



Lühikeste tarneahelate või kohalike turgude kaudu põllumajandustoodete ja toidu turustamisvõimaluste arendamise toetus									
PROJEKT									
1. Taotleja									
1.1. Ärinimi	MTÜ Hiidlaste Koostöökogu								
1.2. Äriregistri kood	8	0	2	3	5	9	2	9	
2. Projekti elluviimise periood 17.06.2019 - 01.06.2023									
3. Projekti eesmärk									
<p>Projekti eesmärk on koostöös Hiiumaa toidutootajatega viia ellu lühikeste tarneahelate ja kohalike turgude arendamise tegevusi Hiiumaal ja kuni 255 km raadiuses Eestis. Hiiumaine toidutoode on tarbijale tuttav kui usaldusväärne toode, kuid probleemiks on, et neid hiiumaisest lühikesest tarneahelast tootest teadvaid tarbijaid on väga vähe. Projekti eesmärgiks on suurendada kohalike lühikesest tarneahelast tootjate hulka ja tootemahtsusi, seeläbi käivet ja uusi töökohti. 2015. aastal Hiiumaa maakonnas kinnitatud Hiiumaa logo on läinud käibe peamiselt avalikus sektoris ja turismis, kuid mõeldud on see eelkõige hiiumaise toodangu tähistamiseks, seal hulgas lühikesest tarneahelast kaudu turustatud toidutoote tähistamiseks, et muuta toode tarbijale tuttavaks. Koondamine tootjaid ühtse märgise alla annab tugeva aluse lühikesest tarneahelast tootmise rõhutamisel kui värskel tooraine garant. Hiiumaa valla arengukava 2035+ on esikohale seadnud Hiiumaa kui UNESCO biosfääriala staatusest tuleneva mahasaare arengu, seda eriti silmas pidades kohaliku toidutoote toomist, turustamist, turustamaks seda lühikesest tarneahelast põhimõttel Hiiumaa ja Eesti (kuni 255 km) restoranides, poodides ja taluturgudel valla tootiskohtades (lasteaiad, koolid, vanadekodu jm). Projektiga tutvustatakse kohaliku toidu ja lühist tarneahelast avalikkusele (sh turistile) avalike sündmuste (turud, müügiedendus esitlused, laadad jne) käigus, samuti toodetakse reklaamklippe internetis ja praamide sisetelvisioonis näitamiseks, telesaateid, trükiseid ja muid müügiedenduse materjale. Projektiga luuakse eeldused Hiiumaa OTT tarneahelate tekkimiseks ja katsetatakse taluturgude toimimist Hiiumaal, mis on raskendatud väheneva rahvastiku tingimustes. Kõiki tegevusi läbi viies lähtutakse keskkonnateadlikkusest ja säästvast arengust. Hiiumaine kohalik toit on sama hea kui Saaremaa kohalik kohalik toit - lihtsalt me oleme veel vähe tuntud.</p>									
4. Projekti raames elluviidavate tegevuste kirjeldus									
1. aastal 2019	Kohaliku toidu teavitustegevused avalikkusele. Kohaliku toidu teavitustegevused läbi poolaasta, sh laat Orjaku sadamas 21. juunil 2019: Üldlaulupeo raames Toidupiirkonna alal kohaliku toidu tutvustamine avalikkusele 06-07. juuli 2019; Saaremaa toidunädala kohalikul laadal osalemine september nädal 36; Toidunädala teavitustegevused 16-22. september 2019. Teleklippide tootmine, videoklippide tootmine internetis levitamiseks, trükiste ja müügiedendusematerjalide tootmine.								
2. aastal 2020	Kohaliku toidu teavitustegevused avalikkusele, kohaliku toidu teavitustegevus Tallinnas TourEstil veebruar. Läbi aasta pop-up pood Telliskivi Loomelinnakus, müügiedendusesitlused Tallinna kaubanduskeskustes (2 tk), kohaliku toidu tootesitlused Hiiumaa ja Saaremaa Kaubanduskeskustes ja turul, jaanieelne laat Orjaku sadamas juuni 2020: osalemine kohaliku toidu laadadel 255 km raadiuses Eestis; Saaremaa toidunädala kohalikul laadal osalemine september nädal 36; Toidunädala teavitustegevused 38-39 nädal september 2020. Teleklippide tootmine, videoklippide tootmine internetis levitamiseks, trükiste ja müügiedendusematerjalide tootmine. Vidoklippide esitamine praamid. Telesaate tootmine lühikesest tarneahelast. Koostöö ja infovahetus Saaremaa lühikesest tarneahelast projekti tegevustega sidususe suurendamiseks.								
3. aastal 2021	Kohaliku toidu teavitustegevused avalikkusele, kohaliku toidu teavitustegevus Tallinnas TourEstil veebruar. Läbi aasta pop-up pood Telliskivi Loomelinnakus, müügiedendusesitlused Tallinna kaubanduskeskustes (2 tk), kohaliku toidu tootesitlused Hiiumaa ja Saaremaa Kaubanduskeskustes ja turudel, jaanieelne laat Orjaku sadamas juuni 2021: osalemine kohaliku toidu laadadel 255 km raadiuses Eestis; Saaremaa toidunädala kohalikul laadal osalemine september nädal 36; Toidunädala teavitustegevused 38-39 nädal september 2021. Teleklippide tootmine, videoklippide tootmine internetis levitamiseks, trükiste ja müügiedendusematerjalide tootmine. Vidoklippide esitamine praamid. Telesaate tootmine lühikesest tarneahelast. Koostöö ja infovahetus Saaremaa lühikesest tarneahelast projekti tegevustega sidususe suurendamiseks.								
