



Pro Kala

7.5.2024

PÄIVITETTY TOTEUTUSSUUNNITELMA KALAN MARKKINOININ JA LAADUN KEHITTÄMISOHJELMA

- ajalle kesäkuu 2024 – kesäkuu 2026

Tämä suunnitelman korvaa edellisen, 11.8.2023 päivätyn suunnitelman.

Ohjelman hallinnointi- ja toteutusrakenne on päivitetty vastaamaan rahoittajan innovaatio-ohjelmille määrittelemiä kriteereitä, partnerisopimuksin vahvistettua hankkeen toteuttamista yhteistyössä päätoteuttajan ja osatoteuttajien kesken.

HANKESUUNNITELMAN SISÄLTÖ

- 1. Tausta**
- 2. Tavoitteet**
- 3. Yhteistyöverkosto, hallinto ja toteuttajat**
- 4. Kehittämisohjelman työpaketit**
 - 4.1. Kuluttajakiinnostuksen ylläpitäminen muuttuneessa markkinatilanteessa
 - 4.2. Ammattikeittiöiden kalatarjonnan lisääminen
 - 4.3. Kalatuotteiden laadun parantaminen
 - 4.4. Innovatiivisia ratkaisuja verkostoitumalla
 - 4.5. Kansainvälistymisen ja viennin edistäminen
- 5. Viestintä**
- 6. Budjetti**
- 7. Vaikuttavuus**
- 8. Yhteistyö muiden ohjelmien kanssa**
- 9. Kehittämisohjelman kehittämissuunnitelma**

1. TAUSTA

Suomalaisten kalan kulutus ei ole viime vuosina kasvanut kalan kulutuksen lisäämiseksi tehdyistä toimista ja kampanjoista huolimatta. Kotimaisen kalan osalta syynä on tarjonnan vähäisyys ja pieneneminen sekä kuluttajahintojen nousu. Tuontikalan osalta kuluttajahintojen voimakas nousu ja samaan aikaan yleisen taloudellisen tilanteen heikkeneminen on laskenut kalan kulutusta.

Vuonna 2021 hyväksytyssä Kotimaisen kalan edistämishjelmassa on asetettu selvät tavoitteet kotimaisen kalan osuuden lisäämiseksi kulutuksessa tarjontaa lisäämällä.

Kalatalouden innovaatio-ohjelmien tavoitteena on lisätä kotimaisen kalan tarjontaa ja Kalan markkinoinnin ja laadun kehittämissuunnitelma pyrkii ylläpitämään kuluttajakiinnostusta ja edistämään kalatuotteiden laadun kehittämistä laajassa yhteistyössä kala-alan toimijoiden, toimialan erilaisten verkostojen, sidosryhmien ja muiden innovaatio-ohjelmien kanssa.

Pro Kala ry

Pro Kala ry:n normaali-/yhdistystoiminta käsittää 8-10 jäsentiedotteen lähettämisen yhdistyksen jäsenille vuosittain sekä vuosikokouksen järjestämisen. Muu yhdistyksen toiminta on erillisrahoitettujen hankkeiden toteuttamista. (ks. alkuperäisen hakemuksen liitteenä toimitetut vuosikertomukset vuosilta 2020-2022).

Yhdistyksen palveluksessa on yksi henkilö, toiminnanjohtaja, toistaiseksi voimassa olevassa työsuhteessa. Toiminnanjohtaja ei ole työaikalain alainen eikä hänellä ole määriteltyä työaikaa. Muut tarvittavat henkilöresurssit on hankittu ja tullaan hankkimaan määräaikaikaisilla joko täysi- tai osa-aikaikaisilla työsuhteilla tai ostopalveluina.

2. TAVOITTEET

Kalan markkinoinnin ja laadun kehittämissuunnitelman tavoitteena on edistää EMVKR-ohjelman 2021-2027 ja Kotimaisen kalan edistämishjelmän tavoitteiden toteutumista, jotka ovat kalan käytön lisääminen ja viennin arvon lisääminen.

3. YHTEISTYÖVERKOSTO, HALLINTO JA TOTEUTTAJAT

Ohjelman koordinoinnista, osuutensa toteutuksesta sekä yhteydenpidosta rahoittajaan vastaa tuenhakija, ohjelman päätoteuttaja Pro Kala ry.

Hankkeen/ohjelman koordinoijan ja päätoteuttajan, Pro Kala ry:n yhteistyöverkosto on laaja. Yhdistyksen jäsenistön liikevaihto vastaa noin 90 prosenttia suomalaisen kalajalostuksen ja kalatukkukaupan liikevaihdosta. Pro Kalan yhteydet kalatoimialaan, sen yrityksiin ja yrittäjiin sekä toimialan ulkopuolisiin, esim. muiden elintarvikesektoreiden viestintäorganisaatioihin ovat erittäin kattavat ja vakiintuneet. Määrittelytavasta riippuen Pro Kalan jäsenistöineen voidaan katsoa kattavan kollektiivisen tuensaajan kriteerit.

Yhteistyöverkostoa pyritään jatkuvasti laajentamaan ja kehittämään sekä kalatoimialan sisällä että sen ulkopuolelle niin, että se parhaalla mahdollisella tavalla edistää

ohjelman tavoitteiden toteutumista, kala-alan yritysten tarpeita ja tuo lisäarvoa niin ohjelman toteuttamiseen kuin alan yritysten tarpeisiin.

Kuten kaikissa aikaisemmissakin Pro Kalan koordinoimissa ja toteuttamissa julkisin varoin rahoitetuissa hankkeissa ja ohjelmissa, myös Kalan markkinoinnin ja laadun kehittämisohjelma tuloksineen on vapaasti ja avoimesti hyödynnettävissä. Kakki ohjelmassa toteutettavat tapahtumat ovat avoimia kaikille kala-alan toimijoille, sidosryhmille ja muille intressiryhmille. Ohjelmassa tuotetut toimenpiteet ja esim. materiaalit ovat vapaasti kaikkien tahojen hyödynnettävissä.

Ohjelmaa valmisteltaessa on keskustelu laajasti alan yritysten kanssa ja kuultu heidän toiveitaan ja tarpeitaan. Hankesuunnitelmassa pyritään sovittamaan alan yritysten toiveita ja tarpeita rahoittajan vaatimuksiin.

Kalan markkinoinnin ja laadun kehittämisohjelman huhtikuussa 2024 päivitetystä versiossa on ohjelman toteutussuunnitelma muokattu alkuperäisestä ostopalveluihin perustuvasta (= kuhunkin tarpeeseen etsitään kilpailutuksen kautta paras ja kustannustehokkain palveluntuottaja) hallinto- ja toteuttamismallista rahoittajan edellyttämään, tutkimusohjelmissa käytettävään partnerisopimukseen perustuvaan toteuttamis- ja hallintomalliin.

3.1. Ohjausryhmä

Kalan markkinoinnin ja laadun kehittämisohjelman vastuullinen toteuttaja asettaa ohjelmalle ohjausryhmän. Ohjausryhmä vastaa varojen käytön kohdentamisesta ja seurannasta sekä ohjelman toteutuksen ohjauksesta, tavoitteiden saavuttamisen seurannasta ja kehittämissuunnitelman vahvistamisesta ja ajantasaisena pitämisestä.

Ohjausryhmän roolia ja tehtäviä määritellään käyttösuunnitelmassa, rahoittajan linjauksissa, rahoituspäätöksessä ja partnerisopimuksissa.

Kalan markkinoinnin ja laadun kehittämisohjelman ohjausryhmä ajalla helmikuu 2024 – 31.5.2024:

Janne Sankelo, toimitusjohtaja, Suomen Kalankasvattajaliitto, ORY:n puheenjohtaja

Asmo Honkanen, kehittäispäällikkö, Luonnonvarakeskus, varapuheenjohtaja

Kim Jordas, toimitusjohtaja, Suomen Ammattikalastajaliitto

Matti Isohätälä, varatoimitusjohtaja, Hätälä Oy

Tuomo Huotari, myyntipäällikkö, Finnish Freshfish Oy Kalamesta

Timo Vetriö, toimitusjohtaja, International Seafood Consulting Group Oy

Mika Jääskeläinen, toimitusjohtaja, VSV Finland Oy

Saana Tarhanen, MMM edustaja

Taija Korkka, ELY:n edustaja

Ohjausryhmä edustaa laajasti koko kalatoimialaa sekä ulkopuolista näkemystä. Jäsenet edustavat kattavasti koko maata, ovat yhteistyökykyisiä, sitoutuneita kalatoimialan kehittämiseen, omaavat laajan kokonaisnäkemyskalataloudesta ja sen roolista osana elintarvikemarkkinoita.

