

# Förstudie för ett digitaliseringsprojekt

riktat till livsmedelsproducenter och -förädlare

Projektid

1.2 – 30.6.2022

Projektägare

Styrgruppen för landsbygdsutveckling och Ålands Näringsliv

Projektansvarig: landsbygdsutvecklare Lena Brenner

Förstudien finansieras av Europeiska jordbruksfonden för landsbygdsutveckling (EJFLU) och Ålands Landskapsregering



# 1. Förstudie för ett digitaliseringsprojekt

- riktat till livsmedelsproducenter och -förädlare

## 2. Beskrivning av projektet

Förstudie inför ett digitaliseringsprojekt riktat till livsmedelsproducenter och -förädlare för att underlätta marknadsföring och försäljning samt digitalisering av arbetsprocesser inom administrationen.

Digitalisering är ett enormt stort område och omfattar många olika områden och olika steg. Under arbetets gång har man konstaterat att man bör göra en djupare analys av hur behovet ser ut bland målgruppen och därför är det lämpligt att inleda med en förstudie.

Förstudien finansieras av Europeiska jordbruksfonden för landsbygdsutveckling (EJFLU) och Ålands Landskapsregering.

## 3. Projektägare

Styrgruppen för landsbygdsutvecklingen

FO 0145076-7

Landsbygdsutvecklare Lena Brenner

[lena.brenner@landsbygd.ax](mailto:lena.brenner@landsbygd.ax)

Tel 0457 526 7305

Landsbygdsutvecklingens uppdrag är att stärka Åland som matregion genom att initiera och leda utvecklingsprojekt med fokus på livsmedel och matkluster. Koordinator för Ålands Landsbygdscentrum. Underställd Ålands landskapsregering, näringsavdelningen.

Ålands Näringsliv rf

FO 0145075-9

[info@naringliv.ax](mailto:info@naringliv.ax)

018-29029

Ålands Näringsliv är Ålands största företagarorganisation. Vi har i dag över 500 medlemmar av olika typer och storlekar. Vi arbetar för att skapa bättre förutsättningar för att starta, driva, utveckla samt äga företag på Åland. Därigenom skapas även förutsättningar för vårt långsiktiga mål: ett starkare Åland. Ett Åland som står sig konkurrenskraftigt i världen.

I Ålands Näringslivs styrelse sitter det 10 personer från olika branscher och företag. På kontoret arbetar det 4 personer på heltid och 4 personer på deltid och inom olika projekt. Bland annat arbetar vi med: företagsrådgivning, arbetsgivarerådgivning, affärsutveckling, företagar skola, intressebevakning, utbildningsverksamhet och myndighetskontakter.

### Projektorganisation

Projektägare; Styrgruppen för landsbygdsutveckling och Ålands Näringsliv

- Projektansvarig; Landsbygdsutvecklaren

- Referensgrupp: Leda arbetet och vara bollplank för projektledaren

## 4. Projektets behov och bakgrund

Under vintern 2021 gjordes en enkät bland livsmedelsproducenterna där det framkom att

man vill utveckla marknadsföring och försäljning och hitta nya målgrupper och marknader. Men det framkommer samtidigt att den digitala nivån i företagen är rätt så låg.

[Länk till enkäten](#)

Projektet "Axganmat på evenemang" (som jobbar för att lyfta fram lokal mat och dryck under firandet av "Åland 100" år 2020-2022) blev redan under projektets uppstart varse om att det finns stora brister i den digitala närvaron bland projektets främsta målgrupp – de lokala livsmedelsproducenterna. För att kunna bedriva affärsverksamhet idag är ett visst mått av digital närvaro en absolut förutsättning.

Många små producenter är också lite rädda för vad den digitala närvaron innebär – och i kombination med att man dessutom tror att detta är både svårt och tar mycket tid så står man hellre utanför den digitala världen. Producenterna skall självklart göra det som de är bäst på – odla, fiska, producera och förädla, men vill man bedriva verksamhet måste man våga ta de första digitala stegen.

Diskussioner har förts med Högskolan på Åland om samarbete med projektet "Åland Gear Up!" som är ett samarbetsprojekt mellan Högskolan, Ålands Näringsliv och Visit Åland.

Daniela Johansson, PAF, har också fungerat som bollplank i planeringen av projektet.

Det saknas också en gemensam digital plattform för livsmedelsproducenter på Åland.

Under ca 10 års tid har man inom branschen också pratat om en gemensam plattform för försäljning B2B, dvs försäljning av livsmedelsprodukter till restauranger, storkök och butiker.

Livsmedelsproducenter och livsmedelsförädlarna - både de mindre och de större - har behov av att utveckla sina digitala närvaro i nivå vad som idag efterfrågas hos konsumenten och återförsäljare, samt utveckla de digitala arbetsprocesserna när det gäller administration.

