



BUSINESS FINLAND

RUOKAKETJUN TRANSFORMAATIO -TYÖPAJAT
RYHMÄTÖIDEN DATAT

1.9/2.9. 2020



BUSINESS FINLAND

RUOKAKETJUN TRANSFORMAATIO -TYÖPAJAT
1.9. 2020 - RYHMÄ HALU

1.9/2.9. 2020

DATA-RUOKAKETJU- VIENTI

Markkinointiosaaminen

Liiketoimintaosaaminen

Globaalisuus

Kuluttajapalvelu

Rohkeus

Innovaatiot

Osaaminen

Luottamus

Palkitsevuus

Selkeys

Ekologisuus

Eurooppalaisuus

Helppous

Pelillisuus

Datan jakamisen säännöt

Rajapinnat

Jäljitettävyys

Läpinäkyvyys

Ruokaturvallisuus

Kuluttajaymmärrys

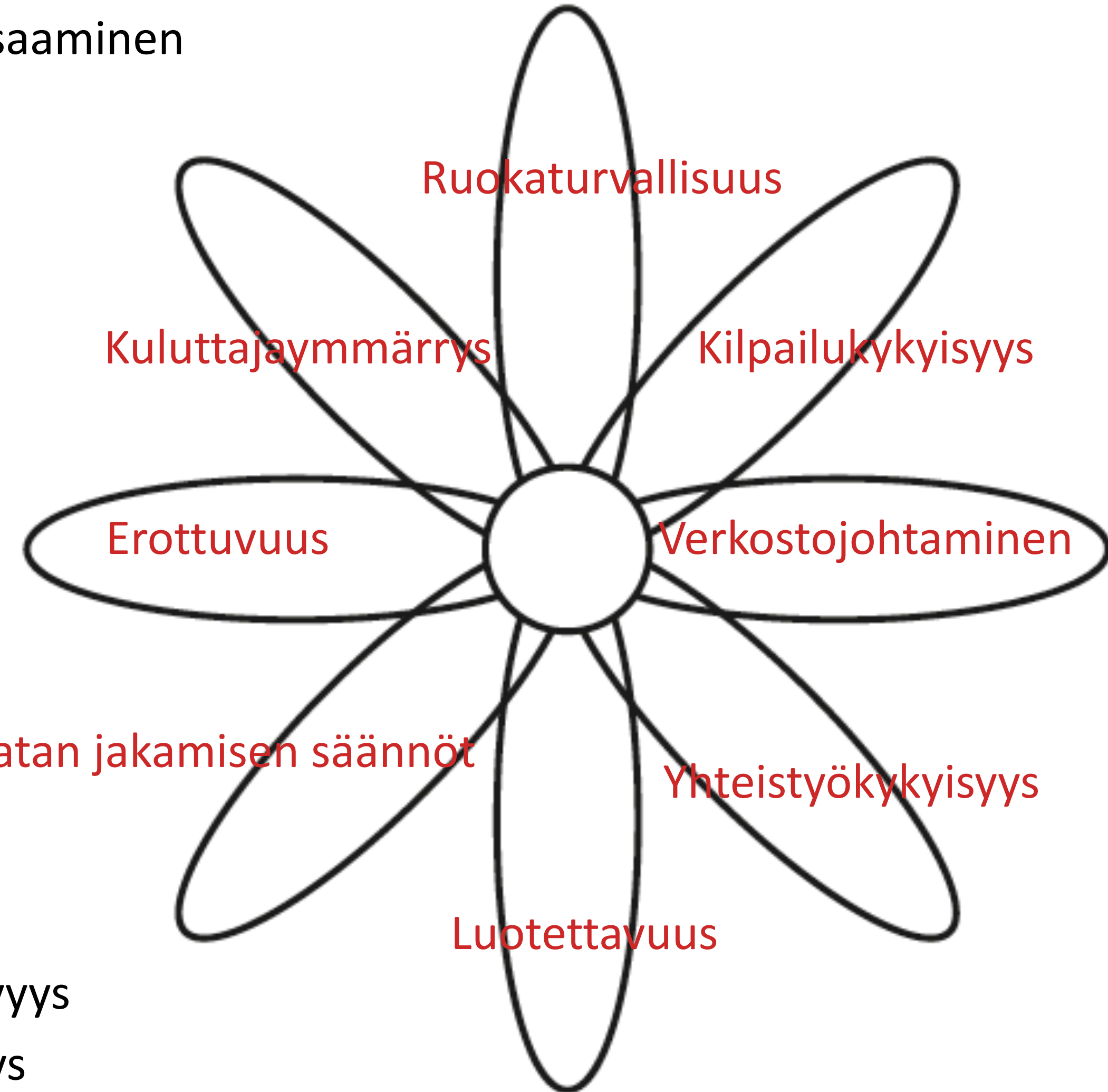
Erottavuus

Kilpailukykyisyys

Verkostojohtaminen

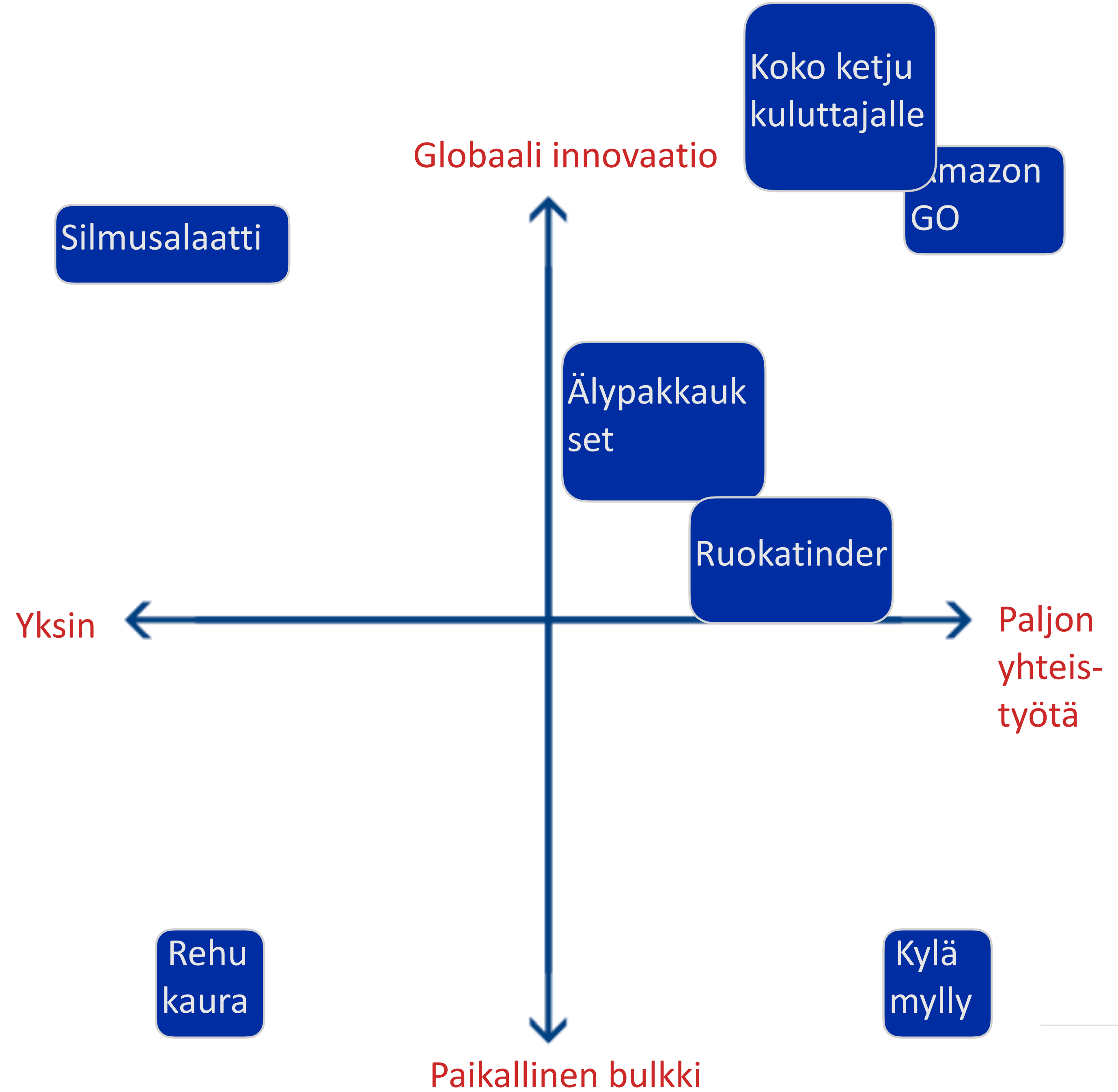
Yhteistyökykyisyys

Luotettavuus



DATA-DATA

Kaikki yhdessä



Jokainen yksin

Visio

Visionamme on kymmenkertaistaa Suomen elintarvikevienti euroissa.

Sen saavuttaminen on erityisen vaikeaa, koska kukaan ei investoi kansainvälisiin brändeihin.

Visiota pitää lähteä toteuttamaan juuri nyt, koska nyt on oikea hetki kilpailuetuihin.

Tämän vision syntymistä ovat innostaneet ymmärrys voimien yhdistämisen mahdollisuudesta.

Vision toteutumiseksi tuottajat, teollisuus, kauppa, logistiikka, tutkimus ja valtionhallinto ja etujärjestöt pitää tehdä yhteistyötä.

Haluamme tämän vision konkretisoituvan 5 vuodessa.