Tehokkaan ohjausryhmätyöskentelyn varmistamiseksi ja parhaan osaamisen saamiseksi kulloiseenkin teemaan, kokouksiin voidaan kutsua ulkopuolisia asiantuntijoita ja tarvittaessa myös ostaa asiantuntemusta ohjausryhmän työskentelyn kehittämiseen.

3.2. Pro Kalan yhteistyökumppanit ohjelman toteutuksessa

Niiltä osin, kun ohjelman toteuttamiseen tarvitaan ja hankitaan ostopalveluja, Pro Kala kilpailuttaa ja valitsee kuhunkin tarpeeseen asiantuntevimmat ja kustannustehokkaimmat yhteistyökumppanit kilpailulainsäädännön vaatimuksen huomioiden. Markkinoinnin ja laadun kehittämissuunnitelman kokonaisuudessa tullaan tarvitsemaan hyvin erilaista osaamista ohjelman eri osa-alueilla, minkä vuoksi tässä ohjelmassa, tutkimusohjelmista poiketen, on välttämätöntä ja perusteltua käyttää ostopalveluja työsuhteessa suoritettun työn sijaan.

Olemassa olevan yhteistyöverkostomme, yhdistyksen jäsenistön, innovaatio-ohjelmien, toimialan verkostojen ja muiden mahdollisten tahojen kanssa tehdään yhteistyötä aina kun se on mahdollista ja tuo kaikille mukana oleville tahoille lisäarvoa. Yhteistyökumppanit saattavat vaihdella teema- ja toimenpidealueittain ja elävät siinä kuin innovaatio-ohjelmien sisällötkin.

Ostettavia palveluja ja kilpailutettavia yhteistyötahoja markkinoinnin ja laadun kehittämissuunnitelmissa voivat olla esim.

- Tiedotejakelupalvelut
- Viestintä- ja mainostoimistot
- Elintarvikealan kehittämissuunnitelmat (esim. Foodwest, NetFoodlab, Flavoria)
- Kuluttaja- ja markkinatutkimus yritykset
- konsultointipalvelut
- Messurakentamisen palvelut
- Kuvaus- ja painatuspalvelut

3.3. Partnerit/osatoteuttajat Kalan markkinoinnin ja laadun kehittämissuunnitelmissa

Ohjelman koordinaattorin/Päätoteuttajan, Pro Kala ry:n kanssa ohjelman työpakettien osahankkeita tulevat toteuttamaan partnerisopimuksin ja niihin liittyvien erillisten hankesuunnitelmien mukaisesti seuraavat partnerit/osatoteuttajat:

- Ammattiopisto Livia
- Turun yliopisto Ravitsemus ja ruokatutkimuskeskus

- Laurea AMK
- Suomen Kalankasvattajaliitto

Uusien partnereiden liittyminen ohjelman toteuttajaksi on hankkeen budjetin salliessa mahdollista koko ohjelman ajan ohjausryhmän ja ELY:n hyväksynnän jälkeen.

4. KALAN MARKKINOINNIN JA LAADUN KEHITTÄMISOHJELMAN TYÖPAKETIT

1. Kuluttajakiinnostuksen ylläpitäminen muuttuneessa markkinatilanteessa
2. Ammattikeittiöiden kalatarjonnan lisääminen
3. Kalatuotteiden laadun parantaminen
4. Innovatiivisia ratkaisuja verkostoitumalla
5. Kansainvälistymisen ja viennin edistäminen

Ohjelman päätoteuttaja, Pro Kala ry koordinoi koko ohjelman kokonaisuutta, tukee ja avustaa mahdollisuuksiensa mukaan partnerien toteuttamissa hankeosuuksissa ja vastaa muiden kuin partnereille nimettyjen työpakettien toteuttamisesta.

4.1. Työpaketti 1: Kuluttajakysynnän ja -kiinnostuksen ylläpitäminen muuttuneessa markkinatilanteessa

Markkinatilanne on viime vuosina muuttunut kalatuotteiden kuluttajahintojen noustessa ja kuluttajien ostovoiman laskiessa. Hintojen nousun myötä kalan kulutus on laskenut, vaikka kuluttajien kiinnostus kalaa ja kalatuotteita kohtaan on edelleen hyvä. Kalaa halutaan käyttää ja jopa lisätä sen käyttöä, mutta korkea hinta rajoittaa kulutuksen kasvua.

Kalan markkinoinnin ja laadun kehittämissuunnitelmassa ylläpidetään kuluttajien kiinnostusta kalatuotteisiin viestinnällisin keinoin ja tarjotaan ideoita kalan käyttöön ja sen lisäämiseen nykyinen talous- ja markkinatilanne huomioiden.

Markkinoinnin ja laadun kehittämissuunnitelmassa keskitytään sekä kuluttajakiinnostuksen ja -kysynnän ylläpitämiseen ja kasvattamiseen että toimialaa koskevan faktatiedon välittämiseen ja alan yritysten toimintaedellytysten ja yhteistyön edistämiseen.

Tavoitteena on kalatuotteiden kysynnän ylläpitäminen ja kehittäminen sekä faktatiedon tuottaminen kalaa ja kalatoimialaa koskevaan keskusteluun.

4.1.1. Kalaan, kalatuotteiden tuotantoketjuun ja koko kalatuoteryhmään liittyvä viestintä ja tiedottaminen

Kattavan ostopalveluna hankittavan tiedotejakelun kautta julkaistaan 3-4 mediatiedotteita kuukaudessa.

Tiedotteissa tarjotaan median välityksellä kuluttajille tietoa ja ideoita kalan käytön lisäämiseen sekä nostetaan esille toimialaa koskevaa faktatietoa ja alaa koskevaa vuoropuhelua edistäviä teemoja

Mediatiedotteitten aiheet tulevat toimialalta ja erityisesti kansallisen kalatalousverkoston alueellisilta toimijoilta uskotaan saatavan ajankohtaisia uutisaiheita mediatiedotteissa esiin nostettavaksi.

Aikaisemmassa Markkinointiohjelmassa perustettujen sosiaalisen median tilien 20 000 seuraajan yhteisöä pyritään kasvattamaan

Tavoitteena on, että julkaistavien mediatiedotteiden avausprosentti on yli vuositasolla yli 30 ja sosiaalisen median seuraajien lukumäärä kasvaa yli 20 prosenttia.

4.1.2. Vedestä ruokapöytään videokirjaston markkinointi ja täydentäminen

Markkinointiohjelmassa tuotettu noin 60 videota sisältävä YouTube-kanavan Vedestä ruokapöytään videokirjasto valmistui vuoden 2022 lopulla. Kanavaa on kevääseen 2023 mennessä katsottu yli 200 000 kertaa ja sen käyttöä ja tunnettuutta halutaan lisätä osana yritystoiminnan kestävän kasvun edistämistä

YouTube-kanava on tehty kuluttajille, mutta se palvelee yhtä hyvin esim. oppilaitoksia, kursseja ja koulutuksia järjestäviä tahoja tai yrityksiä.

Videokirjastoa markkinoidaan mediatiedotteissa, somekanavissa ja yhteistyökumppaneiden viestintäkanavissa.

Videokirjaston täydentäminen esiin nousevien toiveitten ja tarpeitten pohjalta voidaan toteuttaa erillisrahoituksella markkinoinnin ja laadun kehittämisohjelman rinnalla.

Tavoitteena on, että kanavan katselukertojen määrä nousee yli 300 000.

4.1.3. Kuluttajatrendien tunnistaminen kuluttajatutkimusten ja markkinaseurannan avulla ja näistä toimialalle tiedottaminen

Kalan markkinoinnin ja laadun kehittämisohjelma teettää toimialan tarpeisiin kuluttajatutkimuksia ja tiedottaa näistä toimialalle ja medialle.