4. aastal 2022	Kohaliku toidu teavitustegevused avalikkusele, kohaliku toidu teavitustegevus Tallinnas TourEstil veebruar. Läbi aasta pop-up pood Telliskivi Loomelinnakus, müügiedendusesitlused Tallinna kaubanduskeskustes (2-4 tk), kohaliku toidu tootesitlused Hiiumaa ja Saaremaa Kaubanduskeskustes ja turudel, jaanieelne laat Orjaku sadamas juuni 2022: osalemine kohaliku toidu laadadel 255 km raadiuses Eestis; Saaremaa toidunädala kohalikul laadal osalemine september nädal 36; Toidunädala teavitustegevused 38-39 nädal september 2022 Teleklippide tootmine, videoklippide tootmine internetis levitamiseks, trükiste ja müügiedendusematerjalide tootmine. Vidoklippide esitamine praamid. Telesaate tootmine lühikesest tarneahelast. Koostöö ja infovahetus Saaremaa lühikesest tarneahelast projekti tegevustega sidususe suurendamiseks.								
5. aastal 2023	Kohaliku toidu teavitustegevused avalikkusele, kohaliku toidu teavitustegevus Tallinnas TourEstil veebruar. Läbi poolaasta pop-up pood Telliskivi Loomelinnakus, müügiedendusesitlused Tallinna kaubanduskeskustes (2 tk), kohaliku toidu tootesitlused Hiiumaa ja Saaremaa Kaubanduskeskustes ja turudel, osalemine kohaliku toidu laadadel 255 km raadiuses Eestis; Teleklippide tootmine, videoklippide tootmine internetis levitamiseks, trükiste ja müügiedendusematerjalide tootmine. Vidoklippide esitamine praamid. Telesaate tootmine lühikesest tarneahelast. Koostöö ja infovahetus Saaremaa lühikesest tarneahelast projekti tegevustega sidususe suurendamiseks. <input checked="" type="checkbox"/> JAH <input type="checkbox"/> EI								
5. Projektis turustatakse Euroopa Liidu või riigisisese põllumajandustoodete ja toiduainete kvaliteedikava raames toodetud tooteid:									
Toode/tooted			Kvaliteedikava						
Vinnutatud lambakints Hiiumiul			http://www.kogu.hiiumaa.ee/uploads/adminFiles/projektid/Viulil%20kvaliteedikava%202018.pdf						
6. Projekti eelarve ja rahastamise kirjeldus									
Aasta	Planeeritav eelarve	Rahastamise kirjeldus							
1. aastal 2019	13700,00	Projekti sildfinantseering kaetakse HKK tegevuskulude eelarvest. Omafinantseering kaetakse HKK omatulust (liikmemaksud) ning projektis osalevate ettevõtjate võrgustiku liikmete omavahenditega							
2. aastal 2020	58628,00	Projekti sildfinantseering kaetakse HKK tegevuskulude eelarvest. Omafinantseering kaetakse HKK omatulust (liikmemaksud) ning projektis osalevate ettevõtjate võrgustiku liikmete omavahenditega							
3. aastal 2021	58628,00	Projekti sildfinantseering kaetakse HKK tegevuskulude eelarvest. Omafinantseering kaetakse HKK omatulust (liikmemaksud) ning projektis osalevate ettevõtjate võrgustiku liikmete omavahenditega							
4. aastal 2022	58628,00	Projekti sildfinantseering kaetakse HKK tegevuskulude eelarvest. Omafinantseering kaetakse HKK omatulust (liikmemaksud) ning projektis osalevate ettevõtjate võrgustiku liikmete omavahenditega							
5. aastal 2023	29316,00	Projekti sildfinantseering kaetakse HKK tegevuskulude eelarvest. Omafinantseering kaetakse HKK omatulust (liikmemaksud) ning projektis osalevate ettevõtjate võrgustiku liikmete omavahenditega							
7. Projekti elluviimisel tekkida võivate riskide ja nende maandamise kirjeldus									
<p>Projekti elluviimist juhib projektijuht, kes on edukalt juhtinud ning olnud projektimeeskonnas kõikide eelnevate kohaliku toidu projektide rakendamise etappides. Käesoleva projekti elluviimiseks moodustatakse meeskond, mis koosneb HKK poolsest tootjate võrgustiku nõustajast, pädevast projekti juhust ning professionaalsest turundusüksusest (sisseostetav teenus). Igapäevaselt toimub ettevõtjate turundusnõustamine, kampaaniate korraldamine, koostöö soodustamine, tegevuste mõõtmine ning</p>									

