Verkostojen merkitys - miksi yhteistyötä?

11.4.2019 Jyväskylä

Eeva-Liisa Lilja, Fennopromo Oy

Fennopromo

Liiketoiminnan hiekanjyvistä helmiä

Fennopromo

Fennopromo Oy tarjoaa
kasvun ja kansainvälistymisen palveluita
elintarvikealan yrityksille ja orgnisaatioille

- Kansainvälistymisvalmennukset
- Market entry-palvelut
- Vientipäälliköiden vuokraus
- Kehittämisprojektit ja projektinjohto

Perustettu 2010, liikevaihto 480 t EUR (2017), 3-4 henkilöä
Elintarvikealan tuntemusta 25 vuotta
Kansainvälistymisen edistämistä vuodesta 2005

Fennopromo

Elintarvikeala kasvuun

Eeva-Liisa Lilja, yrittäjä, toimitusjohtaja, Fennopromo Oy

- KTM (1997)
- Elintarvikealalla 23 v. kehittämistehtävissä
- Visionääri, aktivoija, suunnannäyttäjä
- Fennopromo Oy:n perustaja 2010 ->
- Fenno Solutions Tmi, perustaja 2009
- Yrityskouluttaja, koulutussuunnittelija
- Yli 40 yrityksen kansainvälistymisstrategi
- Projektinjohtaja 21 projektissa v. 1997 alkaen
- Vientimarkkinointia, kansainvälistymisen edistämistä v:sta 2005
- Food from Finland perustajia, brändinomistaja 2010 – 2014
- Elintarvikeviejien LinkedIn-ryhmän moderaattori
- Kauraklusterin koordinaattori

Fennopromo

Kaiken ydin on markkinatarve.
”Joku tarvitsee jotakin”
Fennopromo

Asiakkaan tarvetta ryhdytään ratkaisemaan.
Yksin – tai yhdessä?

Fennopromo

Haasteisiin on helpompi vastata yhdessä.
Murros on tapahtumassa yhteistyön kulttuuriin siirtymiseksi

Fennopromo

Mitä yhteistyön muotoja on olemassa?

YHTEINEN KATTOBRÄNDI
”Lapland Food Club”
”Mettä”

FRANCISING
”Jungle Juice Bar”

YRITYSRYHMÄHANKE
VIENTIRENGAS
”Organic Food Finland”

JOKU MUU?

TUOTANTO YHTEISBRÄNDIN ALLA
”Parman kinkku”

BRÄNDIALLIANSSI
”Intel inside”

AGROEKOLOGINEN YHTEISTYÖ
”Knehtilän luomutila”

JOUKKORAHOITUS
”Pyynikin käsityöläispanimo”

SHOP IN SHOP VERKKOKAUPAT
”Wildfood from Finland”

TIEDONVAIHTO- JA TIEDONHANKINTA
”Kauraklusteri”
”Alkoholiklusteri”
”Marjaklusteri”
”Factfinding”

OSUUSKUNTA
”ViljaTavastia”
”Närpiön Vihannes”

YHTEIS-MARKKINOINTI
”Food from Finland”

Fennopromo

Yrityksen ympärille rakentunut verkosto

Pienen innovatiivisen yrityksen toimintamalli

KEHITTÄJÄ-YRITYS; visio, reseptiikka ja brändi

- **1. JA 2. ASTEEN JALOSTAJAT ”Rahtivalmistajat”**
- **VARASTOIJAT**
- **LOGISTIIKKA ”Yhteiskuljetukset”**
- **SOPIMUS-TUOTTAJAT ”Viljeljät tai raaka-aineen kerääjät”**
- **MARKKINOINTI-YHTIÖ ”Ulkoistettu myynti”**
- **YHTEIS-MARKKINOINTI ”Food from Finland”**
- **TUOTE-KONSEPTOIJAT, BRÄNDÄÄJÄT**
- **PAKKAAJAT**

Fennopromo

Puimurit tarvitaan joka tilalla. Jalostusmahdollisuus ja teollisen toiminnan resurssi on tarjolla koko vuoden = jaettavissa.

Fennopromo

Yhteistyö on liiketoimintaa.