Kuluttajatutkimusten suunnittelu tehdään yhteistyössä kala-alan yritysten ja Blue Product –ohjelman kanssa ja varmistetaan, että tutkimuksessa saadaan tarittavaa tietoa halutussa ja helposti hyödynnettävässä muodossa.

Kuluttajien asenteita ja niiden muutoksia seurataan tuottamalla aikaisempaan vertailukelpoista tutkimustietoa sekä ottamalla mukaan uusia, toimialan kiinnostukseen tai ajankohtaisiin ilmiöihin pohjautuvia kysymyksiä.

Luonnonvarakeskuksen toimialasta tuottama tieto ja markkinaseuranta ovat myös tärkeä väline niin toimialan trendien ja kehityksen seurannassa kuin Kalan markkinoinnin ja laadun kehittämisohjelman vaikuttavuuden arvioinnissakin.

Kuluttajatutkimusten ja markkinaseurannan tuloksien pohjalta tehdään ohjelman sisältöön tarvittavia täsmennyksiä.

Tavoitteena on tarjota toimialan ja median käyttöön ajankohtaista tutkimustietoa kuluttajien kalan käytöstä ja asenteista sekä arvioida Kalan markkinoinnin ja laadun kehittämisohjelman vaikuttavuutta.

Kuluttajatutkimukset tilataan ostopalveluna markkina-/kuluttajatutkimusyrittäjiltä.

4.1.4. Kasvatetun kalan positiivisen imagon vahvistaminen

Kotimaisen kasvatetun kalan tarjonta tulee niin vesiviljelystrategian kuin kotimaisen kalan edistämishajelman toteutusten edetessä ja onnistuessa kasvamaan merkittävästi. Jotta kyetään varmistamaan kuluttajakysynnän ja kasvavan tarjonnan kohtaaminen, toteutetaan kalankasvatustyritysten aloitteesta yhteistyössä Suomen Kalankasvattajaliiton kanssa osana Kalan markkinoinnin ja laadun kehittämisohjelmaa kasvatetun kalan tuotantoa, käyttöä ja ympäristövaikutuksia avaava kuluttajakampanja.

Osana kasvatetun kalan imagokampanjaa, kasvatetun kalan tuotannon esittelemiseksi ja avoimuuden ja läpinäkyvyyden lisäämiseksi konseptoidaan ja toteutetaan virtuaalisia yritysvierailuja kalankasvatustyrityksiin.

Virtuaalivierailujen aikana katsoja saa kuvan yrityksen toiminnasta ja yrittäjä on mukana esittelemässä toimintaansa ja vastaamassa osallistujien kysymyksiin.

Tavoitteena on tuoda näkyville kasvatetun kalan tuotantoa, tarjota faktatietoa ja antaa välittömästi vastauksia osallistujien kysymyksiin.

Suomen Kalankasvattajaliitto ohjelman osatoteuttajana vastaa tämän osuuden toteutuksesta. Käytännön toteutus tullaan hankkimaan ulkopuoliselta palveluntuottajalta (mainos-/viestintätoimisto) ja toteutuksessa hyödynnetään mahdollisuuksien mukaan aikaisemmassa Markkinoinnin innovaatio-ohjelmassa hyödynnettyä materiaalia, esimerkiksi Vedestä ruokapöytään -videokirjastoon tuotettua materiaalia.

Partneri/osatoteuttaja: Suomen Kalankasvattajaliitto

Aikataulu: syksy 2024 - kevät 2025

Budjetti 100 000 euroa

Erillinen tarkempi hankesuunnitelma liitteenä.

4.2. Työpaketti 2: Ammattikeittiöiden kalatarjonnan lisääminen

Kalatuotteitten hintojen nousu on johtanut siihen, että monissa ammattikeittiöissä kalatarjontaa on vähennetty tai jopa jätetty kokonaan pois.

Ammattikeittiöiden kalatarjonnan lisääminen on yhtenä teemana myös Blue Products innovaatio-ohjelmassa ja tämän työpaketin toimenpiteiden suunnittelussa ja toteutuksessa tehdään tiivistä yhteistyötä Blue Products ohjelman kanssa. Yhteistyössä innovaatio-ohjelmien, kalayritysten ja ammattikeittiöiden kanssa etsitään

ja pyritään löytämään ratkaisuja kalatarjonnan säilyttämiseksi ja lisäämiseksi ammattikeittiöissä

Toimenpiteitä suunnitellaan yhteistyössä em. kumppaneitten kanssa hyödyntäen mm. Blue Product ohjelman keväällä 2023 teettämän ammattikeittiökyselyn tuloksia sekä muita mahdollisia yhteistyökumppaneita esim. reseptikehityksessä ja uusien kalareseptien ja innovaatioiden saamiseksi suurkeittiöiden käyttöön helposti käytössä olevien toiminnanohjausjärjestelmien kautta

4.2.1. Uusia kalaruokaohjeita ammattikeittiöiden käyttöön

Kalatarjonnan lisäämiseen yhdeksi haasteeksi ammattikeittiöissä on kyselytutkimuksissa nostettu SK-mitoitettujen ja vakioitujen kalaruokaohjeiden puute. Kalan markkinoinnin ja laadun kehittämisohjelma tilaa ostopalveluna uusia ammattikeittiöille vakioituja kalaruokaohjeita. Ruokaohjeet tilataan yhteistyökumppanilta, joka tuntee ammattikeittiöiden olosuhteet, käytettävissä olevat laitteet ja kustannusrakenteen vaatimukset. Ensisijaisesti pyritään käyttämään tällä hetkellä vajaasti hyödynnetyistä kalaraaka-aineista kehitettyjä reseptejä, huomioiden kuitenkin asiakkaiden tarpeet, toiveet ja resurssit.

Uudet reseptit pyritään jakamaan ammattikeittiöiden käyttöön keittiöiden käytössä olevien toiminnanohjausjärjestelmien kautta.

Tavoitteena on saada kalaruoat takaisin niiden ammattikeittiöiden listoille mistä ne ovat kalan hinnan ja yleisen kustannustason nousun seurauksena jääneet pois sekä lisäämään kalaruokia nykyistä enemmän kaikkiin keittiöihin.

4.2.2. Showroom

Kalan markkinoinnin ja laadun kehittämisohjelma ryhtyy selvittämään ja etsimään kumppaneita Seafood Showroom -toiminnan konseptoimiseksi ja perustamiseksi. Seafood Showroom palvelisi sekä kalatuotteiden käytön lisäämistä ammattikeittiöissä että laadun kehittämistä.

Showroomissa on ammattikeittiöiden edustajilla erinomainen mahdollisuus tutustua uusiin tuoteinnovaatioihin ja reseptiikkaan niin ravintola-alan kuin kala-alan ammattilaistenkin opastuksella. Konseptia voidaan käyttää myös erilaisten kilpailuiden ja tapahtumien sekä visuaalisen tiedonvälityksen näyttämönä.

Tavoitteena on luoda toimiva Seafood Showroom konsepti ja aloittaa sen käyttö yhteistyökumppanien kanssa.

4.3. Työpaketti 3: Kalatuotteiden laadun parantaminen

Kalatuotteiden laadun parantaminen on kaikille innovaatio-ohjelmille läpileikkaava teema ja sitä tullaan tekemään kaikkien innovaatio-ohjelmien laajassa yhteistyössä sekä yhteistyössä järjestöjen ja kalatalousryhmien kanssa.

Laadun kehittäminen lähtee laadun käsitteen ja laatuajattelun ymmärtämisestä ja sisäistämisestä. Laatu tehdään yrityksissä ja kalan toimitusketjussa. Kaikki laatu on toiminnan laatua – oikein toimimalla oikea tuotelaatu syntyy automaattisesti.

Varsinainen laatutyö, järjestelmät ja sertifiointit, tehdään yrityksissä. Isommissa yrityksissä on jo käytössä sertifioidut laatuajattelut ja tavarantoimittajien auditoinnit, mutta arvoketjun yhteistyötä ja verkostoitumista tukemalla edistetään kaikkien yritysten alkutuotannosta kuluttajarajapintaan asti motivaatiota systemaattisen laatutyön tekemiseen. Markkinoinnin ja laadun kehittämisohjelman rooli tässä kokonaisuudessa voi olla koulutusten ja työpajojen järjestäjänä ja koulutuskokonaisuuksien konseptioijana. Lähtökohtana on, että laadun kehittäminen tehdään alan sisällä, ei julkisuuteen tiedottamisen kautta.