Vision toteutumisen tärkeimmät vaiheet ovat välittömät liiketoimintakeskeiset kokeilut ja pilotit, laaja yhteistyösopimuksin, voimien keskittäminen samaan maaliin ja suuremmat panostukset.



BUSINESS FINLAND

RUOKAKETJUN TRANSFORMAATIO -TYÖPAJAT
1.9. 2020 - RYHMÄ KYKY

1.9/2.9. 2020

Data Ruokaketju Vienti

Asiakas: myös as. tarpeiden
Osalta yhteiset standardit ovat
avainasemassa

**! Kotimaan
Kasvukilpailukyky ensin
kuntoon**
-kustannuskilpailukyky
(viennin edellytys)

Teknologiakehitys:
EU-datastrategia (maataloudelle
data space, nykyiset alustat liitetään
Yhteen). Ei esteitä alustojen välillä)

**Säännöt liiketoimintaekosysteemeille –
millä periaatteilla dataa jaetaan?**

Halu sitoutua
Yhteisiin tietomalleihin?

**Yhteiset
Standardit,
tietomallit**
(->yhteiset alustat)
→ globaalit standardit,
Jotta voidaan skaalata
Kv-tasolle (tuotetieto, kauppätietojen
Standardointi)

**Kilpailukyvyn
edellytykset**

**Ilmastovaikutusten
Hallinta**
Laskenta, raportointi

**Arvoketjujen
Hallinta**
Data ja läpinäkyvyys
arvoketjuissa (yhteistyön
vaatimus)

Data kasvukilpailukyvyn lähde

Datan saatavuus ja laatu

Datan keruu: yksityiskohtaista tietoa
Alkutuotannosta saadaan jo

Datan yhdistettävyyys:
Yritysten tuottaman datan
Yhdistettävyyys
Rajapinnat haaste.