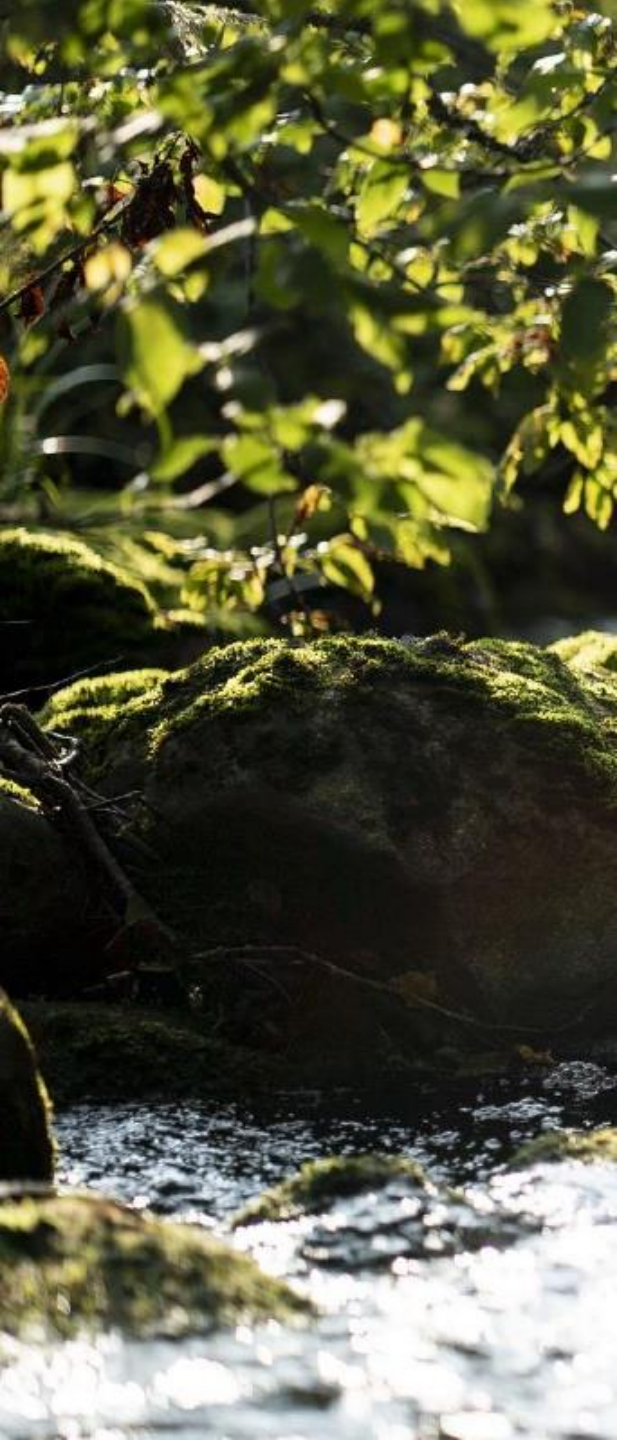
Ennen suomalainen oli valmis maksamaan 50 eur, jotta naapuri ei tienaisi 100 eur. Nyt naapurin kanssa sijoitetaan 50 eur, jotta voitaisiin yhdessä tulouttaa 500 eur.

Fennopromo

Kilpailun paine pakottaa yhteistyöhön. Yritys ei yksin pysty enää luomaan tuotteelleen riittävää kilpailuetua

Fennopromo

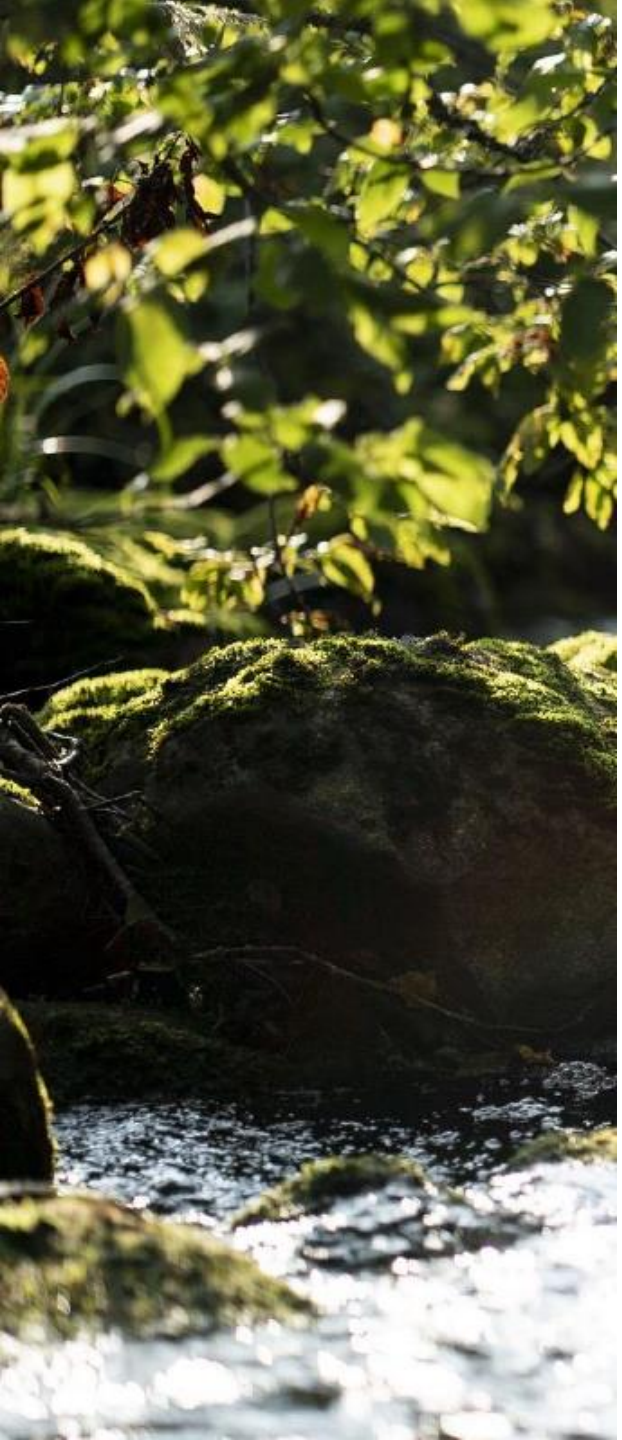
Hyvän huomisen ruokaa maailman
ekologisimmasta viljasta
KNEHTILÄN
PIENI PURO
PELKKÄÄ HYVÄÄ 2018



PUHTAAN MAAILMAN JA MAUN PUOLESTA

- Kaikki Knehtilän Pieni Puro -tuotteet pohjautuvat Knehtilän Luomutilan ainutlaatuisen ekologiseen viljaan.
- Viljelyssä hyödynnetään tilalla kehitettyä agroekologista symbioosia, jossa ravinteet ja energia kiertävät paikallisesti, hiiltä sitoutuu maaperään ja typen sekä fosforin päästöt minimoidaan.
- WWF palkitsi Knehtilän tilan 2015 Itämeren alueen ympäristöystävällisimpänä maatilana ja agroekologinen symbioosi on Helsingin Yliopiston tutkimuskohde.