4.3.1. Laatu-teeman käsittely muissa innovaatio-ohjelmissa ja yhteistyön konkretisoiminen

Selvitetään miten muut innovaatio-ohjelmat aikovat käsitellä kaikkien ohjelmien läpileikkaavaa laadun parantamisen teemaa ja sovitaan käytännön yhteistyöstä ohjelmien kesken.

Tavoitteena on, että ei tehdä päällekkäisyyksiä vaan kaikkien ohjelmien laadun kehittämiseen tähtäävä työ tukee toinen toisiaan.

4.3.2. Laatukoulutus/työpajat kala-alan toimijoille

Työpakettien 4 kohdassa 4.3.5. Kalatuoteosaamisen kehittäminen VK-, HoReCa ja koulutuksen ammattilaisille suunnitellaan ja tuotetaan koulutuskonsepti edellä mainituille avainhenkilöryhmille. Tätä tuotettua koulutuspakettia hyödynnetään soveltuvin osin myös kala-alan toimijoiden koulutus-/teemapäivissä, joita voidaan toteuttaa sekä lähi- että etäkoulutuksina.

Koulutuksia/työpajoja voidaan toteuttaa myös alueellisina, jolloin esim. kalatalousryhmät tai neuvontajärjestöt voivat koordinoida koulutuksien järjestämistä alueillaan. Kalan markkinoinnin ja laadun kehittämisohjelma tuottaa kouluttajat ko. tapahtumiin.

Tavoitteena on, että kala-alan yrittäjät tunnistavat laadun merkityksen ja oikeat toimintatavat korkean laadun ylläpitämiseksi.

4.3.3. Rannikko- ja sisävesikalastajien hyvän käytännön ohjeen jalkauttaminen

Markkinointiohjelman loppuvaiheessa valmistuneet, Ruokaviraston arvioimat Hyvän käytännön ohjeet rannikko- ja sisävesikalastajille on julkaistu SAKL sivuilla sekä suomeksi että ruotsiksi, mutta niiden jalkauttaminen käytäntöön on vielä alkuvaiheessa.

Hyvän käytännön ohjeista informoidaan alkutuotannon yrittäjiä etujärjestöjen, kalatalousryhmien ja neuvontajärjestöjen kautta.

Tavoitteena on, että alkutuotannon yrittäjät sisäistävät roolinsa kalatuotteen laadun tekijänä ja tunnistavat oikeat toimintatavat. HKO toimii ohjeena myös laatukoulutuksissa.

Yhteistyötaho: kalatalousryhmät

4.3.4. Hyvän käytännön ohjeet pienimuotoiselle kalanjalostukselle

Laadun merkityksen kirkastaminen on tarpeen koko kalan elintarvikeketjussa. Markkinointiohjelmassa tuotettiin hyvän käytännön ohje rannikko- ja sisävesikalastajille, Markkinoinnin ja laadun kehittämissuunnitelmassa edetään ketjun seuraavaan portaaseen ja laaditaan HKO pienimuotoisille kalanjalostuslaitoksille.

Hyvä käytännön ohjeen laatimisesta ja jalkauttamisesta Markkinoinnin ja laadun kehittämissuunnitelmassa vastaa Ammattiopisto Livia.

Tavoitteena on, että pienimuotoisilla jalostajayrittäjillä on tieto ja ymmärrys laadun merkityksestä, miten tulee toimia ja he toimivat hyvän käytännön ohjeen mukaisesti.

Kun HKO on laadittu ja Ruokavirasto on sen arvioinut, järjestetään sen käytäntöön viemiseksi 3-5 koulutustilaisuutta eri puolilla Suomea.

Partneri/osatoteuttaja: Ammattiopisto Livia

Aikataulu: syksy 2024 – loppusyksy 2025

Budjetti: 20 000 euroa

Erillinen tarkempi hankesuunnitelma ja budjetti liitteenä.

4.3.5. Kalatuoteosaamisen kehittäminen VK-, HoReCa ja koulutuksen ammattilaisille *

Kalatuoteryhmän erityisosaamisen ja siihen liittyvän koulutuksen tarve on tunnistettu erityisesti VK- ja HoReCa-sektoreilla sekä oppilaitoksissa opettajina/kouluttajina toimivien keskuudessa. Osana Kalan markkinoinnin ja laadun kehittämissuunnitelmaa tuotetaan koulutuksiin soveltuva koulutusmateriaali ja -konsepti sekä järjestetään laaditun konseptin mukaisia koulutuspäiviä. Koulutuksista kerätyn palautteen pohjalta suunnitellaan ja tehdään tarvittavat muutokset laadittuun konseptiin sekä kartoitetaan tarvittavat jatkokoulutukset ja soveltuvat jatko- ja kertauskoulutusten muodot. Hankkeen aikana selvitetään myös tarve ja mahdollisuus koostaa kalatuoteryhmään liittyvän, AMK opiskelijoille opintopisteitä antavan opintokokonaisuuden tuottamiseksi. Mikäli em. opintokokonaisuuden tuottaminen nähdään tarpeelliseksi, toteutetaan se omana erillisenä hankkeenaan.

Tavoitteena parantaa em. kohderyhmien avainhenkilöiden ja ammattilaisten laatu- ja kalatuoteosaamista ja sitä kautta parantaa kalatuotteiden laatua sekä tuoteryhmän kiinnostavuutta ja kannattavuutta. Tuottamalla koulutuskonsepti ja kouluttamalla

avainhenkilöitä, sekä koulutusmateriaali että osaaminen jäävät käyttöön ja vakiinnutetaan käytäntöön.

Partneri/osatoteuttaja: Laurea AMK

Aikataulu: syksy 2024 – loppusyksy 2025

Budjetti: 100 000 euroa

Erillinen tarkempi hankesuunnitelma ja budjetti liitetään tähän toteutussuunnitelmaan niiden valmistuttua. Arvioitu valmistumisaika kesäkuu 2024.

*Kalatuoteosaamisen kehittäminen edellä mainittujen kohderyhmien avainhenkilöille tukee koko Kalan markkinoinnin ja laadun kehittämisohjelman tavoitteita ja erityisesti työpaketin 1, Kuluttajakysynnän ja -kiinnostuksen ylläpitäminen muuttuneessa markkinatilanteessa, tavoitteita ja toimenpiteitä.

4.4. Työpaketti 4: Innovatiivisia ratkaisuja verkostoitumalla

Toimialan haasteisiin etsitään ratkaisuja tukemalla sekä alan sisäistä että alan ulkopuolelle suuntautuvaa verkostoitumista. Tapahtumia markkinoidaan sekä alan toimijoille että muiden alojen asiantuntijoille ja pyritään saamaan mahdollisimman monipuolisia näkemyksiä ja laaja-alaista vuoropuhelua alan kehittämisen edistämiseksi.

4.4.1. Innovaatiopäivät

Kalatalouden Innovaatiopäivistä on muodostunut kala-alan merkittävin vuosittainen tapahtuma. Se on tärkeä viestinnän ja verkostoitumisen foorumi. Tapahtuma, joka kokoaa yhteen laajasti koko toimialan: alan yrittäjät, tutkimuksen, järjestöt, hallinnon ja muut alan yhteistyökumppanit

Tapahtuma järjestetään vuosittain marraskuun alussa osana Kalan markkinoinnin ja laadun kehittämisohjelmaa sen ohjelmaa kehitetään jatkuvasti osallistujilta saadun palautteen pohjalta.

Tapahtuman järjestelyissä tehdään tiivistä yhteistyötä muiden innovaatio-ohjelmien kanssa ja jaetaan niin ohjelman tuottamisen kuin kustannusten vastuuta kaikille ohjelmille. Jatkossa, jos/kun käytettävissä olevat resurssit ovat rajalliset, voidaan osallistujamäärää rajoittaa kiintiömällä eri tahoja edustavat osallistujamäärät.

Tavoitteena on, että Innovaatiopäivien osallistujamäärä on vuosittain vähintään 200 hlöä ja osallistujat edustavat kattavasti koko kalatalouden kenttää.

