



FRiDGE KÉZIKÖNYV

MEGOLDÁSOK AZ ÉLELMISZERIPARI
KKV-K FEJLŐDÉSÉNEK TÁMOGATÁSÁRA

TARTALOMJEGYZÉK

Üzenet a vezető partner részéről	3
A fridge projekt	4
Három tanulmány – a fontosabb következtetések	5
A Regionális Élelmiszeripari Ágazatok Elemzése.....	5
A regionális szakpolitikák és támogatási rendszerek értékelése.....	9
Kkv-felmérés a termelékenységről és a piaci innovációról.....	12
Speciális csoportos vizsgálatok - fontosabb	
Következtetések.....	13
Jó gyakorlatok	15
Jó gyakorlatok TOLNA MEGYE, MAGYARORSZÁG	15
Jó gyakorlatok HARGITA MEGYE, ROMÁNIA	16
Jó gyakorlatok FELSZŐ-FRANKFÖLD, NÉMETORSZÁG	17
Jó gyakorlatok DÉL OSTROBOTHNIA, FINNORSZÁG	18
Jó gyakorlatok NYUGAT-MACEDÓNIA, GÖRÖGORSZÁG	19
Jó gyakorlatok KELET-FLANDRIA, BELGIUM	20
Záró következtetések.....	22



ÜZENET A VEZETŐPARTNER RÉSZÉRŐL

Az élelmiszer- és itálágazat az EU legnagyobb munkaerő foglalkoztatója és a legnagyobb termelő szektor, és míg a vállalatok 99%-a (285 000 vállalat) KKV, ami az ágazat összes munkaadójának 62,8%-át jelenti, addig ezek a hozzáadott értéknek csak 48,1%-át és az ágazat teljes forgalmának 49,4%-át teszik ki. Célunk az volt, hogy a szakpolitikák fejlesztésével támogassuk ezt az ágazatot. A KKV-k nemcsak a foglalkoztatás kulcselemei, hanem a társadalom pillérei is, ráadásul kulcsszerepet töltenek be a rövid ellátási láncok alkalmazásában is. A jelenlegi helyzetben nincs mindenki felkészülve a felmerülő kihívások kezelésére.

A projekt során két nagy krízistényezővel szembesültünk. Először jött a COVID-19 világjárvány, de az Interreg Europe rugalmasságának köszönhetően a partnerek bizonyos mértékig tudták kezelni ezt a problémát. Láttuk, hogy az országok nagyon eltérő módon reagáltak, de minden bizonnyal a helyi termékekre került a hangsúly. Minden bizonnyal ez fog történni ukrajnai orosz invázió esetében is.

Ezért küldetésünk fontosabb, mint valaha. Az ellátási láncok fenntartása mellett a helyi élelmiszeripari vállalatok megerősítésére kell összpontosítanunk. Míg a rövid ellátási láncok alapvetően nem a nemzetközi kereskedelemre épülnek, a tapasztalatcsere és a legjobb gyakorlatok határokon átnyúló megosztása, minden bizonnyal támogatja a helyi vállalatokat saját vállalkozásuk fejlesztésében.

Beszéltünk a helyi termékeknek a helyi, országos és nemzetközi piacra jutásáról, az új

berendezésekbe beruházó cégekről és végül a termelékenységi növeléséről. A jelenlegi helyzet érzékelésére többféle módszert alkalmazva megértettük, hogy a KKV-k hasonló kihívások sorozatán mennek keresztül, amelyeket a következő fejezetekben ismertetünk.

Az Interreg Europe program olyan eszközök széles skáláját kínálja, amelyek lehetőséget nyújtanak a tapasztalatcsere, az interregionális hálózatok fejlesztésére, valamint más projektekből és bevált gyakorlatokból való tanulásra.

A Policy Learning Platform által kidolgozott tevékenységek, szakpolitikai leírások és egyéb kiegészítő szolgáltatások sokat segítettek ebben a törekvésünkben, és csak remélni tudjuk, hogy eredményeink eljutnak másokhoz is, akiknek a hasznára lehetnek. Azok a bevált gyakorlatok, amelyek megoldást nyújtanak bizonyos problémákra vagy jól elvégzett dolgokat mutatnak be, segíthetnek másoknak is megszabadulni a gondjaiktól. A szintén vita tárgyát képező projektek eredményeit követve fejlesztettük magunkat, hogy olvasóként, többet megtudjon arról, hogyan hasznosíthatja projektünk eredményeit.

TISZTELETTEL:
KISS BALÁZS

Vezetőpartner: TMFÜ – Tolna Megyei Fejlesztési Ügynökség Nonprofit Közhasznú Kft.

A FRIDGE PROJEKT

Célkitűzés:

FRIDGE Partnerség célja a vonatkozó operatív programok és regionális szakpolitikák fejlesztése annak érdekében, hogy támogassák az élelmiszer- és itálágazatban működő KKV-kat, hogy az interregionális szakpolitikák elsajátítása, a bevált gyakorlatok előmozdítása és a régiók közötti tapasztalatcsere kiaknázása révén, megőrizték pozíciójukat a globális piacon.