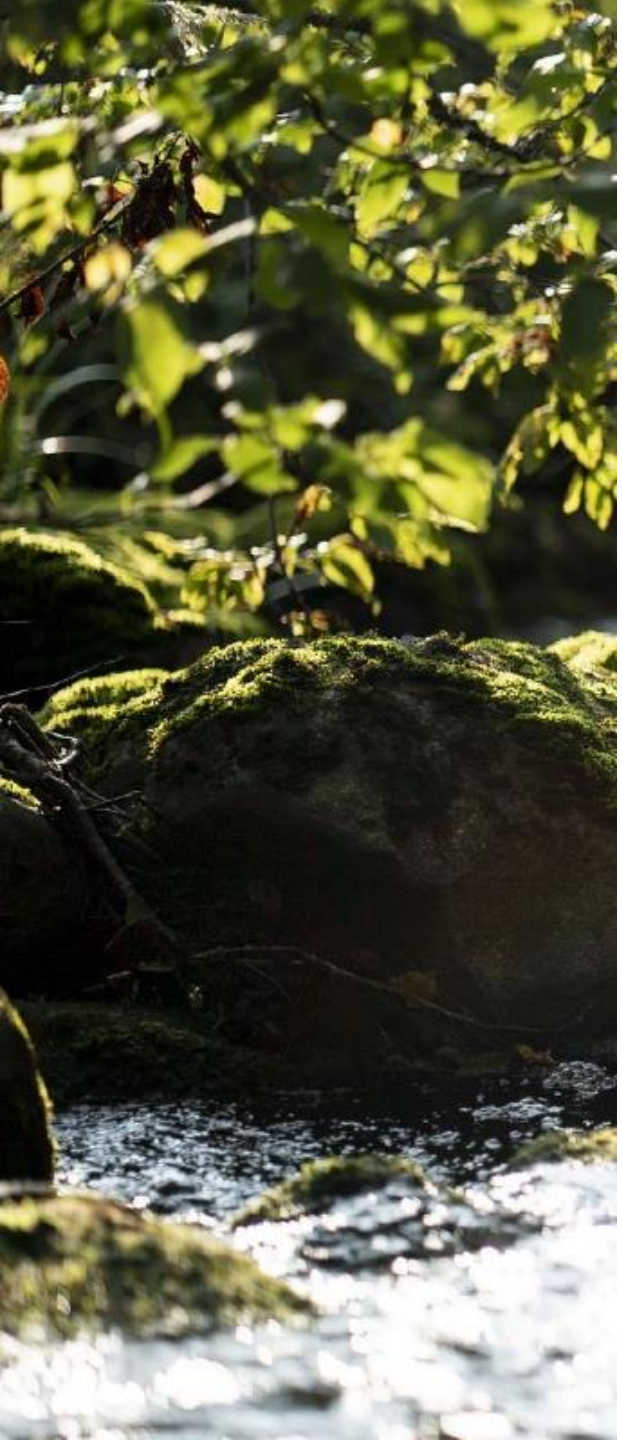
KNEHTILÄN
PIENI PURO
PELKKÄÄ HYVÄÄ 2018



MAAILMAN ENSIMMÄINEN AGROEKOLOGINEN SYMBIOOSI

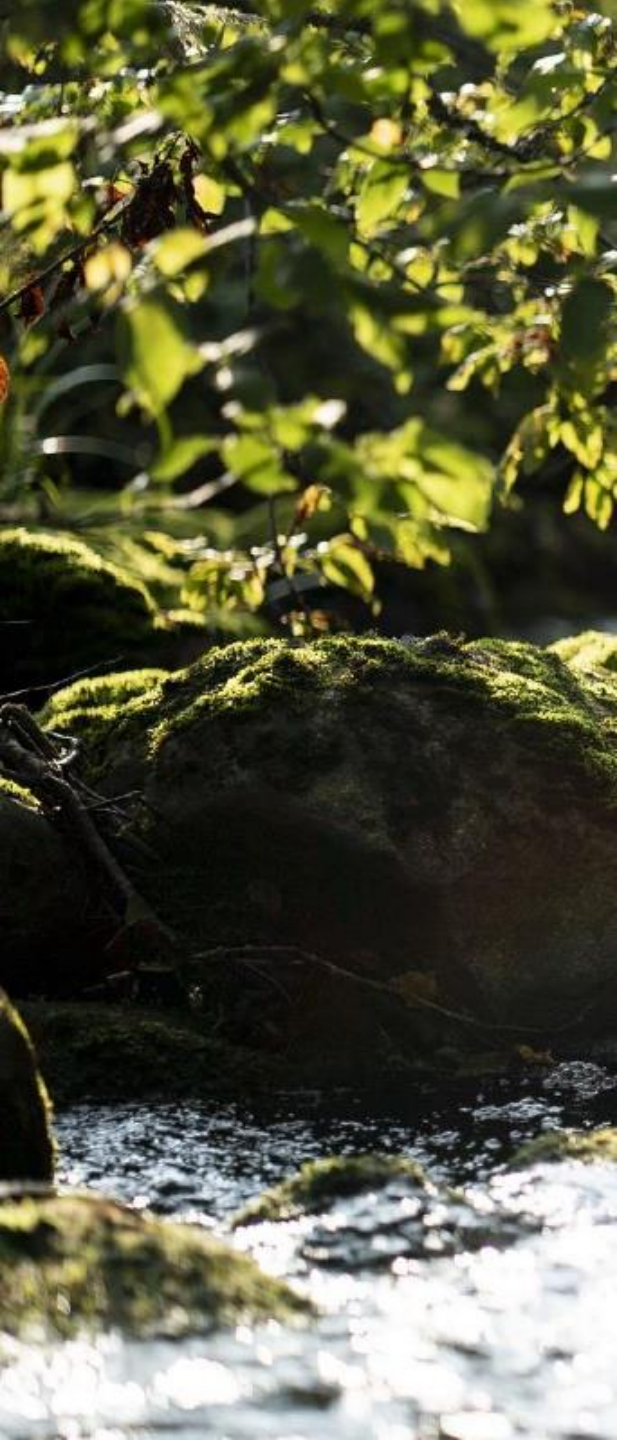
Palopuron symbioosi

KIERTOTALOUS · YHTEISÖLLISYYS · LUOMU



https://www.mtv.fi/sarja/uutisjutut-kotimaa-33001022/suljettu-kierto-tavoitteena-1057293