Innovaatiopäivien ajankohta julkaistaan hyvissä ajoin, vähintään puoli vuotta ennen tapahtumaa, jotta muilla mahdollisilla tahoilla, jotka haluavat tavoittaa Innovaatiopäiville osallistuvaa kohderyhmää, on mahdollisuus järjestää tapahtuman yhteyteen omaa oheisohjelmaansa.

Innovaatiopäivien yhteydessä on kahtena viimeisenä vuonna esitelty Seafood Innovations -kilpailun shortlistatut innovaatiot sekä julkistettu kilpailun voittaja. Seafood Innovations kilpailu on alun perin järjestetty osana MMM organisoiman Kalakumousverkoston toimia, ja kilpailun jatko riippuu ko. verkoston toiminnan jatkosta. Kilpailun shortlista ja voittajien julkistus tullaan ottamaan osaksi Innovaatiopäivien ohjelmaa, mikäli Seafood Innovations -kilpailun järjestämistä jatketaan.

4.4.2. Flavoria Innovation Festival - Kalainnovaatioviikko

Uusien innovatiivisten tekijöiden ja ratkaisujen löytämiseksi kalaketjun kehittämiseen ja innovaatioiden edistämiseen halutaan osallistaa myös eri alojen opiskelijoita. Tämän toteuttamiseksi järjestetään yhteistyössä Turun yliopiston Ravitsemus ja ruokatutkimuskeskuksen ja WiseFood – resurssiviisaat ruokaketjut -hankkeen kanssa eri alojen opiskelijoille suunnattu innovaatioviikko.

Innovaatioviikko toteutetaan Turussa syksyllä 2025 jo testattua konseptia ja kokemuksia hyödyntäen.

Kala-alan yrityksestä esitellään opiskelijatiimille todellinen ratkaistava ongelma, johon tiimit mentorien ohjauksessa työستävät ratkaisua

Opiskelijatiimeissä on opiskelijoita useasta eri oppilaitoksesta: yliopistolta, kauppakorkeasta, AMK:sta, ammattiopistosta

Innovaatioviikko järjestetään marraskuussa, jolloin se sopii opiskelijoiden ohjelmaan

Tavoitteena on löytää uusia innovatiivisia ratkaisuja alan haasteisiin ja herättää eri alojen opiskelijoiden kiinnostus kalatoimialan mahdollisuuksiin.

Partneri/osatoteuttaja: Turun yliopisto Ravitsemus ja ruokatutkimuskeskus

Aikataulu: syksy 2024 – joulukuu 2025

Budjetti: 43 000 euroa

Erillinen tarkempi hankesuunnitelma ja budjetti liitteenä.

4.4.3. Kalafoorumit

Kalafoorumi -konseptilla on Kalan markkinoinnin ja laadun kehittämisohjelmaa edeltäneen Kalatalouden markkinointiohjelman aikana järjestetty useita, tiettyyn teemaan paneutuvaa seminaari- ja keskustelutilaisuuksia.

Kalafoorumi -tapahtumia järjestetään tässäkin ohjelmassa kulloinkin ajankohtaisiin teemoihin keskittyen, ja mahdollisuuksien mukaan yhteistyössä kala-alan järjestöjen tai muiden innovaatio-ohjelmien kanssa.

4.5. Työpaketti 5: Kansainvälistymisen ja viennin edistäminen

Kalatuotteiden viennin ja kansainvälistymisen edistäminen on kirjattu tavoitteeksi niin EMKVR Suomen ohjelman 2021-2027 Kalatalouden monivuotisen tutkimus- ja kehittämissuunnitelmien rahoittamiseen sovellettavassa käyttösuunnitelmassa kuin Kotimaisen kalan edistämissuunnitelmassakin.

Tuoreen kalan ja kalatuotteiden viennin arvo oli 291,8 milj.€ vuonna 2022.

Tavoitteena on kasvattaa Suomen kalatuotteiden vientiä niin, että se vuonna 2035 on vähintään Kotimaisen kalan edistämissuunnitelman tavoitetasolla, 342 miljoonaa €

4.5.1. Suomen maaosasto Seafood Expo Global Barcelona

Kalan markkinoinnin ja laadun kehittämissuunnitelma koordinoi vuosina 2025 ja 2026 Suomen maaosaston Seafood Expo Global tapahtumaan.

Vuoden 2025 osallistuminen rahoitetaan osittain markkinoinnin ja laadun kehittämissuunnitelmasta, osittain yrityksiltä kerättävillä osallistumismaksuilla.

Vuoden 2026 osallistumiseen pyritään saamaan erillisrahoitus.

Kaikki 2023 ja 2024 mukana olleet yritykset ovat kiinnostuneet jatkossakin osallistumaan Suomen yhteisosastolle, minkä lisäksi muutama muu yritys on ilmaissut kiinnostuksensa lähteä mukaan, joten tulevaisuudessa on mahdollisesti tarve kasvattaa osaston kokoa osallistujamäärän kasvaessa.

Tavoitteena kasvattaa Suomen kalatuotteiden viennin määrää ja arvoa, vahvistaa yritysten olemassa olevia asiakassuhteita ja löytää uusia asiakkaita.

4.5.2. Kala-alan benchmarking- ja fact finding- matkat

Kalan markkinoinnin ja laadun kehittämissuunnitelma järjestää vuosittain kala-alan yrittäjille suunnatun kansainvälisen opintomatkan.

Benchmarking- ja fact finding- matkoja järjestetään yrittäjien toiveiden perusteella valittaviin kohteisiin.

Matkan kustannuksista ohjelman varoin katetaan kaikille yhteiset kustannukset, osallistujat vastaavat itse omista matka-, asumis- ja ruokailukuluistaan.

Tavoitteena on kala-alan yritysten verkostoitumisen tukeminen ja uusien toimintamallien omaksuminen.

4.5.3 Yhteistyö muiden vientiohjelmien ja vienninedistäjien kanssa

Food from Finland vientiohjelma päättyi vuoden 2023 lopussa ja ainakaan toistaiseksi sitä vastaavaa elintarvikeviennin edistämissuunnitelmasta ei ole käynnistetty.

Elintarvikevientiä edistämään on vuoden 2024 alussa perustettu yhdistys ja kala-alan jalostusyritysten on vuoden 2024 alusta lähtien mahdollista päästä mukaan myös joihinkin Team Finlandin rahoituspalveluihin.

Markkinoinnin ja laadun kehittämisohjelma seuraa elintarvikeviennin edistämisen palveluiden ja rahoitusmahdollisuuksien kehitystä ja tiedottaa niistä kala-alan yrityksille.

5. VIESTINTÄ

Kalan markkinoinnin ja laadun kehittämisohjelma osallistuu Luonnonvarakeskuksen koordinoimien innovaatio-ohjelmien yhteiseen viestintään, viestinnän suunnitteluun ja viestintäpalvelun hankintaan ulkopuoliselta viestintätoimistolta.

Innovaatio-ohjelmien koordinoitua viestinnän palvelut hankitaan Luonnonvarakeskuksen kilpailuttamalta sopimuskumppanilta, viestintätoimisto KasKas Medialta.

6. BUDJETTI

Kalan markkinoinnin ja laadun kehittämisohjelman budjetiksi ajalle 2023 - 2028 on huhtikuussa 2023 avatussa hakumenettelyssä ilmoitettu 1 600 000 euroa.

Ensimmäisen vaiheen, 06/2023 – 06/2026, jota tämä suunnitelma koskee, budjetti on 1 000 000 euroa.

Yllä esitetyn ohjelman budjetin lisäksi ohjelman toteuttaja voi hakea erillishakumenettelyssä rahoitusta erillishankkeisiin.

Rahoituksen alustava jakaantuminen pää- ja osatoteuttajien kesken on esitetty alla olevassa taulukossa:

Ensimmäisen vaiheen 06/2023 – 06/2026 budjetti

Toteuttaja	€
Ensimmäinen jakso 06/2023-05/2024	115 000
Pro Kala	432 000
Ammattiopisto Livia	20 000
Turun yliopisto Ravitsemus ja ruokatutkimuskeskus	43 000
Laurea AMK	100 000
Suomen Kalankasvattajaliitto	100 000
Sitomaton	190 000
Yhteensä	1 000 000

Koko budjetista palkkakulujen osuus on 420 000 euroa, Flat rate 63 000 euroa ja muut kustannukset 517 000 euroa.