A partnerség:

Vezetőpartner:

- » TMFÜ - Tolna Megyei Fejlesztési Ügynökség Szekszárdon, Magyarország

Projektpartnerek:

- » Hargita Megye Tanácsa (Románia)
- » Táplálkozási Kompetencia Központ (Németország)
- » Dél-Osztrobothnia Regionális Tanács (Finnország)
- » Nyugat-Macedónia Műszaki Intézet (Görögország)
- » Kelet-Flandria Gazdasági Tanácsa (Belgium)

Három tematikus kérdéskör

1. A termelékenység javítása
2. A piacokhoz való hozzáférés elősegítése
3. Kapacitásfejlesztés

Kiemelt cél: A KKV-k versenyképessége

Költségvetés: 1,00 millió euró ERFA

Időtartam: 2019. AUG. - 2023. JÚLIUS



A PROJEKT EREDMÉNYEI ÉS TELJESÍTMÉNYMUTATÓI (OUPUT-OK)

A hároméves tevékenység és együttműködés során sok mindent sikerült elérni ebben a projektben. A partnerek három (3) tematikus tanulmány és két (2) csoportos tanulmány révén jobban megértették a régiójuk élelmiszeripari KKV-inak helyzetét. Emellett partnereink összesen tizenkilenc bevált gyakorlatot azonosítottak, amelyek megoldást kínálnak az élelmiszeripari KKV-k versenyképességének javítására. A tudás és a következtetések átadása nyolc (8) interregionális képzésen és több mint harminc helyi képzésen keresztül valósult meg. Végül mind a hat partner elkészítette regionális cselekvési tervét, amelyek a projektben tanultak alapján új fejlesztési tevékenységeket tartalmaznak, és amelyek jobb regionális szakpolitikákat fognak eredményezni.

» Régióként 3 tematikus tanulmány készült

- » A regionális élelmiszeripari ágazatok elemzése
- » A regionális szakpolitikák és a támogatási rendszer értékelése
- » A KKV-k értékelése a piaci termelékenységre és az innovációra vonatkozóan

» Régióként 2 speciális csoportos tanulmány

- » SG1: Piaci lefedettség
- » SG2: Termelékenység

» 19 jó gyakorlat

» 8 interregionális képzés

» Több mint 30 helyi képzés

» 6 akcióterv, amelyek a szakpolitikák megváltoztatásához vezetnek

HÁROM TANULMÁNY – A FONTOSABB KÖVETKEZTETÉSEK

A FRIDGE projekt egyik kulcsfontosságú célkitűzése az volt, hogy a hat partnerrégióban jobban megismerjék az élelmiszerszektor. Három fő tanulmány készült, amelyek a regionális élelmiszeripar jelenlegi helyzetére összpontosítva, rávilágítottak a régiók általános és specifikus kihívásaira, (A regionális élelmiszer- és italipar elemzése), megértve az egyes régiókban ezt az ágazatot támogató szakpolitikákat (szakpolitikai értékelés), valamint beazonosították azon akadályokat és ösztönző tényezőket, amelyekkel a KKV-k szembesülnek üzleti tevékenységük során (KKV-közvélemény-kutatás).

A Regionális Élelmiszeripari Ágazatok Elemzése

A FRIDGE projektben hat különböző ország hat régiója működött együtt. A jobb megértés érdekében a Regionális élelmiszeripar elemzése című tanulmányban az egyes régiók élelmiszerszektorának jellemzőit elemeztük. A tanulmányok összehasonlítása azt mutatja, hogy sajátos jellemzőik ellenére sok a közös tényező, ami ezekben a régiókban meghatározza az élelmiszeripart és a KKV-k működésének módját. A következőkben bemutatjuk az egyes régiók jellegzetességeit.



Tolna megye, Magyarország

Tolna (Magyarország; 3706 km²; 219 000 lakos) – a Duna-parton található, régi mezőgazdasági hagyományokkal rendelkezik. Mind méretben, mind lélekszámban Magyarország egyik legkisebb megyéje. A helyi élelmiszeripar fő termékei a búza, kukorica, malomipari termékek, kenyér, bor, hús, tejtermékek, gyümölcsök és zöldségek. A legtöbb regionális termelő mikrovállalkozás és KKV. Országos adatok szerint az élelmiszeripari termelés mindössze 30%-át állítják elő, a fennmaradó 70%-ot a külföldi tőkével rendelkező nagyvállalatok uralják.

Tekintettel az élelmiszeriparban a közelmúltban bekövetkezett eseményekre (például a világjárvány), a régió legfontosabb célja az egészséges és biztonságos helyi élelmiszerek népszerűsítése, a helyi gazdaság és a helyi termelők támogatása érdekében. Tolna megye ehhez minden szükséges eszközzel rendelkezik, de az együttműködést minden érintett szereplőre ki kell terjeszteni. Ezen túlmenően, a régiónak támogatnia kell a kis- és középvállalkozásait a növekedés és az új piacok elérése érdekében, amivel a régió továbbra is küszködik.