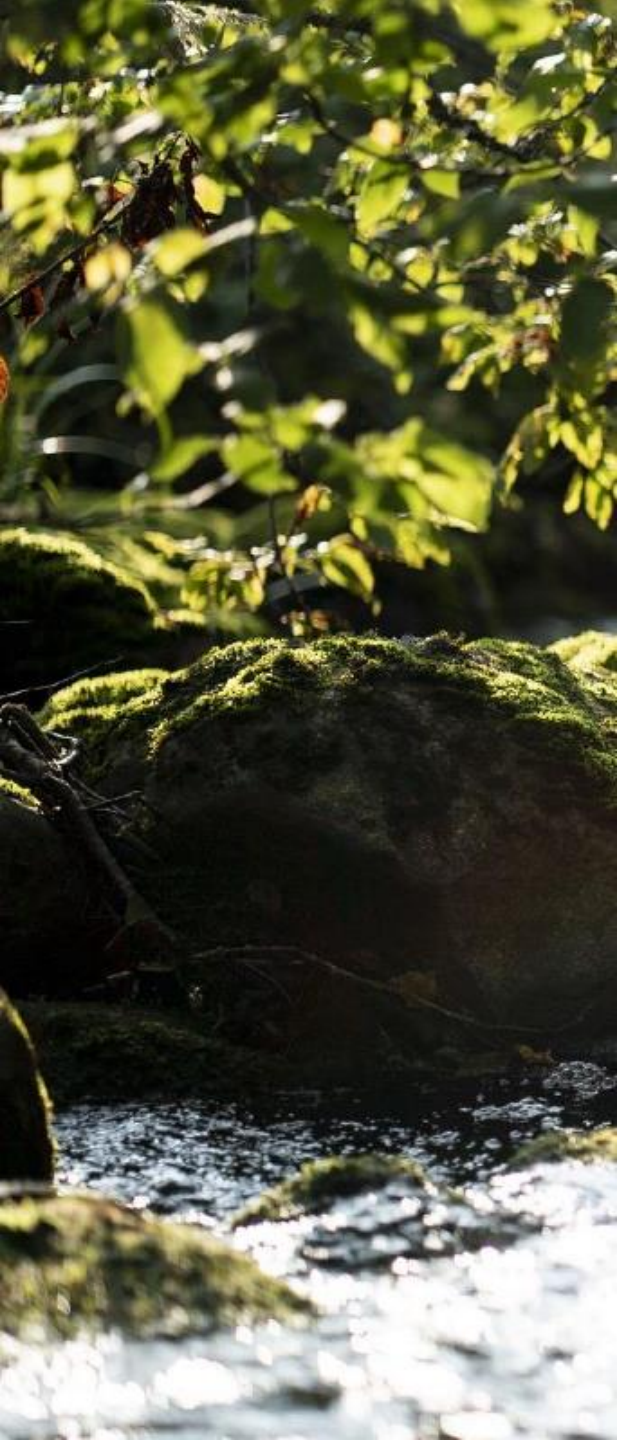
KNEHTILÄN PIENI PURO
PELKKÄÄ HYVÄÄ 2018

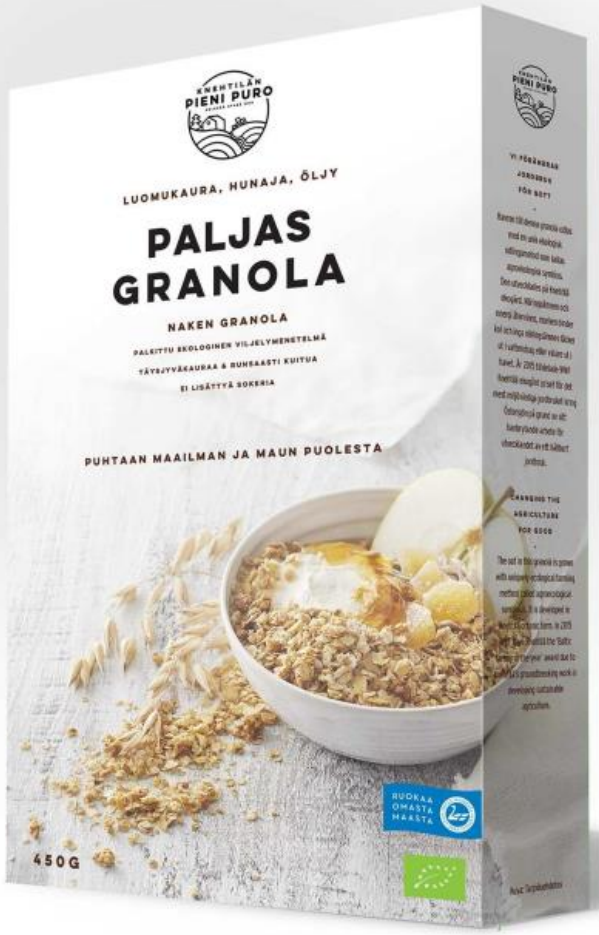


Knehtilän luomutuote Oy

- Perustettu kesäkuussa 2018
- Kotipaikka Knehtilän Luomutilalla, Hyvinkäällä.
- Knehtilän viljelypinta-ala yli 350 hehtaaria
- Hyvää Suomesta -auditointi 11/2018 , Luomuvalvontaan hyväksyminen 12/2018.
- Partnerit:
  - Markus Eerola
  - Minna Sakki– Eerola
  - Petri Uusitalo
  - Paula Brandt
  - Arto Juosila
  - Erkki Mikola
  - Peetro Sakki
  - Veikka Sakki