Kalan markkinoinnin ja laadun kehittämisohjelma sisältää muita kuin palkkakuluja (=ulkopuolelta hankittavia ostopalveluja) tutkimusohjelmista poikkeavan luonteensa vuoksi muita innovaatio-ohjelmia enemmän ja vastaavasti palkkakuluja vähemmän (42% vrt. 75 %)

Sitomattoman osuuden jakautuminen eri kustannuslajeihin on arvio.

Pro Kalan osuus sisältää ohjelman toteuttamisesta, hallinnosta, koordinoinnista ja viestinnästä aiheutuvia kustannuksia, Pro Kalan työsuhteen perusteella maksamien palkkojen perusteella maksettavan flat raten (15 % palkkakuluista (sivukuluineen)) sekä Kalan markkinoinnin ja laadun kehittämisohjelman tutkimusohjelmista poikkeavan luonteen vuoksi ulkopuolelta hankittavia ostopalveluja, mm. tapahtumien järjestämisestä aiheutuvia kustannuksia (esim. tilavuokrat, kokouspaketit, puhujapalkkiot), messuosallistumisen ja -rakentamisen palveluja.

Rahoituksen jakaantuminen eri työpakettien kesken on esitetty alla olevassa taulukossa:

TP 1: Kuluttajakiinnostuksen ylläpitäminen muuttuneessa markkinatilanteessa	180 000
TP 2: Ammattikeittiöiden kalatarjonnan lisääminen	70 000
TP 3: Kalatuotteiden laadun parantaminen	120 000
TP 4: Innovatiivisia ratkaisuja verkostoitumalla	170 000
TP 5: Kansainvälistymisen ja viennin edistäminen	200 000
Hallinto, koordinointi ja viestintä	70 000
Sitomaton	190 000
YHTEENSÄ	1 000 000 €

7. VAIKUTTAVUUS

Kalan markkinoinnin ja laadun kehittämisohjelman vaikuttavuutta arvioidaan seuraavin mittarein:

- Säännöllisesti toistettavien kuluttajatutkimusten tulokset – kuluttajakäyttäytymisen ja kuluttajien asenteiden muutokset
- Luonnonvarakeskuksen markkinaseurannassa yrityksiltä saatava palaute
- Luonnonvarakeskuksen toimialakatsauksen informaatio
- Toimialan liikevaihdon kehitys: tavoitteena kasvua 3-5 % vuodessa

- Kalan kulutuksen muutokset: tavoitteena kasvu 5 % vuodessa
- Uudet markkinoinnin ja menekinedistämisen ratkaisut
- Viennin kasvu: tavoite 10 % vuodessa

8. YHTEISTYÖ MUIDEN INNOVAATIO-OHJELMIEN KANSSA

Kalan markkinoinnin ja laadun kehittämisohjelma pyrkii tekemään yhteistyötä kaikkien muiden innovaatio-ohjelmien kanssa. Ohjelman hankesuunnitelman kirjoittamisen vaiheessa eniten tunnistettuja yhteistyömahdollisuuksia on Blue Products ohjelman kanssa.

Kalastuksen, vesiviljelyn ja ympäristön kehittämisohjelmien kanssa selvitetään ja pyritään tunnistamaan yhteistyön mahdollisuuksia kun ohjelmat ovat käynnistyneet.

Kaikkien Innovaatio-ohjelmien koordinaattorit tapaavat säännöllisesti kuukausittain järjestettävissä koordinaattoripalaverissa, missä käsitellään mm. ohjelmien yhteisen viestinnän asiat sekä tilannepäivitys jokaisessa ohjelmassa.

9. KEHITTÄMISOHJELMAN KEHITTÄMISSUUNNITELMA

Kalan markkinoinnin ja laadun kehittämisohjelman perusajatuksena on hankesuunnitelman ja toiminnan jatkuva kehittäminen ja kriittinen tarkastelu niin ohjausryhmässä kuin jatkuvassa aktiivisessa vuorovaikutuksessa Pro Kalan yhteistyöverkostossa. Vastuun ohjelman toteutuksesta ja hankesuunnitelman päivittämisestä kantaa ohjelman ohjausryhmä, joka tekee myös hankesuunnitelman päivityksiin liittyvät ehdotukset.

Ohjausryhmä arvioi, käsittelee ja tarvittaessa päivittää kehittämisohjelman suunnitelmaa vuosittain sekä tekee ELY-keskukselle ehdotuksensa sitomattoman rahoitusosuuden käytöstä.

Pidätämme Pro Kala ry:llä oikeudet esittämiemme toimenpiteiden toteuttamiseen, mikäli markkinoinnin ja laadun kehittämisohjelmalle ei myönnetä rahoitusta.

Kasvatetun kalan positiivisen imagon vahvistaminen

Kalan markkinoinnin ja laadun kehittämisohjelma, partnerina Suomen kalankasvattajaliitto ry.
Tavoiteaikataulu syksy 2024 – kevät 2025.

HANKKEEN TAUSTA JA TARVE

Kotimaisen kasvatetun kalan tarjonta tulee niin vesiviljelystrategian kuin kotimaisen kalan edistämishajonnan toteutusten edetessä ja onnistuessa kasvamaan merkittävästi. Jotta kyetään varmistamaan kuluttajakysynnän ja kasvavan tarjonnan kohtaaminen, toteutetaan yhteistyössä Suomen Kalankasvattajaliiton kanssa osana Kalan markkinoinnin ja laadun kehittämisohjelmaa kasvatetun kalan tuotantoa, käyttöä ja ympäristövaikutuksia avaava kuluttajakampanja.

Kuluttaja toivoo saavansa kotimaista lähiruokaa ja tarjonnan lisäämisessä kalanviljely on avainasemassa. Kalanviljelytoimialan imagoa halutaan parantaa ja tuoda esiin todellista tietoa tämän päivän kalataloudesta ja sen vaikuttavuudesta. Kalanviljelyn ympäristövaikutuksista on edelleen vallalla käsityksiä, jotka eivät perustu nykytietoon. Suomalaisella kalanviljelyllä on merkitystä niin kotimaassa kuin vientimarkkinoillakin.

TAVOITTEET

Hankkeen tavoite on vaikuttavuuden, kalanviljelyn tunnettavuuden ja julkisuuskuvan parantaminen. Tavoitteena on tuoda näkyville kasvatetun kalan tuotantoa, kalanviljelijöiden näkemyksiä sekä tarjota todellista tietoa nykypäivän kalanviljelystä ja antaa välittömästi vastauksia hankkeen tapahtumiin osallistuvien kysymyksiin. Kun kalanviljely tunnetaan paremmin, kalanviljely-yritysten toiminta ja kannattavuus paranevat, jolloin alan tuottavuus ja kilpailukyky paranee.

TOIMENPITEET

Hankkeen tarkoituksena on kalanviljelytuotannon yleisen hyväksyttävyyden ja arvostuksen nostaminen viestinnän avulla. Toimialan näkyvyyttä onkin lähdeävä tavoittelemaan viestinnän monikanavaisuutta lisäämällä.

Kalanviljelyä, kasvatetun kalan tuotantoa ja kalan reittiä vedestä ruokapöytään esitellään mediatiedotteissa, avainhenkilöille järjestettävillä tutustumiskäynneillä kalankasvatusyrityksiin ja aktiivisesti eri medioiden toimittajia ja toimituksia suoraan lähestymällä.

Osana kasvatetun kalan imagokampanjaa, kasvatetun kalan tuotannon esittelemiseksi ja avoimuuden ja läpinäkyvyyden lisäämiseksi konseptoidaan ja toteutetaan virtuaalisia yritysvierailuja kalanviljely-yrityksiin. Virtuaalivierailujen aikana katsoja saa kuvan yrityksen toiminnasta ja yrittäjä on mukana esittelemässä toimintaansa ja vastaamassa osallistujien kysymyksiin.