Hargita megye, Románia

Hargita Románia (6 639 km²; 304 969 lakos) – Közép-Románia hegyvidéki régiója, amely olyan helyi különlegességeiről ismert, mint a méz, lekvárok, szörpök és pálinka, valamint festői tájai és egyedülálló hagyományos életmódja. Hargita megye azért csatlakozott a FRIDGE projekthez, hogy tanuljon a legjobbaktól és támogassa a helyi termelőket. Nagyrészt vidéki térség, és gazdasága nagyrészt a mezőgazdaságon alapul. Hargita megye élelmiszeripara még nem elég fejlett ahhoz, hogy exportra tudjon termelni, de mindenképpen a fenntartható helyi élelmiszeripari szakpolitika példája.



Felső-Frankföld, Németország

Felső-Frankföld (Bajorország, Németország; 7 230,19 km²; 1 067 482 lakos) egy bajorországi kormányzati körzet, amely leginkább évszázados pék- és cukrászipari, valamint húsipari hagyományairól ismert. Ebben a régióban a legnagyobb az egy főre jutó pékségek, cukrászdák, hentesek és sörfőzdék száma a világon! Az élelmiszeripar Felső-Frankföldön nagyon jól fejlett és jelentős méretű – a Németországban megtermelt élelmiszerek 20%-a Bajorországból származik, Felső-Frankföldön pedig az a kereskedelem közel 25%-a az élelmiszeriparból származik. A jó fejlettségi szint ellenére, a régió élelmiszeripari KKV-i továbbra is kihívásokkal néznek szembe. Az éghajlatváltozás hatásai a régióban is megfigyelhetők voltak, mivel a szélsőséges időjárási

viszonyok gondot okoztak a terméshozamban és az emelkedő nyersanyagárakban. A népesség előregedése a hagyományos élelmiszer-ipari KKV-k számára is nehézségeket okoz mind a munkaerőhiányt, mind a hagyományos vállalkozások működtetését biztosító új vállalkozók megtalálását illetően. Ezért szükséges a kockázat- és válságkezelési struktúrák javítása, valamint az élelmiszerágazatban működő KKV-k közötti együttműködés fokozása, annak érdekében, hogy jobb versenyelőnyhöz jussanak a piacokon.



OLLI HIETAKANGAS 10/2019

Dél-Ostrobothnia, Finnország

Dél-Ostrobothnia (Finnország; 13 999,63 km²; 188 685 lakos) a legnagyobb a projektpartnerek közül. A sok folyóval rendelkező termékeny területek tökéletessé teszik ezt a vidéket a mezőgazdaság számára. Ez növeli ennek arégióinak a jelentőségét a finn élelmiszertermelés és feldolgozás szempontjából (az ország élelmiszertermelésének több mint 15%-a ebből a régióból származik), mivel Finnországban kevés a jó minőségű mezőgazdasági terület. A főbb helyi termékek a pékárúk, a húskok, a tejtermékek, az italok, erdei gyümölcsök

és a zöldségek. Csak néhány nagyobb élelmiszer- és italgyártó finnországi cég található ebben a régióban, mégis a cégek nagyrésze mikro- vagy kisvállalkozás. Nagyon kis méretük miatt Dél-Ostrobothniában sok élelmiszeripari KKV nem rendelkezik a szükséges erőforrásokkal, ismeretekkel és kapacitással ahhoz, hogy javítsa termelékenységét, és stratégiai módon növelje és bővítsé vállalkozását. A régió KFI szektorában fellelhető összes élelmiszeripari ismeretet és know-how-t nagyobb léptékben kellene felhasználni a KKV-k érdekében.

Nyugat-Macedónia, Görögország

Nyugat-Macedónia (Görögország; 9 451 km²; 283 689 lakos) egy hegyvidéki és hegyaljai terület Görögország nyugati részén, ahol a kontinentális éghajlat és a sajátos terepviszonyok határozzák meg az itt előállítható ételeket és italokat. A bor, a tsipouro (alkoholos ital) és a Krokos Kozanis (görög sáfrány) helyi specialitások. Itt az élelmiszeripar szinte kizárólag mikro- és kisvállalkozásokból áll. Nem meglepő, hogy a régió munkaerejének mindössze 2,44%-a dolgozik ebben a szektorban. Nyugat-Macedóniában (Görögország) van néhány élelmiszer termelő, akik kiváló minőségű és tápértékű, gyakran bió minősítésű termékeket állítanak elő. Ezek a nagy múltra visszatekintő, hagyományos tapasztalatokra és minőségi alapanyagokra építő vállalkozások a modern marketing módszerek alkalmazásával tudnak választ adni a globalizáció kihívásaira.



Kelet-Flandria, Belgium

Kelet-Flandria (Belgium; 3 007 km², 1 515 064 lakos) viszonylag kicsi, de sűrűn lakott és mezőgazdasági szempontból termékeny régió. Ebben a régióban nagyon fontos helyet foglal el az élelmiszeripar, amely abszolút értékben és foglalkoztatásban is a második legnagyobb ágazat. A kelet-flamand élelmiszerszektor adja a belga élelmiszeripar forgalmának 22,6%-át és exportjának a 26,6%-át. A régió fontosabb termékei a csokoládé, az édességek, a tejtermékek, az italok és a húsok.

