehdissä kuten Helsingin Sanomien ja Kalevan ruokasivuilla kirjoitettiin näyttävästi alueen ruokaosaamisesta mm. tervalla maustetuista elintarvikkeista, joita hankkeen yhteydessä on kehitetty. Lehtikirjoituksia hankkeessa mukana olevista yrityksistä ja hankkeen yhteydessä järjestetyistä tapahtumista on kerrottu useita kertoja paikallislehdissä sekä alueradiossa. Kaikki tiedotusmateriaali on talletettu hankemappiin.

9. YHTEENVETO HANKKEEN TAVOITTEIDEN TOTEUTUMISESTA

	Tavoite	Toteutunut
Uudet työpaikat	6	20
Uudistetut työpaikat	7	5
Uudet yritykset	6	7
Hankkeeseen osallistuneet yritykset	30	91

10. TOTEUTUNEET KUSTANNUKSET

Kustannuslaji	Kustannusarvio	Toteutunut
Palkat ja sivukulut	155 600,00	140 868,84
Ostopalvelut, palkkiot ja niiden sivukulut	188 555,00	170 989,77
Matkakulut	36 970,00	22 588,78
Muut kustannukset, vuokrat	13 930,00	14 304,42
Muut kustannukset, toimistokulut	8 075,00	2 955,63
Muut kustannukset, muut	26 870,00	20 212,07
Yhteensä	430 000,00	371 919,51

Kustannusarvio on toteutunut 86,5 – prosenttisesti ja kaikkiaan rahaa jäi käyttämättä 58 080, 49 €. Suurin yksittäinen tekijä tähän on toteutumatta jäänyt

PD-koulutus, mutta lisäksi asiaan vaikutti myös se, että hanke käynnistyi n. 3 kk myöhässä ja päättyi 4 kk suunniteltua aikaisemmin (ensimmäisessä hankepäätöksessä hankkeen päättymispäiväksi on määritetty 30.6.2006).

11. JOHTOPÄÄTÖKSET JA TOIMINNAN ARVIOINTI

Johtopäätökset

Elintarviketoimialalla on Ouluseudulla muutamien paikallisten isompien yritysten, kuten Hätälä Oy, Katri Antell Oy, Kotivara Oy, Pulla-Pirtti Oy, lisäksi lukuisa määrä pienempiä yrityksiä, joiden voidaan katsoa edustavan ns. lähiruuan edistämistä eikä toiminnan tavoitteena useinkaan ole yrityksen kasvu eikä laajemmat markkinat. Koko toimiala on sen verran pieni, että jo yhden ison yrityksen (esim. Atria) toiminnan keskittäminen alueen ulkopuolelle tuntuu työpaikkojen vähenemisenä ja liikevaihdon pienenemisenä koko alalla. Mikroyritysten toiminnan aktivoinnilla tällaista taantumaa on vaikea korvata hankkeiden tukemanakaan. Hankkeiden avulla voidaan kuitenkin pienyrityksiä saada verkottumaan ja edesauttaa niiden tunnetuksi tekemistä alueella ja saada kulluttajat huomaamaan ns. lähiruoka vaihtoehtona tuontiruualle. Lähiruuan esittely- ja markkinointitapahtumiin onkin ollut helppo saada paikallisia mikroyrityksiä mukaan.

Korkeatasoisilla ja eksoottisilla herkuilla kuten poro-, lohi-, marja-, hillo-, mehu- ja alkoholituotteilla sekä tummalla leivällä on Keski-Euroopan markkinoilla kysyntää. Hanke on ollut käynnistämässä alueen yritysten kanssa vientitoimintaa ja tällä hetkellä näyttääkin siltä, että ryhmä yrityksiä käynnistää ns. vientirenkaan toiminnan vakiinnuttamiseksi.

Mikro- ja pienyritysten laatu- ja toimintojärjestelmien laajempi hyödyntäminen elintarvikealalla luo lisää kysyntää asiantuntijaorganisaatioille ja alalle on jo syntynyt yrityksiä mm. web-pohjaisena, jolloin kustannustehokkuus lisääntyy.

Ouluseudulla elintarvikealan kehittämistoiminnassa on selvä aukko tällä hetkellä, kun useimmat alan hankkeet (Ruokaketju, Region Food, Elintarviketyöohjelma) ovat päättyneet ja uudet käynnistyneet hankkeet ovat hyvin pieniä. Tarvetta alan koordinointiin olisi esim. elinkeinoasiamiehen toiminnalla.

Toiminnan arviointi

Region Food –hankkeessa mukana olleet kymmenet yritykset ovat olleet toimintaan tyytyväisiä ja erityisesti aktiivisimmat yritykset ovat esittäneet tämän tyyppisen toiminnan jatkamisen tarpeellisuutta ilman että toiminta keskeytyy toistaiseksi.

12. OHJAUSRYHMÄN LAUSUNTO

Oulu seudun elintarvikeyrittäjien yhteistyö on lisääntynyt erilaisten markkinointitapahtumien ja elintarvikeforumtoiminnan kautta. Hanke on edistänyt myös lähiruoka-, vienti- ja kansainvälistymisasioita sekä laatujärjestelmien käyttöönottoa mikroyrityksissä. Tämän tyyppisille asioille löytyy tarvetta ja kiinnostusta myös tulevaisuudessa. Vaikka joitakin hankesuunnitelmassa olleita asioita jäi toteuttamatta, hanke on saavuttanut tavoitteensa hyvin, eli siinä suhteessa onnistunut hanke. Toiminnalle vain pitäisi saada jatkuvuutta. Tavoitteena on pysyvä, yritysten yhteistyötä koordinoiva elin Ouluseutu Yrityspalvelujen yhteinen.

13. TÄRKEIMMÄT YHTEISTYÖKUMPPANIT

- Pohjois-Pohjanmaan liitto
- Oulun yliopisto/tuotantotalouden osasto
- Elintarviketyöohjelma
- Maasyke ry
- ProAgria Oulun maaseutukeskus
- Finfood – Suomen Ruokatieto Oy
- Oulun Ateria
- Art Food Design

14. KIITOKSET

Kiitämme kaikkia hankkeessamme mukana olleita yrittäjiä sekä niitä yhteistyökumppaneita, jotka ovat myötävaikuttaneet hankkeemme onnistumiseen. Toivomme, että hankkeen aikana alkunsa saaneet ideat kehittyisivät ja toiminta jatkuisi hankkeemme päättymisen jälkeenkin.

Heikki Åkerlund

Piia Kiuru