vaheeesmärkide seadmine ning infovahetus. Projekti riskide maandamiseks on pidev tehtav analüüs ning tulemuste vahehindamine, vahe-eesmärkide seadmine ja kontroll. Projekti tegevused Riskide maandamiseks viime projektiväliselt läbi kohaliku toidu tootjate, lühikeste tarneahelate ja tarbijauringu 2019, kaardistamiseks ja planeerimaks tegevusi järgneval perioodil. Samuti viime läbi testtegevusi kaardistatud tegevuste kontrollimiseks.

Kõik projektis kajastatud tegevused seadistatakse otseselt läbiviidava uuringu tulemustega, perioodi jooksul viiakse läbi kontrollivad testtegevusi.

8. Projektis osalejate ja nende varasema kogemuse kirjeldus projekti valdkonnas

Projektis osaleja	Varasema kogemuse kirjeldus projekti valdkonnas
Hiidlaste Koostöökogu	Alates aastast 2010 läbi viinud erinevaid kohaliku- ja mahetoidu edendamise projekte nii Hiiumaal kui Eesti laiemalt. 2011 koostas uuringu KOHALIKU TOIDU TOOTMISE, TARBIMISE JA TURUSTAMISE HETKEOLUKORD HIIUMAAL. 2014 aastal tunnustati Rahvusvahelist koostööprojekti "Sirguvad Söögisellid" Rahastusperioodi 2009-2013 parima 14 koostööprojekti hulka kuuluvaks. Jätkuvad kohaliku toidu ja lühikese tarneahela koostööprojektid projektid (koostöös Saaremaa, Läänemaa, Pärnumaa ja Jõgevamaaga). Korraldanud siseriiklikke ja rahvusvahelisi õppereise kohaliku toidu ja lühikese tarneahela toimimise uurimiseks. http://www.kogu.hiiumaa.ee/
Ülejäänud projekti partnerid	On kõik aktiivselt kaasa löönud senises ühisturunduslikes ettevõtmistes ja tegevustes.

9. Projekti lõpuks saavutatavate tulemuste kirjeldus

1. Tallinna suuremate kaubanduskeskustes on toimunud kuni 8 toote-esitlus sündmust. Telliskivi loomelinnakus (või mujal sarnases kohas) Tallinnas on läbi viidud vähemalt 6 Pop-up poe üritust (kestvusega alates 1 nädal kuni 30 päeva) kohaliku toidu sortimendi tutvustamiseks. Hiiumaa toimuvad taluturud on muutunud jätkusuutlikuks turunduskanaliks. On loodud eeldused OTT tarneketi tekkimiseks.