Virtuaalivierailujen aiheita:

- Tuodaan esille, että kotimaista kalaa ja sen saatavuutta pidetään itsestään selvänä – sitä se ei kuitenkaan ole
- Esitellään virtuaalisesti eri tuotantomuotoja (Suomella on erinomaiset olosuhteet kestäväan kalanviljelyyn)
- Esitellään kotimaisen kalanviljelyn yhteiskunnallisia vaikutuksia ympäristöasioiden, työllisyyden ja kansanterveyden näkökulmasta

- Osoitetaan, että puhtaan ja hyvän veden tilan saavuttaminen on kalanviljelyalalle elintärkeää, koska tuotantolaitoksemme sijaitsevat vedessä.
- Kerrotaan, että kalanviljelytoimiala ei saa tuotantotukia ja toimii kansainvälisesti markkinaehtoisesti.
- Kerrotaan, että kalanviljelyn suorat työllisyysvaikutukset ulottuvat kalanviljelylaitoksiin, perkaamoihin, kalanjalostukseen, tukkuihin, kalanrehutuotantoon ja vähittäismyyntijakeluun.
- Puhtaat vesistöt, tuotannon vastuullisuus, turvallinen tuote ja raaka-aineen terveellisyys ovat kilpailutekijöitä myös ulkomaankaupassa.

Virtuaalivierailujen tavoitteena on saada suomalaiset suosimaan valinnoissaan kotimaista, kestävästi tuotettua kalaa sekä saada osallistujat ymmärtämään kokonaiskuva kalanviljelystä ja kitkeä pois historiaan pohjautuva vastahakoisuus.

TOTEUTUS

Suomen Kalankasvattajaliitto ohjelman osatoteuttajana vastaa tämän osuuden toteutuksesta. Käytännön toteutus tullaan hankkimaan ulkopuoliselta palveluntuottajalta (mainos-/viestintätoimisto) ja toteutuksessa hyödynnetään mahdollisuuksien mukaan aikaisemmassa Markkinoinnin innovaatio-ohjelmassa hyödynnettyä materiaalia, esimerkiksi Vedestä ruokapöytään -videokirjastoon tuotettua materiaalia.

Aikataulu: syksy 2024 - kevät 2025

KUSTANNUSARVIO:

	kustannusarvioarvio
Palkkakustannukset	20 000,00
(Liitto)	
Matkakulut	1 000,00
(Liitto)	
Ostopalvelut	75 250,00
(mm. mainos-/viestintätoimistot, koustilat)	
Muut kulut	
(mm. tarvikkeet yms.)	750,00
Flat rate	
	3 000,00
Kustannukset yhteensä	100 000,00

Hankesuunnitelma
20.2.2024

KALAN MARKKINOINNIN JA LAADUN KEHITYSOHJELMA

Kalatuotteiden laadun parantaminen: ”Hyvän käytännön ohje pienille kalanjalostajille”

Taustaa	Pro Kala ry koordinoi Kalan markkinoinnin ja laadun kehittämisohjelmaa. Ohjelman suunnitelmaan osana kalatuotteiden laadun parantamista on kirjattu hyvän käytännön ohjeen tuottaminen pienille kalanjalostajille.
Tavoite	Ohjelman tavoitteena on tuottaa ”Hyvän käytännön ohje pienille kalanjalostajille” kalan tuotantoketjun laadun parantamiseksi sekä järjestää koulutus- ja infotilaisuuksia kohderyhmälle oppaan jalkauttamiseksi.
Toimenpiteet	1. Kirjallinen tuotos: ”Hyvän käytännön ohje pienille kalanjalostajille”. 2. Koulutus- ja infotilaisuudet oppaan jalkauttamiseksi kentälle (viisi tapahtumaa).
Partnerin rooli	Pro Kala ry koordinoi Kalan markkinoinnin ja laadun kehittämisohjelmaa. Peimarin koulutuskuntayhtymä (Ammattiopisto Livia) toimii Pro Kalan ry:n partnerina ohjelmassa ja vastaa solmittavan partnerisopimuksen mukaisesti tämän osan toteuttamisesta. Ammattiopisto Livia tuottaa oppaan alusta loppuun ja hyväksyttää sen Ruokavirastolla sekä on mukana järjestämässä koulutus- ja infotilaisuuksia kohderyhmälle.
Aikataulu	Ohjelma toteutetaan 1.8.2024-31.12.2025. Se edellyttää tekijältään kahden kuukauden kokonaistyöpanoksen sekä koulutus- ja infotilaisuuksien järjestämiseen vaadittavan työpanoksen. Tuotannollinen työ toteutetaan 31.5.2024 mennessä, jonka jälkeen opas lähetetään Ruokaviraston tarkasteltavaksi ja hyväksyttäväksi. Koulutus- ja infotilaisuuksia on tavoitteena järjestää syksyn 2025 aikana. Ammattiopisto Livia tekee työhön myös Ruokaviraston mahdollisesti vaatimat muutokset ja korjaukset.
Työntekijät	Oppaan tuotannollisesta työstä sekä koulutus- ja infotilaisuuksien järjestämisestä vastaa kalatalouden päätoiminen tuntiopettaja Lari Karlsson sekä Ammattiopisto Livian kalatiimin henkilöstö.
Budjetti ja rahoitus	Hankkeen rahoitus tulee markkinoinnin ja laadun kehittämisohjelman rahoituskokonaisuudesta. Hankkeen budjetti on 15015 €. Budjetti koostuu oppaan tuotannon palkkakuluista (9000€). Lisäksi budjetti koostuu koulutus- ja infotapahtumien järjestämisestä aiheutuvista kuluista (9000€), joihin kuuluvat työntekijän palkkakulut sivukuluineen, matkakulut, tilavuokrat ja tarjoiluista aiheutuvat kulut. Budjettiin lasketaan mukaan myös prosenttimääräiset kulut (flatrate 15 % → 1800€). Tarkempi laskelma alla.

Budjettilaskelma

Oppaan tuotanto		
Työntekijän palkkakulut sis. sivukulut	2*4500	9000€
Tapahtumien järjestäminen		
Työntekijän palkkakulut sis. sivukulut	5*600	3000€
Matkakulut (matkustus, majoitus, päivärahat)	5*600	3000€
Tilavuokrat ja tarjoilut	5*600	3000€
Prosenttimääräiset kulut		
Flatrate 15% palkkakuluista	12000*0,15	1800€
	YHTEENSÄ	= 19800€

Flavoria Innovation Festival – kalainnovaatioviikko

Hankesuunnitelma/Ravitsemus- ja ruokatutkimuskeskus Emma Sivula, Anni Kerttula, Anu Hopia

Tavoitteet

Tavoitteena on järjestää laajamittainen innovaatioviikko, joka keskittyy kestävän kehityksen haasteiden ratkaisemiseen Suomen kalatalouden alalla. Tapahtuman avulla pyritään luomaan merkittävää yhteistyötä yritysten ja opiskelijoiden välille sekä edistämään uusien tuote- ja palveluinnovaatioiden syntymistä kala-alan kestävyuden edistämiseksi. Tavoitteena on saada mukaan yrityksiä ja opiskelijoita eri puolilta Suomea. Tapahtuma järjestetään yhteistyössä Euroopan aluekehitysrahaston (EAKR) rahoittaman WiseFood – resurssiviisat ruokaketjut -hankkeen kanssa.

Innovaatioviikon toiminta-alue, kohderyhmät ja kulku

Tavoitteena on lähestyä Suomen kalatalouden yrityksiä ja toimijoita laajasti ja kerätä heiltä ajankohtaisia ruokaketjun kestävän kehityksen haasteita monialaisten opiskelijatiimien ratkottavaksi. Innovaatioviikolle haetaan mukaan opiskelijoita eri koulutusohjelmista ja koulutusasteista, kuten yliopistosta, ammattikorkeakoulusta ja ammattikouluista. Flavoria Innovation Festivalia on järjestetty vuodesta 2022 alkaen eri hankkeiden puitteissa, ja viimeisimmässä tapahtumassa oli mukana viisi yritystä ja lähes 50 opiskelijaa. Vuonna 2025 tavoitteena on kasvattaa tapahtumaa niin mukaan otettavien yritysten kuin opiskelijoidenkin osalta.