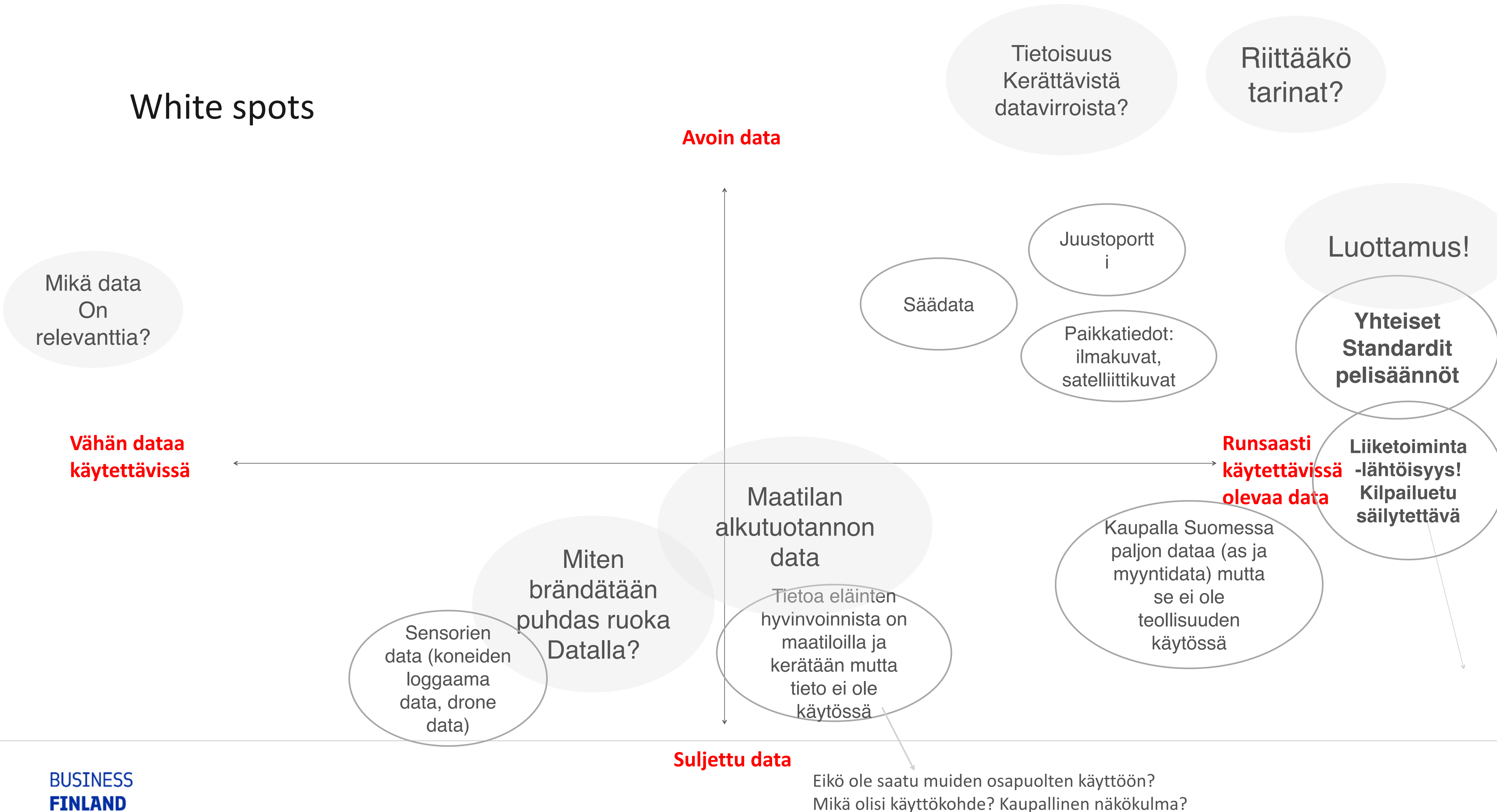
Mitä asiakas tarvitsee?
Asiakkaan ymmärtäminen
Kuluttajien arvostusten
muutokset ja tarpeet

Asiakasymmärrys

Datan kaksisuuntaisuus

On-demand
Data kuluttajalta tuottajalle
Miten tuottajat voivat
Sitoutua tuottamaan
Suuriakin määriä (datan
Perusteella)

White spots



Visio

Miten
brändätään
puhdas ruoka
Datalla?

Riittääkö
tarinat?

Yhteiset
Standardit
pelisäännöt

Liiketoiminta
-lähtöisyys!
Kilpailuetu
säilytettävä

Luottamus!

Visionamme on ____laaja standardoidun tiedon hyödyntäminen ruokaketjussa kansallisesti ja kansainvälisesti__maailman Maukkaimman ja maailman parhaiten brändätyn ruuan aikaansaamiseksi__. Meillä on maailman läpinäkyvin ruokaketju_____.

Sen saavuttaminen on erityisen vaikeaa, koska__meillä ei ole dataa vielä riittävästi. Meiltä puuttuu myös toimintamalli, Tarvitaan kulttuurinen muutos.

Visiota pitää lähteä toteuttamaan juuri nyt, koska_EU:n Datastrategiaa implementoidaan nyt ja elämme haasteellisia aikoja pandemian kourissa ja olemme jo jäljessä.

Tämän vision syntymistä ovat innostaneet esimerkiksi Irlannin *Origin Green* brändi.

Vision toteutumiseksi yritykset, järjestöt ja viranomaiset pitää tehdä yhteistyötä.

Haluamme tämän vision konkretisoituvan __5__ vuodessa.

Vision toteutumisen tärkeimmät vaiheet ovat kokeilut, co-design, yhteinen ymmärrys, tahtotila, standardit. rahoitus.



BUSINESS FINLAND

RUOKAKETJUN TRANSFORMAATIO -TYÖPAJAT
2.9. 2020 - RYHMÄ KYKY

1.9/2.9. 2020

KV-benchmarking

Irlanti ja Tanska, Hollanti:

Voidaan vertailla edelläkävijämarkkinoita yhdessä
Kokonaisuuksien hallinta!