- Valmistus yhteistyössä suomalaisten myllyjen ja muiden valmistajien kanssa, joilla vankka kokemus luomusta.
- Toiminnan kasvaessa ekologisen raaka-aineen hankinnan laajentaminen uusiin menetelmiin sitoutuvien sopimusviljelijöiden kanssa.

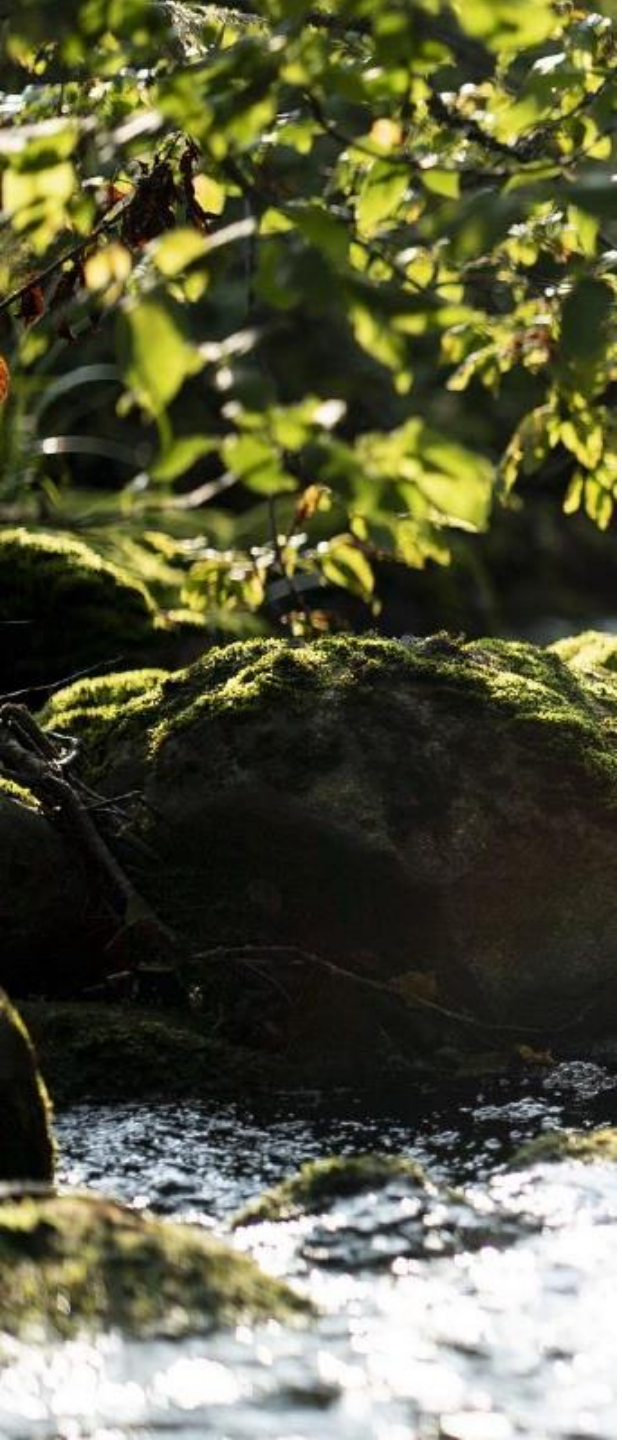
KNEHTILÄN PIENI PURO
PELKKÄÄ HYVÄÄ 2018





Knehtilän ekologinen kaura, Myssyfarmin kylmäpuristettu rypsiöljy, suomalainen luomuhunaja ja hitunen merisuolaa. Nauti puhtaasta granolan mausta, tai tuunaa tuoreilla marjoilla, hedelmillä, pähkinöillä ja siemenillä.