Digitala processer inom produktionen ingår inte i detta projekt.

## 5. Projektets mål

### Förstudie

Målet med förstudien är att undersöka behovet och det mätbara målet är att ta fram en projektbeskrivning för huvudprojektet.

### Huvudprojektets mål

Ökad digital närvaro/kunskap hos livsmedelsproducenter och effektivisering av deras administrativa arbetsprocesser.

Alla deltagare ska ha någon form av digital närvaro, från uppstartade av mail till försäljning via nätet och ibruktage av digitala processer och analyser.

De mätbara målen för huvudprojektet tas fram i arbetet med förstudien.

### Syfte

#### Förstudie

Få en tydlig och förankrad projektbeskrivning

- omvärldsspaning
- avgränsa och konkretisera åtgärder för huvudprojektet

Syftet är också kartlägga behoven bland målgruppen.

### **Huvudprojektet**

Syftet är att livsmedelsproducenterna ska bli mer lättillgängliga och få tillgång till en större marknad och därigenom öka sin försäljning. Samtidigt som de kan effektivisera sina arbetsprocesser.

- Ökade kontakter mellan säljare och köpare som ökar försäljningen och på sikt lönsamheten
- Ökad digital närvaro för att underlätta marknadsföring och försäljning
- Ökat nätverkande och förbättrade kommunikation i handeln vid B2B

## **6. Åtgärder och metoder samt risker i genomförandet**

### **Förstudie**

Förstudien går ut på göra en djupare analys av behovet hos livsmedelsföretagen och anpassa utformningen av projektet utgående från behovet. I arbetet ingår ett nära samarbete med Högskolans projekt Åland Gear Up för att hitta samarbetsformer och för att undvika dubbelarbete.

I förstudien ingår att ta fram en projektbeskrivning, budget samt utreda finansieringsmöjligheter och ta fram relevanta underlag för huvudprojektet .

Även en kommunikationsplan för huvudprojektet ingår i arbetet med förstudien. Projektåtgärderna, tidtabellen för dem och de resultat som eftersträvas är utgångspunkter för kommunikationsplanen.

I förstudien ingår också att göra upp planer för hur utvärderingen och uppföljningen av projektet ska ske.

Det ingår också att projektledaren rapporterar och redovisar projektet (förstudien) till finansiären.

Dokumentationen av hur projektet framskrider görs via lämpligt program för projektuppföljning.

- Projektledare; köptjänst – 300 h fördelat under tiden 15.3.2022 – 30.6.2022
- Kravprofil för projektledare: Erfarenhet av projektledning och digitala processer.

### **Huvudprojekt**

- Projektledare; Operativt genomföra projektet
- Inköpta tjänster; individuell handledning och utbildare inom de olika utbildningsmodulerna

### **Förslag till strategier och metoder i huvudprojektet**

Projektet består av olika utbildningsmoduler, beroende på vilken nivå i den digitala utvecklingen företagarna befinner sig. För att nybörjarna inom den digitala världen ska

komma igång, erbjuds individuell handledning. Men den individuella handledningen erbjuds även till alla deltagare, så de kommer igång med nya metoder och arbetsätt.

Kartlägga och identifiera kunskapsnivån och behoven av digitala verktyg hos producenterna/livsmedelsförädlarna

### **Del 1 – grundläggande kunskaper om att synas i digitala medier**

- Utbildning i tre steg beroende på kartlagt utgångsläge
- Individuell handledning
- Koordineras av en projektledare. Extern kompetens för individuell handledning och utbildningarna upphandlas

Förslag till utbildningsmoduler

#### 1. Så börjar du synas på webben

Passar dig som känner dig lite otillgänglig i digitala kanaler och vill få en kickstart i hur du med enkla medel kommer igång med synlighet på nätet. Vi pratar om Google, Facebook, Instagram och hemsida, hur ska man prioritera och hur gör man det lätt för sig?

#### 2. Så höjer du nivån på dina sociala medier

Passar dig som redan har minst en kanal för sociala medier och att du gjort minst 5 inlägg senaste året. Du behöver vara beredd på att lägga ner minst 1 timme i veckan på att upprätthålla en professionell närvaro i sociala medier. Vi pratar om hur du gör enkla men bra filmer, vilka format det är som gäller, vilka mål du ska sätta och hur du jobbar med annonsering.

#### 3. Så börjar du sälja via webben

För dig som har koll på sociala medier men vill nu tjäna pengar via webben. Vi går igenom olika försäljningskanaler, hur du kan sälja via din hemsida utan att skaffa en webshop, hur du kan ta emot beställningar via sociala medier och slutligen vad som krävs för att starta en webshop.

Företagarna börjar i den utbildningsmodul där dom själva är vid projektets början. De går vidare till nästa modul när de praktiskt har genomfört de åtgärder som de har lärt sig i föregående modul.