Avaimet käteen paketti asiakkaalle (viemme osaamista)
(Muutakin kuin eläinperäisiä tuotteita)

Markkinointiin

Panostaminen kansainvälisesti

Yhteisen tarinan luonti alusta saakka, myös
standardien luomisessa

*Viherpesu ja markkinointitoimet,
Riittääkö tämän päivän kuluttajalle?*

Asiakkaan motivaatioiden

Tunteminen

(ymmärrämmekö minkä

Tunteen viestimme aiheuttaa?)

Tarjoamme uutta tietoa kuluttajalle. esim

Eläinten hyvinvointi

Todennettu tieto asiakkaalle päin

Faktoista lähtevä viestintä

Tilalta lähtien mittausdatan

Hyödyntäminen (rehustaminen jne)

Datan moninaisuus:

Kuluttajadata,
sensoridata

Vientiin löydettävä

Kyky toimia läpinäkyvämmiin

Kilpailukyky säilyttäen

Datan laatu

data joustavasti
avointa

Datan
yhteensovittavuus

Vienti

Kohdemaan tuntemus

Kenen kanssa? Kumppanien
(kulttuurinen) tunteminen

**Tarve kokonaisvaltaiselle
Mallille (dataperustainen.**

avaimet käteen

Paketti asiakkaalle)

Yhteiset tietomallit

**Standardien
luominen**

Pelisäännöt

Kuka omistaa datan

Uusia toimijoita varmistamaan

Datan liikkuminen (luvitus)

**Läpinäkyvyyden
todentaminen**

Asiakasymmärrys

Miten luomme tunteen

"puhtaasta ruuasta yms"

Tilaajalähtöisyys

(mittaus ja todentaminen
Mahdollista)

Kustannukset

Kustannuskilpailukyky
(kustannustehokkuus
hintaa ylös laadulla,)

Laadun määrittelyt:

Miten laatu määritellään, esim

Eläinten hyvinvointi?

Mikä on hyvinvoiva maaperä?

Koko tuotantoketju mukaan

Visio

Visionamme on Suomen menestyminen kansainvälisessä ruokamarkkinan kilpailussa tuottamalla maailman houkuttelevinta ruokaa hyödyntäen maailman edistyksellisintä datajärveä, joissa omistus ja hyödyntäminen on yhteisesti sovittu.

Sen saavuttaminen on erityisen vaikeaa, koska pelisäännöt on rakennettava datan hyödyntämiselle kilpailukyky säilyttäen.

Visiota pitää lähteä toteuttamaan juuri nyt, koska markkinapaikka on olemassa nyt. Ja koska GreenDeal on jo vauhdissa, seuraavan kahden vuoden aikana on tarjottava maatalouden ratkaisuja. Food from Finland –ohjelman aikana on käynnistettävä työ. Meiltä loppuu osaaminen alalla jos emme uudista toimialaa. Koulutukseen pitäisi panostaa jo nyt. Tuotot on myös otettava markkinoilta, tukipainotteisuus ei ole kestävä malli tulevaisuudessa. Hyödynnetään suomalainen osaaminen nyt, brändi digiosaamisellemme on jo olemassa! Saamme ruuantuotannon pysymään Suomessa, tärkeä huoltovarmuuden näkökulmasta. Tämän vision syntymistä on innostanut tiukkeneva kilpailu, Amazon on jo Ruotsissa, meidän on oltava liikkeellä.

Hyödyt mittavat: Datan kertyessä löydetään uusia innovaatioita ja liiketoiminnan lähteitä. Näemme vielä tuottavuusloikan datavarannon hyödynnettävyyden parantuessa.

Vision toteutumiseksi alkutuotannon tuottajien, yritysten ja sidosryhmien (LVM, MMM, TEM, OKM) pitää tehdä yhteistyötä.

Haluamme tämän vision konkretisoituvan __5__ vuodessa.

Vision toteutumisen tärkeimmät vaiheet ovat opitaan erilaisista kansainvälisistä malleista, palveluarkkitehtuurin määrittely,

tietomallin määrittely, roolien määrittely (ekosysteemien välillä), kokeilut, kokeiluista ja käynnissä olevista hankkeista oppiminen.