A Kelet-Flandriai Gazdasági Tanács (ECEP) egyik erőssége a helyi termelők és élelmiszeripari KKV-k támogatása és népszerűsítése. A helyi termékekhez azonban új, fenntartható terméktörténetre (storytelling) alapuló márkára van szükség. További kihívást jelent, hogy a termék- és folyamatinnováció meglehetősen lassan halad, és nehezen tud összpontosítani a fenntarthatóságra. A piac is változik. Jelen van a Brexit, a klímaváltozás és a világjárvány hatása. Mindezek együtt, valamint az új és fejlődő vásárlói igények és a kutatások, valamint a piac valós igényei közötti egyeztetés hiánya, fontos kihívást jelent a kelet-flandriai/belgiumi élelmiszerszektor számára.



KÖZÖS JELLEMZŐK

Minden partnerrégióknak megvannak a maga erősségei, gyengeségei, veszélyei és lehetőségei, de a közös vonások megtalálhatók a jelentésekben.

Felsorolunk néhányat a beazonosított közös jellemzőkből:

- » **Fontosság a gazdaság szempontjából.** A partnerrégiókban az élelmiszertermelés és a mezőgazdaság fontos szerepet tölt be a regionális gazdaságban és adott esetekben a nemzetgazdaságban. Ezt a szakpolitikák is támogatják, további részletekért lásd a következő fejezetet.
- » **Méret és piacok.** A legtöbb cég mikro- és kisvállalkozás, amelynek termékei elsősorban a helyi és regionális piacokat célozzák meg. Az export pedig szinte nem is létezik.
- » **A fő értékesítési csatornák** a kis- és nagykereskedelem, a helyi piacok és

szupermarketek, az e-kereskedelem és az online értékesítés, a közvetlen értékesítés (a termelőtől a fogyasztóig), vásárok és rendezvények (helyi, országos, nemzetközi) és az agroturizmus.

- » **Erősségek.** A legtöbb régióban erős és sokszínű helyi hagyományok, a minőségi nyersanyagok és a meglehetősen aktív KFI-támogatási rendszerek jelentik az erősségeket.
- » **Kihívások és szükségletek.** A KKV-k számos hasonló kihívással néznek szembe, és sokrétű támogatásra van szükségük kapacitásuk megerősítéséhez. A legtöbb régióban az élelmiszer- és italipari KKV-k helyzetét befolyásoló fő probléma a társadalom elöregedése és a szürkeállomány elvándorlása. Számos régió a KFI-beruházások alacsony szintjéről is beszámol, ami gátolja a növekedést. Ezekről a kihívásokról a KKV-k felmérésének eredményeiről szóló fejezetben olvashatunk bővebben.

További információk

- » Az egyes partnerek regionális jelentéseit megtalálja projektünk weboldalain: Regionális élelmiszeripari ágazatok elemzése [Analysis of Regional Food Sectors](#).



A REGIONÁLIS SZAKPOLITIKÁK ÉS TÁMOGATÁSI RENDSZEREK ÉRTÉKELÉSE

A második tanulmány a feltörekvő élelmiszeripari KKV-k támogatását célzó regionális szakpolitikák értékelésére összpontosított. Valamennyi projektpartner részletes elemzést osztott meg saját szakpolitikáiról és a regionális fejlesztés jelenlegi helyzetéről.

Szakpolitikai keret

Jól megtervezett pénzügyi eszközök nélkül keveset lehetne tenni a partnerrégiók helyzetének gyors és (ami a legfontosabb) hatékony javítása érdekében. A három legfontosabb európai finanszírozási szakpolitika, amely a partnerrégiók élelmiszer- és italipari KKV-it támogatja:

- » ERFA Operatív Programok 2014-2020
- » EMVA által finanszírozott vidékfejlesztési program (RDP) 2014-2020
- » A közösség által vezetett helyi fejlesztés – CLLD / LEADER (ERFA / EMVA)

A fentiek mindegyikét gyakran, vagy a legrosszabb esetben átlagosan használják a FRIDGE projekt partnerrégióiban.

A partnerrégiók által használt további európai programok a Horizont 2020 és az Interreg. A legtöbb partner különböző helyi és országos szintű finanszírozási programokról is beszámolt, amelyeknek célja a helyi közösségek és élelmiszeripari vállalatok megerősítése.

Kulcsszereplők

Annak érdekében, hogy megfelelően felmérhessük, mennyire hatékonyak és eredményesek a regionális szakpolitikák, elengedhetetlen a kulcsszereplők beazonosítása, hogy ezek hogyan lépnek kapcsolatba a támogatási rendszerekkel, mennyire releváns a régió számára a támogatási projekt tárgya, és ezek megfelelnek-e a regionális igényeknek. A kulcsszereplők feladata, hogy segítsék a KKV-kat versenyképességük növelésében azáltal, hogy segítséget nyújtanak olyan területeken, mint a marketing, a márkaépítés, a tanácsadás, a hálózatépítés vagy az információgyűjtés a hazai és nemzetközi piacokon való terjeszkedés érdekében egyaránt.