KNEHTILÄN
PIENI PURO
PELKKÄÄ HYVÄÄ 2018



Mahdollisimman vähän käsiteltyjä ja mahdollisimman maukkaita höyryttämättömiä luomukaurahiutaleita. Keitä hyvän huomenen puuro parissa kymmenessä minuutissa tai anna tekeytyä tuorepuuroksi jääkaapissa.

KNEHTILÄN
PIENI PURO
PELKKÄÄ HYVÄÄ 2018

Muut yhteistyön muodot

Sisällössä on osittain käytetty ”Elintarvikealan kiihdyttämöohjelman valmisteluhankkeen tuottamaa sisältöä (2017)

Fennopromo

Yhteinen kattobrändi; matkailun ja ruoan yhdistäminen ”Lapland Food Club”

- Useita tuottajia tuottaa matkailun kautta tunnetuksi tulleeseen paikkaan perustuvaan brändiin sidottuja tuotteita
- Tuotteiden tulee olla tuotteistettuja, kuluttajien tunnistettavia. Markkinointiin pitkällä aikajänteellä tulee sitoutua.
- Juridinen rakenne kunkin osapuolen taloudellisin panostuksin tulee olla selkeä ja tavoitteellinen.
- ”Meri-Lapin Savuherkut”, ”Mat från Kvarken”, ”Lapland Food Club”

Tyrnävällä on toteutettu 2016-2017 yhteisbrändäämistä: kunta on auttanut paikallisia yrityksiä näkyvyyden saamisessa Tyrnävän osaamista -brändin kautta. Tuoteperheeseen kuuluu jo 15 yrityksen tuotteita, kuten lähiruokaa sekä muita tuotteita ja palveluja.
Tyrnävä-brändin suurimpana etuna on yritysten kesken tehtävä yhteistyö. Takana on ajatus siitä, että keskinäinen kilpailu ei tuota tulosta, vaan yhteistyöllä saavutetaan enemmän.
- Brändin kautta pienikin yritys saa suuren näkyvyyden, joita ei omin voimin välttämättä voisi saavuttaa.

Fennopromo

DAS AROMA DER WILDNIS

https://laplandfoodclub.com/

Yhteisbrändätty tuoteperhe

”Puhdistamo”, ”Mettä”

- Useat tuottajat valmistavat useita erilaisia tuotteita yhteisen tuotemerkin / tuoteperheen alle
- Yhteneväinen pakkaustapa
- Tuottajille tarjotaan co-packing palvelu tai yhtenäinen merkki, joka lisätään tuotteisiin
- Laaja tuoteperhe tai keskittynyt tietyn tyyppisiin tuotteisiin, kuten ”Puhdistamon Super Food-tuotteet”

puhdistamo

Fennopromo

Uusi elintarvikebrändi METTÄ vie pohjoismaalaisen ruokakulttuurin maailmalle

https://mettanordic.com/

Helsinki Wildfoods Oy **tuo markkinoille uuden elintarvikebrändin** METTÄ**, joka on suunniteltu vahvasti kansainvälisten markkinoiden kulinaristeille. METTÄ-mausteperheessä yhdistyvät jännittävästi pohjoismaalaisen metsän maut, kun tatit saavat makuparikseen Pohjois-Atlantin merisuolan, puolukat koivusokerin ja kuusenkerkät tyrnin.**

Suomalaisiin luonnontuotteisiin erikoistunut Helsinki Wildfoods siirtää kuluvan vuoden aikana kaikki nykyiset elintarviketuotteensa uuden METTÄ-brändin alle. METTÄ on kehitetty vahvasti kansainvälisten vientimarkkinoiden tarpeisiin sopivaksi. Uudet METTÄ-tuotteet tulevat kauppoihin Suomessa toukokuussa 2019.

Feb 13, 2019

THE NEW NORDIC FOOD BRAND METTÄ AIMS TO EXPORT NORDIC CUISINE

Helsinki Wildfoods Oy introduces a new food brand METTÄ, which has been designed for the gourmands internationally, bringing a piece of Nordic forest to kitchens around the world.

Tuotanto yhteisbrändin alla

”Parman kinkku”

- Useat tuottajat valmistavat samaa, alueeseen sidottua tuotetta
- Tuotteella on kuluttajien silmissä tietty maku, laatu ja ominaispiirteet
- Parman kinkun tuottajat ovat keskimäärin alle 4 hlön pientiloja
- 160 tuottajaa
- Tuotanto on valvottua, konsortio hoitaa kattomarkkinoinnin, vastaa laadusta ja tuotemerkin käytöstä
- EU-nimisuoja ja EU-menekinedistämistuet käytössä

Fennopromo

Yhteispakatut tuotteet, teema brändätty

”PIEN Maistelupack”

- Eri tuottajien tuotteita samassa pakkauksessa kattoteeman alla
- Jouluteema ”Arctic Christmas”, tuoteryhmäteema ”Arctic Jams”
- Ravintoloihin suunnattu kokonaispaketti ”Scandinavian Weeks”
- Tuotteet pakataan yhteisesti brändättyyn pakkaukseen tai tuotteet voivat olla alkuperäispakkauksissa
- Tuotteet voivat olla samantyylisissä purkeissa
- ”Pien Maistelupack”, jossa 6 eri tyylilajin olutta kuudelta eri pienpanimolta tai ”Jam IT!” -hillovalikoima

Fennopromo

Tuotekylkijäiset

”Ginin ohella metsämarja-yrttimix”