BUSINESS FINLAND

RUOKAKETJUN TRANSFORMAATIO -TYÖPAJAT
2.9. 2020 - RYHMÄ HALU

1.9/2.9. 2020

DATA RUOKAKETJU VIENTI

Kuluttajan
Oma data

Yksilöllistäminen
Personointi
Data tarinoiden tukena

Maku

Reiluus Vastuullisuus
Luotettavuus

Suvereniteetti

Selkeä ja helppo käyttökokemus

Laatu
Merkityksellisyys

Pirstaloituneet kohderyhmät

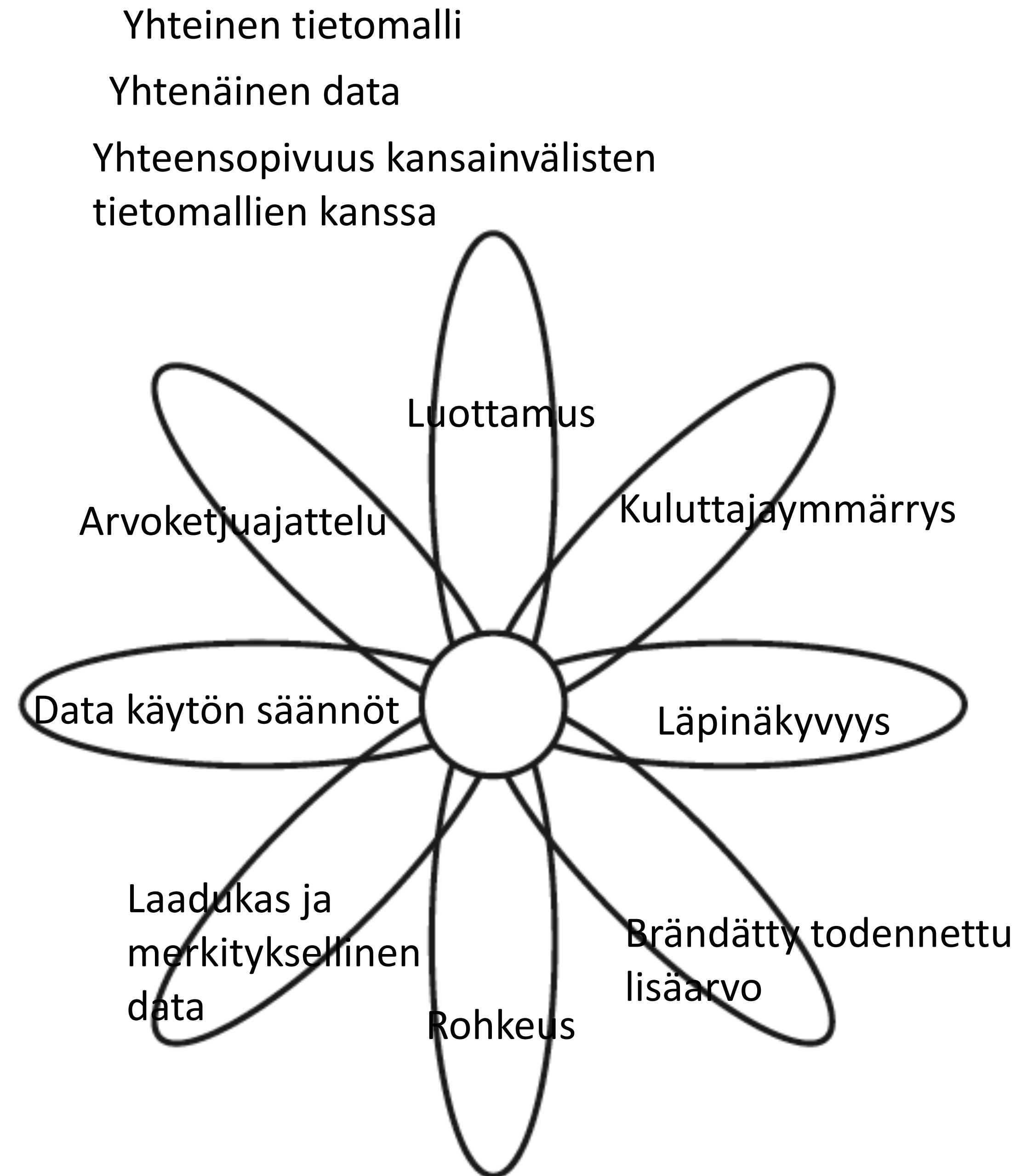
Todistettu lisäarvo

Alkuperämerkintä

Tutkittu asiakaslähtöisyys

Laatujärjestelmä

Yhteistyö



Visio

Visionamme on, että Suomi on tunnustetusti laadukkaan ruoan viejä.

Sen saavuttaminen on erityisen vaikeaa, koska työ vaatii paljon resursseja ja rahaa, eikä vientiin panosteta tarpeeksi.

Suomessa menee liian hyvin kotimaassa, ei ole pakko viedä.

Visiota pitää lähteä toteuttamaan juuri nyt, koska 10 vuoden päästä ei ole mitään vietävää, ja koska Suomen pitää päästä irti alihankkijamaan roolista ja ottaa lisäarvo ja sen tuoma tunnettuus.

Tämän vision syntymistä ovat innostaneet kurjistumisen oravanpyörä ja herääminen tilanteeseen. Pandemia, ilmastotietoisuus, ja säädösten kääntäminen kilpailueduksi datan avulla.

Vision toteutumiseksi kaikkien pitää tehdä yhteistyötä.

Haluamme tämän vision konkretisoituvan 3 vuodessa.

Vision toteutumisen tärkeimmät vaiheet ovat VETURIN LÖYTYMINEN, Viennin kansantaloudellisen merkityksen tunnistaminen. Vienti yrityksen strategian keskiöön. Luottamuksen synnyttäminen, laaja resurssointi (investointi) ja systemaattinen toimeksipano.



BUSINESS FINLAND

TYÖPAJAOHJEISTUS JA METODIIKKA

1.9/2.9. 2020

Ohjelmakunto

- 12.45 Alusta aukeaa
- 13.00 Showtime & Esittelyt— Janne Saarikko
- 13.05 Tervetuloa - Pirjo Hakanpää, Business Finland
- 13.10 Elina Hiltunen
- 14.10 Pohjustuspuheenvuorot
 - Matti Apunen
 - Aulikki Hulmi
- 14.20 Tauko
- 14.25 Työpajan ohjeistus
 - Pöytiin jakautuminen
- 14.30 Tehtävä: Context map
- 14.55 Tehtävä: White spots
- 15.30 Tehtävä: Vision statement
- 15.45 Tulosten esittely - GO-NOGO, lyhyt Q&A (P)
- 15.55 Yhteenveto ja seuraavat askeleet
- 16.00 Kiitos