2. Kärdla uuenenud linnaväljakul toimivad turupäevad, Käinas on käivitatud regulaarselt tootjal-tarbijale Turupäevad. Konseptsioon toetab Hiiumaa kuulumist UNESCO biosfäärilasse ning aitab kaasa väiketootmise jätkusuutlikkusele maakonnas.

3. Kohalikes kaubanduskeskustes toimuvad regulaarselt lühikest tarneahelat tutvustavad üritused. Projekti mõõdetavaks tulemuseks on ka ettevõtete käibe kasv, tarneahela lühenemine ja logistikaskeemide toimimine. Mõõdetav tulemus on projekti jooksul määrgise kasutajatega liitunud uute põllumajandustootjate arv ning uute kohaliku toorainel põhinevate toodete väljatootamine. Digiturunduskampaani mõõdetavad tulemused on andmebaasiga liitunud arv (GoogleAdWords hooajal kontakti vähemalt 2500 kasutajada, FB küllastajate arv veebis hooajal vähemalt 10 000 kasutajat).

10. Projekti õnnestumise mõju nende ettevõtjate tegevusele, kes projektis ei osale

Tegemist on laiapõhjalise ja maakonnaülese lisandväärtust loova projektiga. Selle edukast töösse rakendamist saavad kasu nii toidutootmis, toitlustus, turismi- ja käsitöössektor. Turunduslik koostöö erinevate sektorite vahel aitab Hiiumaa ettevõtetel ühiselt silma paista ja tõsta nende konkurentsivõimet, mis on piirkonna majandusliku arengu seisukohalt üheks tähtsamaks teguriks. Suurema kasusaajate sihtrühmana on kindlasti antud projektis väikesed primaartoidu tootjad maakonnas, kes alles alustavad oma majandustegevust st. nende käive ei sobitu käesolevale projektile kasusaajatele seatud nõuetega. Just otse tootjal- tarbijatele müügiüritustel osalemine, ühisturundus, ettevõtjate nõustamine innustab ettevõtjaid oma tegevust arendama ning suurendab koostööd teiste märgikandjatega.

11. Projekti õnnestumise mõju projektis osalevate ettevõtjate tegevusele

Tegemist on laiapõhjalise ja maakonnaülese lisandväärtust loova projektiga. Selle edukast töösse rakendamist saavad kasu nii toidutootmis, toitlustus, turismi- ja käsitöössektor. Turunduslik koostöö erinevate sektorite vahel aitab Hiiumaa ettevõtetel ühiselt silma paista ja tõsta nende konkurentsivõimet, mis on piirkonna majandusliku arengu seisukohalt üheks tähtsamaks teguriks. Suurema kasusaajate sihtrühmana on kindlasti antud projektis väikesed primaartoidu tootjad maakonnas, kes alles alustavad oma majandustegevust st. nende käive ei sobitu käesolevale projektile kasusaajatele seatud nõuetega. Just otse tootjal- tarbijatele müügiüritustel osalemine, ühisturundus, ettevõtjate nõustamine innustab ettevõtjaid oma tegevust arendama ning suurendab koostööd teiste märgikandjatega.

12. Projekti elluviimisega kaasnevad muud mõjud

Kohalikust toormest ja kohapealse oskusteabe alusel valmistatud toidukaupade sortiment ja käive kasvab. Hiiumaa toodete tuntus kasvab, mis omakorda aitab suurendada kohalike toodete tarbimist nii Hiiumaal kui mandril. Turunduslikus ühistegevus tugevneb. Lühikese tarneahela toodangu pakujate arv suureneb.

13. Pärast projekti lõppemist toimuvate edasiste tegevuste kirjeldus

Tänu tekkinud kindlusele lühikeste tarneahelate toimimisel ei vaja kohaliku toidu turundamine enam sekkumist vaid jääb toimima ettevõtjate endi jõul. Turundus on saavutanud taseme, kus tarbija oskab otsida lühikese tarneahela toitu. Kohaliku toidu laadad on muutunud järjest populaarsemaks ja toimivad ettevõtjate initsiatiivil ja tarbijate nõudmisel.

Allkirjastaja nimi	Monika Pihlak
Allkirjastaja isikukood	47303235234
Kuupäev	13.06.2019
Allkiri	digitaalne