- Yhteisbrändäystä helposti ja kiinnostavasti
- Lyhytkestoinen markkinointipromootio, jossa kuluttajalle tarjotaan kaupan päälle toisen brändin tuote
- Jo tunnettuutta ja hyllytilaa saanut tuote toimii tunnettuuden rakentajana uudelle tuotteelle
- Myös alkuperäisen tuotteen kiinnostavuus asiakkaan silmissä kasvaa: WIN – WIN

Fennopromo

Copyright Fennopromo Oy

Brändialliansi

”Intel Inside”

- Kaksi tai useampia yrityksiä markkinoi brändiään samassa tuotteessa. Yritys antaa toisen yrityksen tuotteeseen käyttöön jonkun oman brändinsä ainesosan (ainesosa / komponenttibrändäys)
- Brändit tukevat toisiaan. Sopii parhaiten brändeille, jotka ovat selkeästi tunnistettavissa. Molempien brändien ei tarvitse olla entuudestaan yhtä tunnettuja
- ”Benecol & Raisio”, ”Benecol & Valio”, ”Jaffa & Ingman”, ”Philadelphia & Marabou”

Fennopromo

Copyright Fennopromo Oy

Shop in Shop
”Wildfood from Finland”

- Brändätty shop-in-shop hylly tai osasto myymälöihin
- Kuluttajille tarjotaan mahdollisuus saada laaja valikoima suomalaisia / pohjoismaisia tuotteita samasta paikasta
- Hyllyt voivat sisältää yhteisbrändättyjä tuotteita tai toimia vain kehyksenä
- Esim. vaihtuva valikoima suomalaisia tuotteita (vuodenaikateema, juhlateema jne.)
- ”Suomalaiset suklaat esillä Tokiossa”

Kuvan lähde: Food from Finland

Fennopromo

Copyright Fennopromo Oy

Verkkokauppa

”Finnish Food Store”

- Myyntipiste tai verkkokauppa, joka keskittyy suomalaiseen ruokaan
- Täyden palvelun malli yrityksille: yhteisbrändi, kauppapaikka, logistikkaa, luvat, lisenssit, maahantuonti
- Takaa alkuperämaan, ei sisällä tuoteväärennöksiä
- Tuotteet lisäävät toistensa näkyvyyttä ja tunnettuutta
- Osana olemassa olevia alustoja / yhteistyössä, mm. ”ScandiKitchen” Finnish Food, ”Finnishfoodstore” https://www.finnishfoodstore.com/ ,, ”Euroeat” http://www.euroeat.com/fi/, ”Suomi-kauppa”, Amazon Finnish Food Store jne.

ScandiKitchen

amazon

FINNISHFOODSTORE

Fennopromo

Copyright Fennopromo Oy

Yhteismarkkinointi

”Food from Finland”

- PR- ja myyntitapahtumat, joissa esitellään suomalaista ruokaa yhdessä usean yrityksen kesken
- Suomen maaosastot kansainvälisillä messuilla, jossa on mukana esim. 4 – 15 näytteilleasettajaa
- Ostajatapaamiset, joissa ryhmä yrityksiä esittelee tuotteitaan
- Mediavierailut, joissa toimittajat tapaavat useita yrityksiä
- Tuo paremmat huomioarvot, herättää suuremman asiakkaiden kiinnostuksen ja tarjoaa kustannussäästöjä
- www.foodfromfinland.fi / tapahtumakalenteri

Kuvan lähde: Food from Finland

Fennopromo

FINLANDE
FOOD FROM
Finland
Finnviini
Finnviini
A la recherche de
la saveur ultime

FINNISH
FOOD
INNOVATIONS
CONFISERIE
NIEDEREGGER

Tiedonvaihto- ja tiedonhankinta

”Klusterit, Fact finding-matkat”

- Tavataan säännöllisesti ja keskustellaan alan kehitysnäkymistä ja yhteistyön mahdollisuuksista
- ”Kauraklusteri”, ”Alkoholiklusteri” ja ”Marjaklusteri”
- Tiivistää yhteistyötä ja auttaa tutustumaan
- Fact finding –matkoilla kerätään markkinatietoa
- On hyödyllistä vaihtaa tietoa kokemuksista ja havainnoista
- Matkat nostavat yhteishenkeä ja voi löytyä hyödyllisiä verkostoitumismahdollisuuksia

Fennopromo

FINNISH
FOOD
INNOVATIONS

DELICI
OATS

DELICI OATS
Mikä somestrategia on?
DELICI OATS

Yritysryhmähanke / vientirengas

”Organic Food Finland”

- Hankkeessa mukana 3-10 yritystä.
- Edistetään esim. uusien tuotteiden ja palvelujen sekä tuotantomenetelmien kehittämistä ja käyttöönottoa, innovaatioiden ja tutkimustulosten kaupallistamista, yritysten verkostoitumista tai yrityksen toiminnan kannalta olennaista liiketoimintaosaamisen lisäämistä.
- Tuki 75% (mikäli mukana maatalousyrityksiä tuki 60%)
- Ei kilpailevia tuotteita
- Pätevä vientipäällikkö vetämässä
- Ajankäyttö etukäteen sovittava, että on tasapuolista

Organic Food Finland

Fennopromo

Pienten elintarvikeyrittäjien Food Hub tyyppinen yhteistyö, joustavat tuotanto-, varasto- ja pakastintilat?