Työpajan ohjeistus

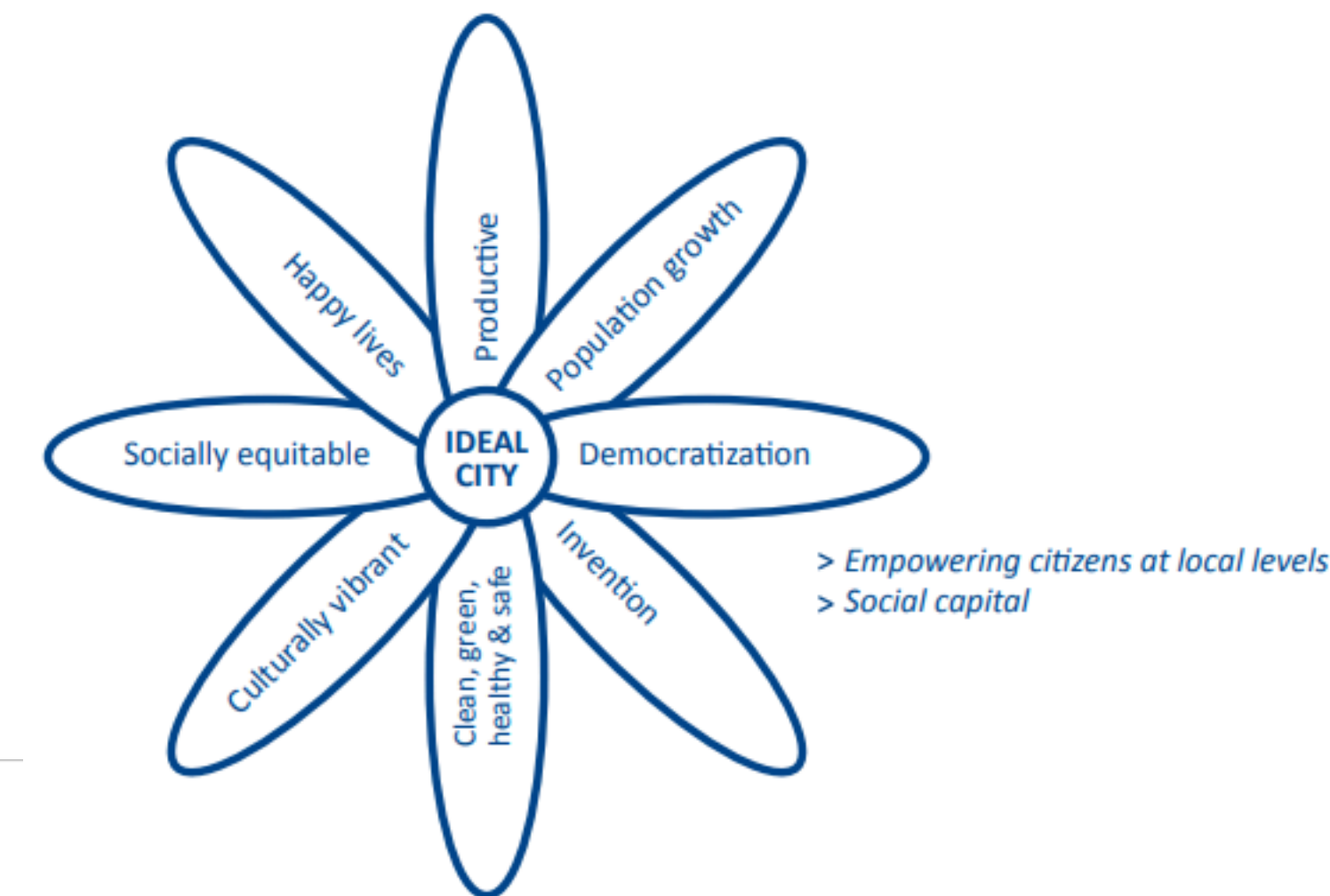
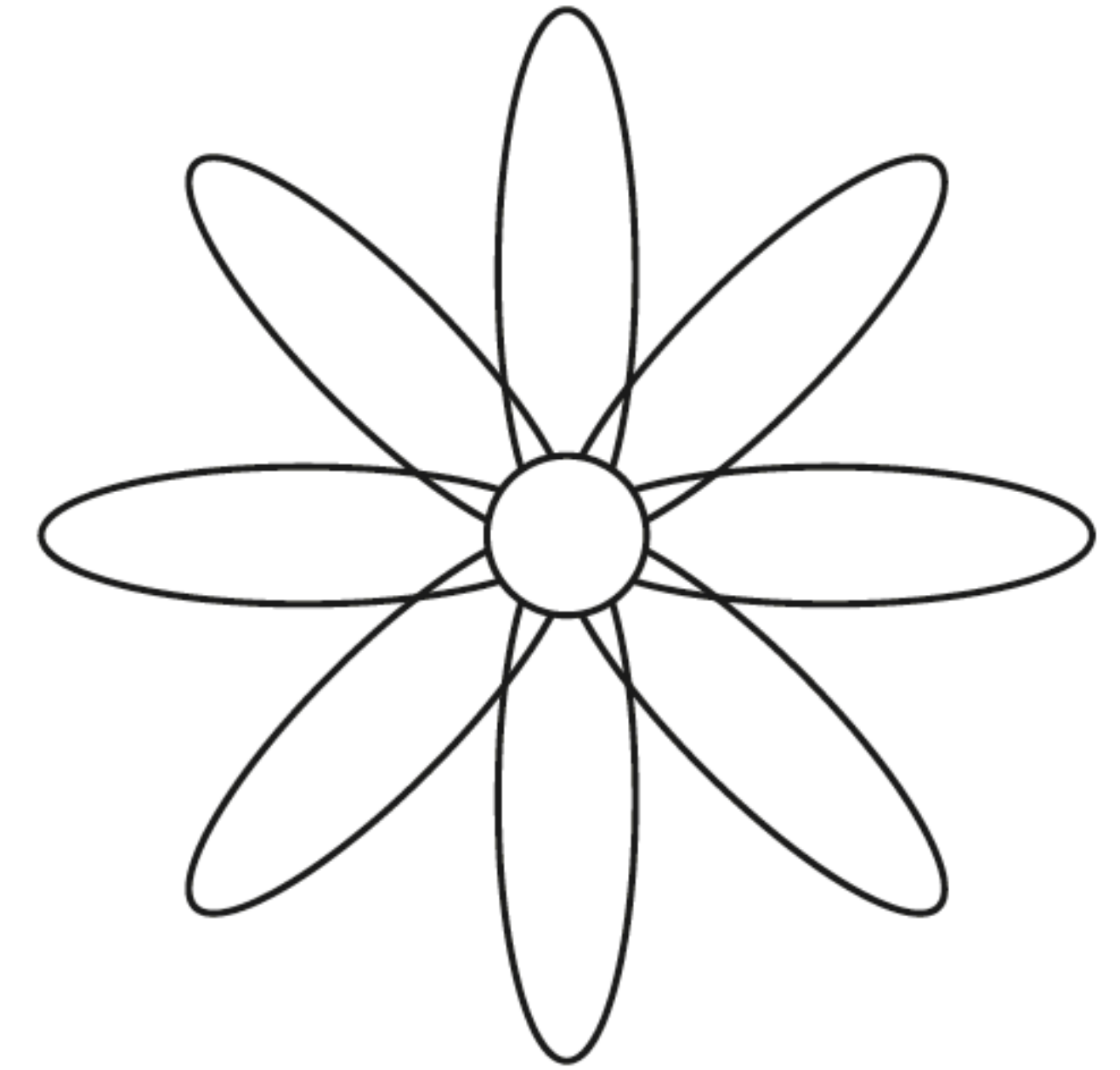
- Kaksi ryhmää, jaettu etukäteen
- Kolme harjoitusta
- Aikaa on rajoitetusti 25+35+15min
- Ryhmien koordinaattorit
 - Kyky - Soile Ollila & Pirjo Hakanpää
 - Halu - Janne Saarikko & Esa Wrang
- Ollaan lyhytsanaisia
- Ei tarinoita tällä kertaa