Tanulmányunk során tíz kulcsszereplőt azonosítottunk minden partnerrégióban:

- » Menedzsmenthatóságok
- » Minisztériumok
- » Helyi és megyei tanácsok
- » Ipari és Kereskedelmi Kamarák
- » KFI és oktatási szervezetek
- » Helyi akciócsoportok
- » Hálózatok és partnerségek
- » Üzleti és nonprofit támogatás
- » Szakmai szövetségek, például Élelmiszer- és Italszövetségek stb.

Önértékelés öt változón

Az utolsó lépésben öt változót határoztunk meg a KKV-k támogatásával foglalkozó regionális szakpolitikák hatékony mérésére.

- 1. Szerkezet** – Minden szereplő, hálózat és intézmény, amely egy támogatási rendszert alkot
- 2. Funkciók** – A támogatási rendszerben résztvevő szereplők, hálózatok és intézmények minden olyan tevékenysége, amely az élelmiszer és ital üzletágat támogatja, beleértve azok nemzetközi piacra segítését is
- 3. Dinamikus testre szabás** – A támogató tevékenységek testreszabhatósága, az egyes csoportok és kontextusok változó igényeinek megfelelően
- 4. Útmutató** – Relatív hozzáférés a támogatási rendszerhez és egyértelmű útmutatás elérhetősége a rendszerkezeléshez.
- 5. A hatékonyság értékelése és nyomon követése** – A támogatási rendszer értékelése a jó gyakorlatok, tanulási lehetőségek azonosítására és a folyamatos fejlesztés hatásának mérésére.

Az összes partnerrégió önértékelése alapján azonosítható volt, hogy a partnerek mely területeken fejlődtek jól, és mely területeken segítené a nemzetközi partnerek tanácsa és útmutatása, magasabb színvonal elérését.

Területi szükségletek

Az összes régióból származó jelentések azt mutatják, hogy a területi szükségletek négy különálló kategóriába sorolhatók:

- 1. Társadalmi-gazdasági és környezeti tényezők**
- 2. Pénzügyek:** az élelmiszer- és italipari KKV-knak szánt pénzügyi eszközökhöz kapcsolódó tényezők
- 3. Vállalkozói kérdések:** olyan tényezők, mint a termelékenység, a konkurencia, az árnyomás, a költségek ingadozása, a munkaerő, az együttműködés és a hálózatépítés, az export, az általános üzleti képességek stb.
- 4. KTFI:** kutatás, technológia, fejlesztés, innováció az élelmiszer- és italipari KKV-ban

Minden régióban a leggyakrabban említett társadalmi-gazdasági tényezők a lakosság előregedése és a szürkeállomány elvándorlása. Ahogyan azt a bajor partnerek említették, a környékükön néha nincs senki, aki átvenne egy céget, amikor az eredeti tulajdonos nyugdíjba vonul. Sok régióban további probléma a bonyolult eljárások és az induló vállalkozások túlzott bürokráciája, valamint az instabil adórendszer, amely nem teszi lehetővé a hosszú távú stratégiai tervezést. Az egyik sikertörténet, amelyet minden régióban fejlesztettek, a regionális márkaépítés, amely a termékminőség fontos mutatójává vált, és elősegíti a regionális termékek hazai és nemzetközi népszerűsítését.

A finanszírozás esetében az uniós források minden régióban elérhetőek, de nehézségek is akadnak. A magyarországi projektpartnerek kiemelték ezek közül néhányat, mint például: a pénzügyi intézetek által támasztott kedvezőtlen feltételek, a teljes feldolgozóipart megcélzó pályázatok, amelyek háttérbe szorítják az élelmiszeripart, a kisvállalkozások tőkeelvonását eredményezve.

A vállalkozói problémák régióként változnak, de bizonyos fogalmak néhány partnerrégióban ismétlődnek.

Itt van néhány közülük:

- 1.** A képzett munkaerő hiánya, amelyet gyakran a szürkeállomány elvándorlása okoz
- 2.** Az akaraterő és az üzleti készségek hiánya, különösen a vállalkozói gondolkodásmód és az alacsony motiváció
- 3.** Az együttműködés kultúrájának hiánya, a hálózatok kialakítására és a külső partnereknek a vállalati folyamatokba történő bevonására irányuló akarat hiánya
- 4.** Nehézségek az exportban

Az üzleti szinten gyakran előforduló problémák, mint például a nagy versengés, az árnyomás, az alacsony termelékenység, a magas termelési költségek, a költségek ingadozása és egyéb kapcsolódó akadályok, ezeket szinte minden partner a KKV-k növekedésének akadályaként nevez meg.

A KTFI tényezők határozottan beazonosíthatók minden fent említett akadályban. Majdnem minden partner az innováció hiányáról, az alacsony K+F beruházások szintjéről, és az új technológiák területén a tudás és képzés jelentős hiányáról számol be, ami olyan dolgok elmaradásához vezet, mint az automatizálás, a digitalizáció és mások.

További információk

Javasoljuk, hogy olvassa el az értékelések eredményeit az általunk készített Összehasonlító elemzésben.

A regionális jelentések és az Összehasonlító elemzés egyaránt megtalálhatók projektünk weboldalain.