### **Del 2 – digitala arbetsprocesser och e-handelslösningar**

Undersöka behovet av digitala arbetsprocesser (inom administrationen) och utforma individuell/gemensam utbildning efter behovet.

Undersöka behovet av gemensamma e-handelslösningar för åländska livsmedelsproducenter både inom B2B och försäljning direkt till konsument. Projektet hjälper till att bygga upp gemensamma e-handelslösningar, men redan i inledningsskedet kopplar man in privata aktörer (eller bildar ett bolag) som fortsätter att driva e-handelslösningarna efter att projektet avslutas.

Då är det en förutsättning att livsmedelsproducenterna har grundkunskaper i den digitala närvaron från Del 1

Förebilder inom detta område är tex

- digitaliseringsprojekt som drivs på Gotland "[Projekt E-handelslösning livsmedel Gotland](#)"
- [farmup.se](#)
- [Noah](#)
- [Mylla Mat](#)

## 7. Samarbetspartner

Sökande för projektet är "Styrgruppen för landsbygdsutveckling" och Ålands Näringsliv.

Projektet har också ett nära samarbete med:

- Högskolan på Åland som tillsammans med Ålands Näringsliv och Visit Åland driver projektet Åland Gear Up som riktar sig till turismföretag
- Företagsam Skärgård som tidigare drivit projektet [Skärgårdsakademin](#) och driver nu [Rural Lifestyle](#)
- Ålands producentförbund

Övriga samarbeten för att nå deltagare är;

- Ålands Fiskodlarförening
- Ålands Fiskare
- Mathantverkarna på Åland
- Skördefestens Vänner

## 8. Vilka risker ingår i projektet och hur ska de tacklas?

För att minimera att huvudprojektet misslyckas görs en förstudie för att göra en djupare analys av behovet, samt reservera tillräckligt med tid att ta fram en genomtänkt projektbeskrivning. Även konkretisera och behovsanpassade åtgärder inom huvudprojektet.

## 9. Hur beaktas principerna för hållbar utveckling och hur rimmar de med principerna för Ålands hållbarhets agenda?

Genom att digitalisera marknadsföring, försäljning och processer bidrar vi till en hållbar utveckling.

## 10. Hur stöder projektet landsbygdens utvecklingsplan och LBU strategin.

Med detta som bakgrund vill vi hjälpa de åländska producenterna in i den digitala världen på ett sätt som passar dem bäst – genom utbildning och individuell handledning.

Projektet går i linje med "Landskapsregeringens regler för investeringsstöd, småskalig livsmedelsförädling, startstöd till lantbruket på Åland samarbetsinvesteringar och miljövårdsinvesteringar"; *Ett samlat grepp där hela livsmedelskedjan ingår, med åländsk livsmedelsproduktion i centrum, är viktigt för att nå livsmedelsstrategins mål. Stöd beviljas till innovativa åtgärder för att korta livsmedelskedjan, digitalisering och säljfrämjande åtgärder.*

## 11. Projektets resultat inom sitt verksamhetsområde, målgrupp, nyttohavare och tidtabell

### Målgrupp i huvudprojektet är;

Livsmedelsproducenter på Åland – allt från små enskilda näringsidkare till större exporterande livsmedelsföretag

- Råvaruproducenter inom livsmedelssektorn - jordbruk och fiske
- Småskaliga livsmedelsförädlare
- Större företag inom livsmedelsförädling

Inom förstudien ingår att kartlägga mer ingående vad huvudprojektet ska resultera i och vilken nytta projektet ska åstadkomma.

### 12. Hur utvärderas projektets genomförande?

I förstudien gör man upp planer för hur utvärderingen och uppföljningen av projektet ska ske.

### 13. Hur kommer man att fortsätta med den verksamhet som projektet ger upphov till efter att projektet är avslutat?

Se föregående svar.

### 14. Information

*Gör upp en kommunikationsplan redan när projektet planeras. Projektåtgärderna, tidtabellen för dem och de resultat som eftersträvas är utgångspunkter för kommunikationsplanen. I kommunikationsplanen ska du ange målgrupperna för både extern och intern information, kommunikationskanalerna och kommunikationsmetoderna samt kostnaderna för kommunikationen. I projektplanen kan du sammanfatta tankarna kring kommunikationen, och den egentliga kommunikationsplanen kan bifogas till ansökan.*

Uppgörande av en kommunikationsplan ingår i förstudien.

### 15. Kostnadsförslag för projektet

I förstudien utarbetas ett detaljerat kostnadsförslag för huvudprojektet.

Sökande

Styrgruppen för landsbygdsutveckling

Jomala den

Ålands Näringsliv

Mariehamn den

---

Lena Brenner

---

Jan-Erik Rask