Metodiikka

- Context Map (25 min)
 - Kahdeksan eri ulottuvuutta teeman ympärillä
- White Spots (35 min)
 - Nelikenttä, jolla kartoitetaan uusia mahdollisuuksia
- Vision Statement (15 min)
 - Tahtotilan kiteytys/sitouttaminen

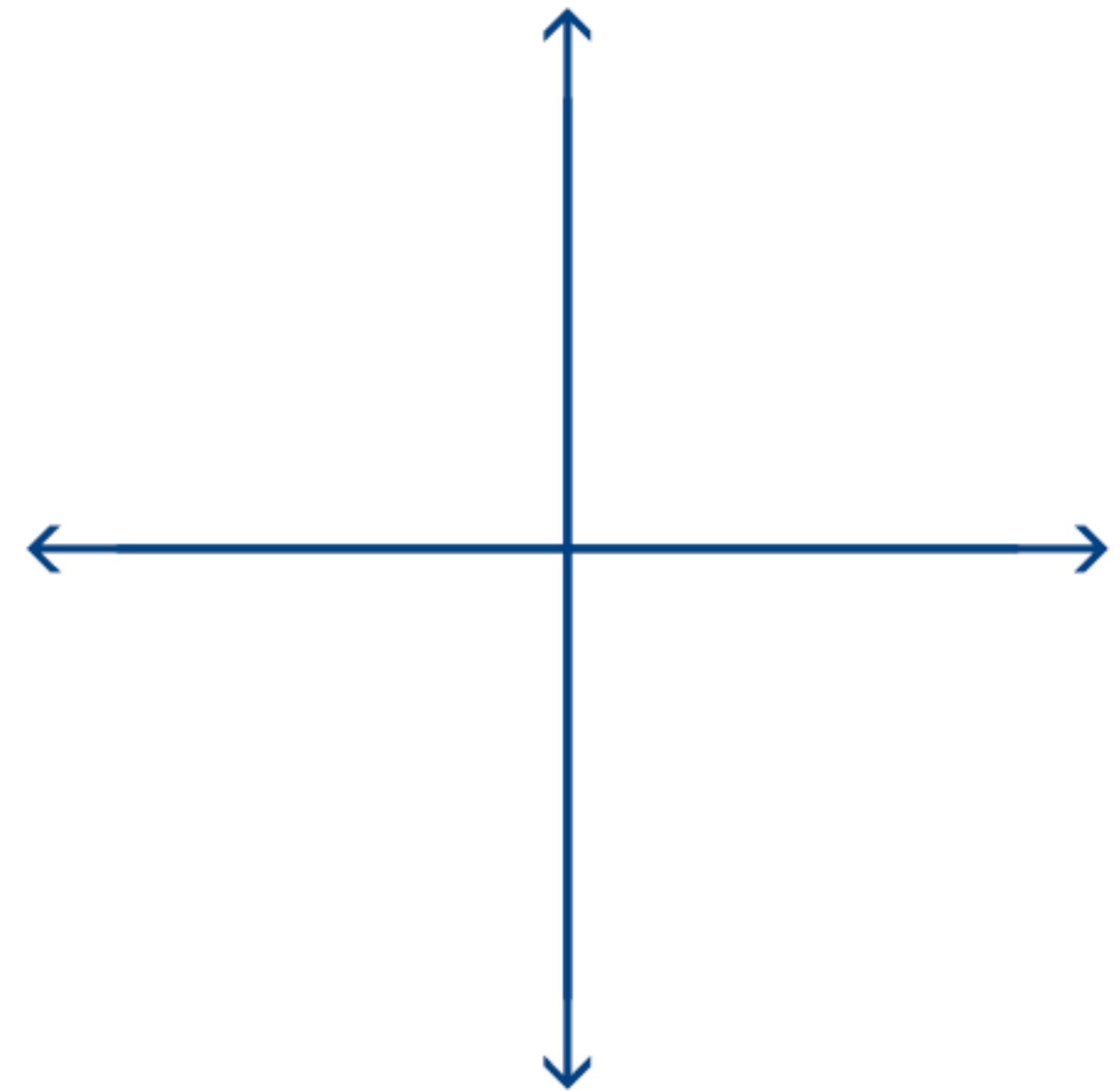
Context Map - DATA-RUOKAKETJU-VIENTI

- Teeman eri osioiden kartoittamista ja yhteisymmärryksen luomista
- Valitkaa teema ja otsikoikaa se
- Keskustelua: Mitä tähän kuuluu? Mitkä asiat ovat teemalle ja sen kehittämiseksi merkityksellisiä? Pöytävastaava kerää sanoja whiteboardille keskustelusta.
- Kerätään näitä enemmän kuin 8, mutta lopuksi pitää valita 8 merkityksellisintä



White Spots - DATA/DATA tai ??