Innovaatioviikolle otetaan mukaan enintään kahdeksan yrityshaastetta, jotka voivat liittyä esimerkiksi markkinointiin, datan käyttöön, tuotekehitykseen tai tuotantoon. Yritysten ja ulkopuolisten mentoreiden avustuksella opiskelijatiimit ratkaisevat haasteita ja kehittävät ideoita, jotka he esittävät yrityksille viikon päätteeksi. Viikon tuloksista viestitään julkisesti, mutta varsinaiset ratkaisut jäävät vain haasteen antaneen yrityksen käyttöön.

Innovaatioviikko tarjoaa matalan kynnyksen ponnahduslaudan opiskelijoiden ja yritysten väliseen yhteistyöhön, jota kannustetaan jatkamaan vielä tapahtuman jälkeen esimerkiksi opiskelijan lopputyön muodossa. Viikon aikana opiskelijoille avautuu parempi ymmärrys kala-alan monimuotoisuudesta ja työllisyysmahdollisuuksista.

Opiskelijat saavat osallistumisesta kaksi opintopistettä, mikä edellyttää noin 50 työtuntia. Opintopisteet muodostuvat innovaatioviikon aikana tapahtuvasta työskentelystä, mutta myös ennen viikkoa tapahtuvaan haasteeseen ja yritykseen perehtymisestä. Kaikkien opiskelijoiden ennakkomateriaaliksi

kerätään myös kalatalouteen liittyvää oppimismateriaaleja. Mahdollisuuksien mukaan opiskelijat pääsevät tutustumaan yritysten toimintaan jo ennen tapahtumaa yritysvierailuilla tai esitysten kautta.

Viestintä

Opiskelijoiden ja yritysten tavoittamiseksi laaditaan viestintäsuunnitelma, jota lähdetään toteuttamaan riittävän ajoissa ennen varsinaisen tapahtuman alkua (ks.aikataulu). Viestinnässä hyödynnetään toteuttajien käytettävissä olevia kanavia ja verkostoja, kuten Turun yliopiston ja WiseFood-hankkeen verkkosivuja ja sosiaalisen median kanavia sekä ProKala ry:n kanavia.

Innovaatioviikon tuloksista viestitään laajasti edellä mainituissa verkostoissa, ja niitä voidaan hyödyntää hankkeen muussa viestinnässä ja toiminnassa.

Aikataulu

Innovaatioviikon valmistelu:

- Tiedotus aloitetaan jo syksyn 2024 aikana, jolloin viestitään kalatalouden eri kanavissa ja tapahtumissa.
- Tammikuu 2024: Markkinointisuunnitelman laatiminen yrityksille ja opiskelijoilla. Sidosryhmien kartoitus
- Helmi-huhtikuu 2025: Markkinointi yrityksille ja yrityshaasteiden kerääminen ja valinta.
- Touko-heinäkuu 2025: Tapahtuman käytännön järjestelyt, ennakkomateriaalien suunnittelu, tapahtumapaikan varaus.
- Elo-syyskuu 2025: Opiskelijamarkkinointi ja tiimien kokoaminen.

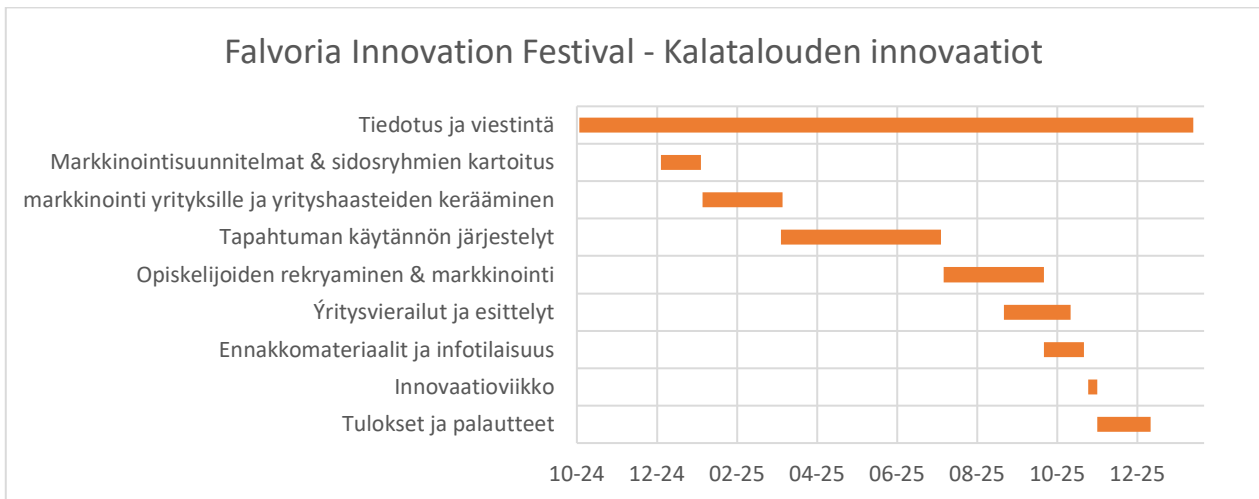
Innovaatioviikko:

- Marraskuu 2025: Yritysten ja opiskelijoiden yhteistyön toteutus, haasteiden ratkaiseminen.

Innovaatioviikon jälkeen:

- Innovaatioviikon tulosten esittäminen yrityksille, julkinen tiedottaminen. Palautteen kerääminen yrityksiltä, opiskelijoilta ja muilta sidosryhmiltä.
- Mahdollisten jatko-toimenpiteiden suunnittelu.
- Joulukuun 2025 loppuun mennessä: Raportin toimittaminen kokonaisuuden toteuttamisesta ja tuloksista ohjelman päätoteuttajalle Pro Kala ry:lle

Toimenpiteiden aikataulu:



Toteuttajat

Hankkeen hakija ja koordinaattori on ProKala ry, ja Flavoria Innovation Festival -kalainnovaatioviikon toteuttajana toimii Turun yliopiston Ravitsemus- ja ruokatutkimuskeskus. Turun yliopisto on kansainvälisesti kilpailukykyinen monialainen tutkimusyliopisto, joka toimii aktiivisessa vuorovaikutuksessa yhteiskunnan kanssa.

Flavoria Innovation Festival -kalainnovaatiotapahtumassa tehdään yhteistyötä mm seuraavien hankkeiden ja organisaatioiden kanssa:

- WiseFood -Resurssiviisaat ruokaketjut
- Turun kaupunki
- Turun ammatti-instituutti
- Turun ammattikorkeakoulu

Budjettisuunnitelma/resurssit:

Projektikoordinaattori: Vastaa tapahtuman koordinoinnista, viestinnästä, toteutuksesta. Yhteensä 4,5 htkk, joka jakautuu noin 12 kk ajalle.

Projektiasiantuntijat: Yhteensä 2 htkk, joka jakautuu useamman henkilön kesken. Osa-aikaiset projektiasiantuntijat avustavat eri tehtävissä erityisesti marraskuussa innovaatioviikon aikana.

Ostopalvelut: Asiantuntija-puheenvuorojen budjettiin on laskettu mukaan mm. mentoreiden, asiantuntijoiden, ulkopuolisten tiimin vetäjien palkkiot sekä heidän mahdolliset matka- ja majoituskulut. Muita kuluja muodostuu erityisesti markkinointi- ja viestintämateriaaleista. Näistä voidaan osa budjetoida

myös mahdollisiin tilavuokriin, mutta pääasiassa tapahtuma pyritään järjestämään Turun yliopiston tiloissa.

Kustannusarvio, Innovation festival	
Palkat	29 000,00 €
- Koordinaattori (4,5 htkk)	20 000,00 €
- Projektiasiantuntija (2 htkk)	9 000,00 €
Palkkiot	1 000,00 €
- Mahdolliset palkinnot*	1 000,00 €
Ostopalvelut	8 600,00 €
- Asiantuntijapuheenvuorot	7 000,00 €
- aineet ja tarvikkeet innovaatioviikolle	100,00 €
- tapahtumien tila- ja järjestelykulut	0,00 €
- viestintä ja markkinointikulut, materiaalikulut ja painokulut	1 500,00 €
Vuokrat	0,00 €
-	
Muut kulut	0,00 €
-	
Flat rate 15%	4 350,00 €
Kustannukset yhteensä	42 950,00 €