- » [Comparative Analysis on Regional policies, territorial needs and the actual state of the food industry.](#)
- » [Policy Assessments of each partner region.](#)



KKV-FELMÉRÉS A TERMELÉKENYSÉGRŐL ÉS A PIACI INNOVÁCIÓRÓL

A projektünkben végzett harmadik tanulmány az élelmiszer és ital szektorban, a KKV-k termelékenységére és piaci innovációjára összpontosított. A hangsúly a közös kihívások beazonosításán volt, tekintettel a FRIDGE projekt interregionális jellegére. A tanulmányt egy KKV-k körében végzett online felmérésben végezték, amely négy kérdésből állt. A vállalati profilalkotásról, a termelékenységi tényezőkről, az innováció állami támogatásáról és magáról a piaci innovációról. A hat projektpartner volt felelős a kérdőív kiosztásáért, a régiójukban működő KKV-k körében – régióként 20-at, összesen 120-t. Ez egy kiegyensúlyozott eredményhez vezetett.

A KKV-k profilja

Válaszadóink többsége (73%) családi vállalkozást vezet, átlagosan 12 alkalmazottal (de a cégek 69%-a 10 főnél kevesebbet foglalkoztat), éves forgalma pedig kevesebb, mint 500 000 euró (58%). Fő ügyfeleik a fogyasztók (33%), ezt követik a nagykereskedők (24%) és a helyi forgalmazók (22%). A megkérdezett cégek átlagéletkora 26 év. A válaszadók körülbelül egyharmada (32,5%) rendelkezik exporttevékenységgel kapcsolatos tapasztalattal. A külföldi értékesítés átlagosan 24%-kal járul hozzá a forgalomhoz.

Akadályok és nehézségek

A termelékenység legnagyobb nehézségei valamennyi régióban (fontossági sorrendben): a pénzügyi forrásokhoz való hozzáférés, az árpolitika és a fizetési feltételek, a termelés léptéke és a munkaerő szakértelme.

Ami a piaci innováció akadályait illeti, valamennyi régióban a pénzügyi, intézményi és iparági akadályok voltak a legjelentősebbek.

A vállalatokat arról is megkérdezték, mit tehetnek a helyi hatóságok az innováció ösztönzése érdekében. Véleményük szerint a támogatások odaítélése a legfontosabb.

Ugyanakkor szinte ugyanilyen fontosnak tartják a kiskereskedelmi/disztribúciós szektornak és a fogyasztó/vevő a marketing támogatását. Ezeknek a válaszoknak köszönhetően a helyi hatóságok tervet dolgozhatnak ki úgy, ahogy az a legjobban megfelel a helyi vállalkozók igényeinek.

Javaslatok a KKV-k támogatására vonatkozóan

Ahhoz, hogy a támogatások gyorsan és oda érkezenek ahova kell, fontossági sorrendben mérésélni kell az akadályokat és nehézségeket. Ezért a partnerrégiók helyi hatóságainak azon támogatásokra kell összpontosítaniuk, amelyeknek a célja a kutatás és fejlesztés, a személyzet képzése, valamint az infrastrukturális beruházásokra a termelési költségek csökkentése érdekében.

Másodsorban, a helyi kereskedelmi kamarák és a regionális intézmények marketing támogatást kell nyújtsanak, különösen a kiskereskedelmi/elosztó szektor számára, ami elősegítheti az élelmiszerkistermelők ösztönzését és a termelési lépték növelését.

Harmadsorban, mivel sok partnerrégióban hiányzik az együttműködés kultúrája, ezeknek a helyi intézményeknek minden erőfeszítést meg kell tenniük, az élelmiszeripari vállalatok és oktatási intézmények közötti hálózatépítés ösztönzéséért, és a kapcsolódó területeken, a helyi vállalkozók képzése érdekében.

További információk

- » A teljes tanulmányi jelentést PDF formátumban itt találja: [FRIDGE SME Survey - Kihívások az élelmiszeriparban. FRIDGE SME Survey - Challenges in the food industry.](#)



SPECIÁLIS CSOPORTOS VIZSGÁLATOK - FONTOSABB KÖVETKEZTETÉSEK

A szakcsoportunk kutatása segített jobban megérteni a partnerrégiók piacának sajátos vonatkozásait. A partnerek között kiosztott kérdőívek segítségével begyűjtöttük a válaszokat, és igyekeztünk segíteni ezekben a régiókban a KKV-nak, hogy új szemszögből tekintsenek a vállalkozásfejlesztés és a piacnövekedés egyes területeire. Két tanulmány készült, és a következőkben szeretnénk megosztani ezek fontosabb elemeit.

SG1: Kijutás a piacra

Az 1. speciális csoportos vizsgálat (SGS1) annak meghatározására összpontosított, hogy a partnerrégiókból származó helyi termékek hogyan jutnak el a hazai és nemzetközi piacokra, és milyen támogatásra számíthatnak ezek a vállalatok a helyi és országos intézményektől a termékeik népszerűsítésében. Kiderült, hogy a legtöbb partnerrégió rendelkezik helyi márkával és népszerűsíti is azt. Azonban Németország kivételével általánosságban azt tapasztalták, hogy az országos márkák sokkal fejlettebbek mint a helyi márkák, mivel minden olyan termék esetében amely megfelel a hivatalos követelményeknek, hozzáférhetőek.