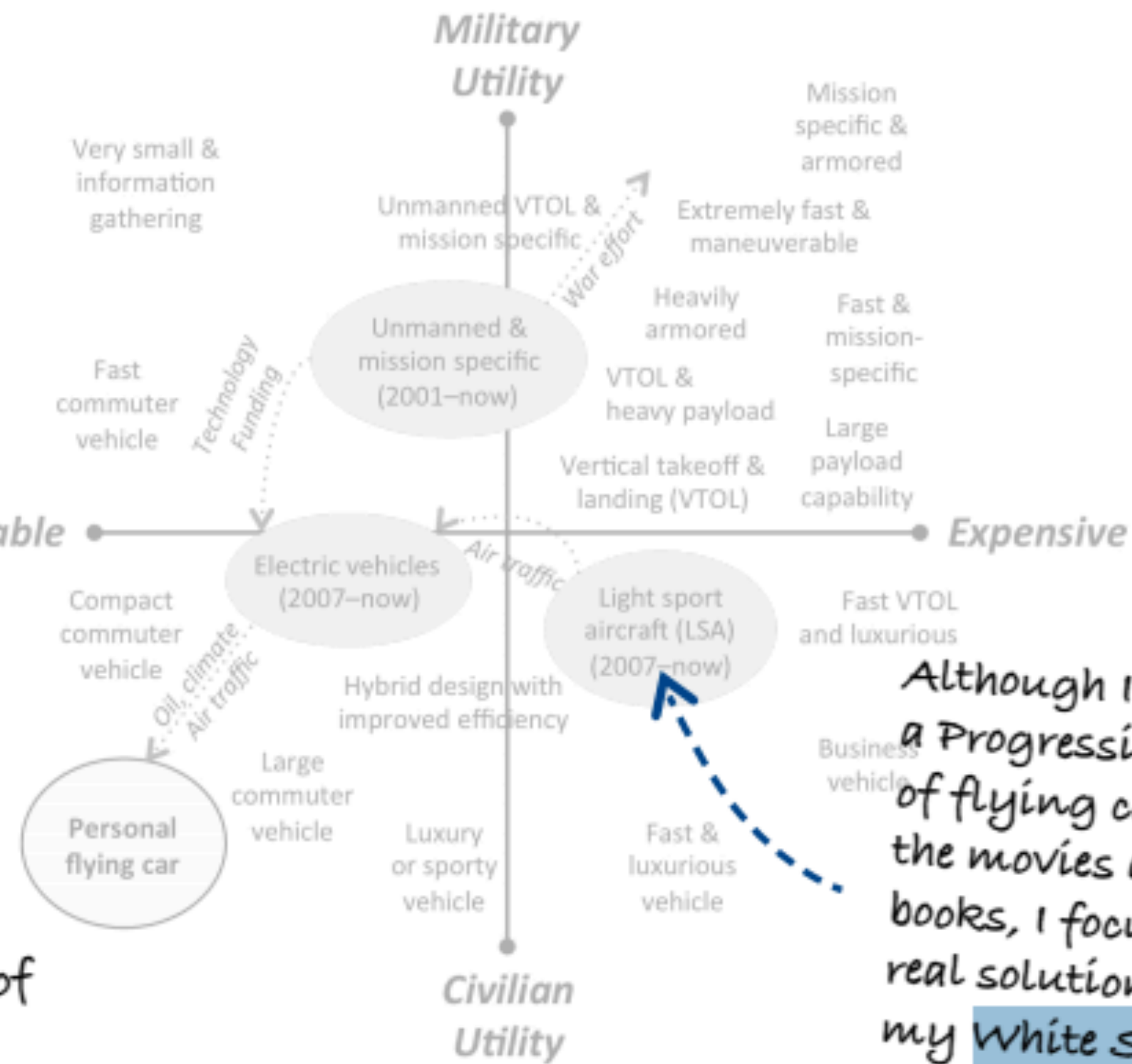
- Pöydän vetäjän ehdotuksesta kaksi tärkeintä asiaa nostetaan akselille ja määritetään ääripäät
- Sen jälkeen nelikenttään määritetään mahdollisimman paljon tunnistettuja esimerkkejä/toimintatapoja, jotka kuvaavat kyseistä neljännestä
- Seuraavaksi katse tyhjiin kohtiin - onko siellä uusia mahdollisuuksia? Syntyykö niistä vision arvoista toimintaa?



White Spots -esimerkki



This 2x2 visual helped me tell a complex story about the market opportunity and competition in terms of the two biggest criteria of cost and use



Although I developed a Progression Curve of flying cars from the movies and books, I focus on real solutions in my White Spots analysis

Vision Statement

- Täydennetään lauseet edellisten harjoitusten pohjalta. Tässä siis kyseessä sekä kiteytys että sitouttaminen.
- Haetaan kaikilta ”ok” tähän.
- Yhteistyökohtaan myös osallistujien nimet!
- TÄMÄ esitetään yhteenvedossa

Visionamme on _____.

Sen saavuttaminen on erityisen vaikeaa, koska _____.

Visiota pitää lähteä toteuttamaan juuri nyt, koska _____.

Tämän vision syntymistä ovat innostaneet _____.

Vision toteutumiseksi _____ ja _____ pitää tehdä yhteistyötä.

Haluamme tämän vision konkretisoituvan _____ vuodessa.

Vision toteutumisen tärkeimmät vaiheet ovat _____ ja _____.