Fennopromo

Muita yhteistyön muotoja

- EU-nimisuoja ”Lapin puikula”
  https://mmm.fi/nimisuoja
- Osuuskunta ”ViljaTavastia”, ”Närpiön vihannes”
  https://www.viljatavastia.fi/
- https://www.narpesgronsaker.fi/fi
- Joukkorahoitus ”Pyynikin käsityöläispanimo”
  http://pyynikin.com/suomi-olutta-maailmankartalle-pyynikin-kasityolaispanimo-jatkaa-kasvuaan/
- Francising ”Junge Juice Bar”
  https://www.vaakapartners.fi/portfolio_page/jungle-juice-bar/
-

Copyright Fennopromo Oy

Juridisia kysymyksiä –
käsiteltävä kirjallisessa sopimuksessa

- Yhteistoimintamalli: Osakeyhtiö, osuuskunta, yhdistys, konsortiosopimus, muu?
- Brändin omistus: Kuka omistaa brändin?
- Riskinjako: Kuka kantaa tuotteiden myyntiin liittyvän riskin?
- Laatu: Miten määritellään ja miten sitä valvotaan? Miten virhetilanteissa toimitaan?
- Tuotantomäärät ja hinnoitteluperiaatteet: Kuinka paljon kukin tuottaa ja kuinka suurta myyntiä tavoitellaan?
- Myynti ja markkinointi: Kuka, miten, kenelle ja missä myydään? Millaista markkinointia tehdään ja miten sen kustannukset jaetaan?
- Myynnin tukitoimet: Miten tilausten käsittely, laskutus ja muut tukitoimet hoidetaan? Tuotteiden jakelu ja kuljetukset, myydäänkö itse vai kuljetetaanko asiakkaille?
- Kilpailuoikeudelliset seikat? (mahdolliset kartellit)
- Lakien ja säädösten noudattaminen markkina- ja maakohtaisesti

Fennopromo

Yhteistoiminnan organisoituminen 1/2

- Konsortio
  - Vapaamuotoinen, ei juridinen yrittämisen muoto. Perustuu osallistujien vapaamuotoiseen yhteistoimintaan. Lainsäädäntö ei tunne itsenäisenä liiketoimintana, vaan liitetään juridisesti mukana olevien yritysten muuhun liiketoimintaan. Suositeltavaa on kirjallisesti sopia: johtaminen, tuotonjako, operatiivinen toiminta, talous, markkinointi, tiedonhallinta, riskinhallinta, toiminnan purku. Johtaminen on konsortion toiminnan kulmakiviä. Kumppanit luovuttavat osan määräysvallastaan konsortion johtajalle. Jos toiminta vakiintuu, on luontevaa muuntaa esim. osakeyhtiöksi.
- Tuottajaorganisaatio
  - Tietyn maataloustuotteen tuottajien perustama yhteenliittymä. Tavoitteena vahvistaa tuottajien asemaa markkinoilla. Hedelmä- ja vihannesalan tuottajaorganisaatiot voivat saada EU-tukea toimintaansa.
- Toimialaorganisaatio
  - Tietyn tai usean maataloustuotteen tuotannon alalla toimiva usean toimijan muodostama alakohtainen organisaatio. Edustettuina tuotanto, jalostus ja kauppa.
  - Tuottajaorganisaation ja toimialaorganisaation tulee olla rekisteröity yhteisö. Hyväksymistä haetaan Ruokavirastolta

Fennopromo

Yhteistoiminnan organisoituminen 2/2

- Yhdistys
  - Oltava määriteltävä tarkoitus, jota yhdistyksen toiminnalla edistetään. Jäsenillä voi olla kaupallinen intressi osallistua yhdistyksen toimintaan, mutta yhdistys ei voi tuottaa voittoa. Yhdistys voi omistaa ja hallinnoida brändiä. Yhdistys voi olla rekisteröity tai rekisteröimätön.
- Osuuskunta
  - Tavoite on tuottaa tiettyjä palveluita jäsenistölleen. Huolehtii esim. jäsentensä tuottamien tuotteiden markkinonnista. Ei tuota omistajilleen voittoa, vaan jäsenet hyötyvät osuuskunnasta esim. yhteisen markkinoinnin tai tuotemerkin kautta. Voitto jaetaan jäsenille palautuksina tai osuuskorkoina. Hallinnollinen sääntely on melko samanlaista kuin OY:ssä. Osuuspääoma vaihtelee jäsenten mukaan. Jäsenet käyttävät samanlaista valtaa kuin osakkeenomistajat. Jollei säännöissä ole toisin mainittu, jäsenten vastuu rajoittuu sijoittamansa osuuspääoman määrään.
- Osakeyhtiö
  - Yhteisesti perustettu yhtiö voi toimia esim. markkinointiyhtiönä ja brändin omistajana. Yhtiön käytännön toimintaa johtaa osakkaiden valitsema hallitus. Osakkaat osallistuvat päätöksentekoon yhtiökokouksessa.
  - Selkeä toimintamalli; varsinkin liiketoiminnan laajentuessa suositeltava.

Fennopromo

Toimitaan yhteistyön hengessä, mutta suojaa selustasi - muista sopimukset!

- Tee kirjalliset sopimukset kaikista olennaisista liiketoiminnan alueista
- Suojaa reseptiikkasi esim. rahtivalmistuksessa
- Tee salassapitosopimukset
- Määrittele sopimussakot ja sanktiot sopimusten rikkomisesta

Fennopromo