Minden régióban felhívták a figyelmet arra, hogy a márkák használata növelte a vásárlók bizalmát a termék minősége iránt. A legtöbb régióban, országos és helyi szinten egyaránt, a helyi termelők számíthatnak jogi és promóciós támogatásra.

A helyi kereskedelmi kamarák gondoskodnak arról, hogy a vállalkozók támogatást kapjanak, en-

nek mértéke azonban régióként nagyon eltérő. Hasonló a helyzet a helyi termékek nemzetközi piacokon való népszerűsítésével kapcsolatban – minden régió másként közelíti meg ezt a kérdést. Egyes országokban – Magyarországon, Belgiumban és Finnországban – a vállalatok piackutatási és marketinges oktatásban részesülnek, hogy ezáltal megkönnyítsék a hazai és nemzetközi piacokhoz való hozzáférésüket.

Az SGS1 végén a vállalkozókat megkérdezték a COVID19-nek a vállalkozásukra gyakorolt hatásáról.

Az olyan országokban, mint Románia és Magyarország, ahol az áruk jelentős részét a helyi piacokon és vásárokon értékesítették, a hatás nagyobb volt, mint más régiókban. Mások szerint a járvány segített nekik, mivel a helyi élelmiszertermelők megbecsültsége növekedett a válság alatt. Azonban ezek csak kivételek, és általánosságban sok KKV esetében csökkent a forgalom, és kénytelenek egyszerűen a túlélésért küzdeni.

Összefoglalva, az ügyfelek nagyra értékelik a helyi márkákat és a márkáépítést, mert lehetővé teszi számukra a gyors választást. Azoknak a régióknak, amelyek nem rendelkeznek saját márkával, ki kell alakítaniuk egyet. Egy másik fontos következtetés, hogy az egyes vizsgált régiókban a vállalatokat a helyi szervezetek is támogatják országos és nemzetközi szinten egyaránt. Ennek a támogatásnak a minősége és mértéke azonban régióként eltérő, és ennek javítására egy jó gyakorlat kialakítása javasolt.

További információk

- » A teljes vizsgálati összefoglaló a FRIDGE oldalakon: [Summary of Specialty Group 1 Study](#).
- » A regionális márkáépítési szakpolitikák összefoglalása az Interreg Europe Policy Learning Platform-on KKV-k versenyképességéről: [Policy Brief on Regional Branding](#).

» SG2: Beruházás új berendezésekbe, a termelékenység növelése

A 2. speciális csoportos vizsgálat (SGS2) a dolgok üzletfejlesztési oldalára összpontosított. Mind a hat partnerrégió KKV-it megkérdezték arról, hogyan viszonyulnak a befektetési prioritásokhoz, a befektetési eszközökhöz és a vállalataik lehetőségeihez, valamint arról, hogy a világvárvány milyen hatást gyakorolt az élelmiszeripari KKV-ra.

A kérdőívnek köszönhetően megtudtuk, hogy az elmúlt 5 évben szinte minden megkérdezett cég fektetett be új berendezésekbe. A fő motiváció a termelékenység és a jövedelmezőség növelése volt, de ugyanakkor a környezetbarát szándék is. A fejlesztések finanszírozásának három legnépszerűbb módja: a vállalat saját forrásai, a banki hitelek és az adókedvezmények voltak.

A legtöbb vállalkozás a létesítményeibe is befektetett – újakat épített és régieket újítt fel. Az ilyen beruházások fő okaként ismét a termelékenység és a jövedelmezőség növelését jelölték meg. Az interjúalanyok azt állították, hogy a beruházások a munkakörülmények javításával növelték a munkahelyi elégedettséget is. Több válasz is azt mutatta, hogy ezek a

beruházások lehetővé tették számukra, hogy túléljék a járványt, és megtartsák alkalmazottjaikat. Továbbra, a humánerőforrás-politikával összhangban, érdeklődtünk a munkavállalók számára szervezett tréningekről, fejlesztő workshopokról, de csak a nagyobb cégek kínálnak ilyen szolgáltatásokat munkatársaiknak.

A járvány minden megkérdezett fél tevékenységében fennakadást okozott. A leggyakoribb hatások a munkafolyamatok átszervezése, a létszámleépítés és a munkaprogram csökkentése volt. Emellett eladatlan készleteket generált, és a befektetések átütemezését is szükségessé tette. Szerencsére egyik megkérdezett cég sem ment csődbe.

A tanulmány alapján megállapítható, hogy az új berendezésekbe és felszerelésekbe történő beruházások valóban pozitívan befolyásolják egy vállalat termelékenységét és versenyképességét. Ezek nemcsak a vevő/fogyasztóval való viszonyra vannak hatással, hanem saját emberi erőforrásaikra is. A dolgozók sokkal boldogabbak, ha újabb, hatékonyabb és általában biztonságosabb gépekkel dolgozhatnak, és ugyanakkor egy felújított, környezetbarát térben végzik munkájukat.

További információk

- » A FRIDGE oldalakon készült tanulmány teljes összefoglalása: [Summary of Specialty Group 2 Study](#).



JÓ GYAKORLATOK

A projekt során a partnerek összesen tizenkilenc (19) jó gyakorlatot azonosítottak, amelyek kölcsönösen ösztönözték a regionális szakpolitikák és tevékenységek további fejlesztését, amelyek majd támogatják az élelmiszeripari KKV-k fejlődését. A jó gyakorlatok megoldásokat kínálnak a jobb piaci lefedettség, hálózatépítésre, együttműködésre és helyi márkáépítésre, valamint a termelékenység javítására a jobb finanszírozás, termékfejlesztés és oktatás révén.

Jó gyakorlatok

TOLNA MEGYE, MAGYARORSZÁG

Völgység Kincse Szociális Szövetkezet: a foglalkoztatás és a rövid ellátási láncok elősegítése vidéken

A Völgység Kincse Szociális Szövetkezet az FEDER által finanszírozott Társadalmi Megújulás Operatív Program (2007–2013) támogatásával jött létre. Ez lehetővé tette az új szociális szövetkezet számára, hogy helyben természetesen alapanyagokból gyümölcsleveket kezdjen előállítani.

A szövetkezet 2 másik helyi szövetkezettel működik együtt. A Völgység Kincse 7 helyi lakos foglalkoztatásához járult hozzá, tevékenységei között képzések, kulturális rendezvények, helyi élelmiszerbolt üzemeltetése is szerepel, és további funkciókkal is bővíthető. A Szociális Szövetkezet helyi termékboltot, online boltot üzemeltet, és 46 iskolát lát el friss gyümölcscsel vagy gyümölcslével. 2017-ben megkapta a "Kiváló termék" díjat.



Bővebb információ a jó gyakorlatokról a FRIDGE honlapjain: [Völgység Kincse Social Cooperative](#).

HASHTAGS: #együttműködés #helyimárkaépítés

EDIOP 1.2.6-8.3.4-16 felhívás az élelmiszeripari KKV-k számára

A EDIOP 1.2.6-8.3.4-16 program (Élelmiszeripari közép- és nagyvállalatok komplex beruházásainak támogatása kombinált hiteltermékkel) kifejezetten élelmiszeripari közép- és nagyvállalatok számára készült. A program célja az élelmiszerszektorban tevékenykedő közepes KKV-k fejlődésének, szerepének és piaci pozíciójának elősegítése, a munkahelyek megtartását szolgáló beruházások támogatása, valamint a területi egyenlőtlenségek csökkentése komplex beruházások támogatásával, vissza nem térítendő támogatás és alacsony kamatozású kölcsön kombinációjával.

Egy vissza nem térítendő támogatás összege 50–750 millió forint volt, 50–2000 millió forint hitel mellett. Eddig 60 projektet támogattak, összesen 19,5 milliárd forint (kb. 56 millió euró) értékben.

További információ a jó gyakorlatokról a FRIDGE weboldalain: [The EDIOP 1.2.6-8.3.4-16 call for application for food industry SMEs](#).

HASHTAGS: #finanszírozás #termelékenység

Jó gyakorlatok

HARGITA MEGYE, ROMÁNIA

Székely Termék Védjegy

Hargita megye túlnyomórészt mezőgazdasági és vidéki térség, annak köszönhetően, hogy a megye vidéki lakossága körében a gazdasági tevékenységek a mezőgazdaságra és az élelmiszertermelésre vannak ráhangolva. Kisgazdálkodóként nehéz felvenni a versenyt a világ legnagyobb élelmiszertermelőivel. Emiatt, a helyi termelők érdekeit védve, kidolgozták a Székely Termék közösségi védjegyet. Minden termék helyben készül. Több mint 150 gyártó, több mint 1000 terméke rendelkezik a védjegy használati jogával. Az ügyfelek örvendenek, hogy a választásuk révén támogatják a helyi közösségeket és segítik a fejlődésüket.



További információ a jó gyakorlatokról a FRIDGE weboldalain: [Szekler Product Brand](#).

HASHTAG: #együttműködés #helyimárkaépítés

A Szépvízi Márka

Hargita megye lakossága hatalmas vidéki területen oszlik el. Nagyon sok olyan gazdaság van, ahol mindössze 5–10 tehenet tartanak, ami alacsony szintű tejtermeléshez és értékesítési nehézségekhez vezet. Ennek a problémának a leküzdésére jött létre a 72 tagú Csengő Mezőgazdasági Szövetkezet, amely mára 144 tagúra bővült.

A szövetkezet fő céljai közé tartozik: a helyi gazdák által termelt tej begyűjtése, feldolgozása és értékesítése. Naponta 5000 liter tejet dolgoznak fel. A Szövetkezet 200 családnak biztosít megélhetést. A termékek a megye különböző piacain megvásárolhatók, Szépvízi márkaneven.



További információ a jó gyakorlatokról a FRIDGE weboldalain: [Szépvízi Brand](#).

HASHTAG: #együttműködés #helyimárkaépítés

Fenyőalja Egyesület

A csapatmunka olyan eredményekhez vezet, amelyek egyébként elérhetetlenek lennének. A Hargita megyei Csomafalván kilenc helyi kistermelő összefogott a Fenyőalja Egyesület megalakításáért, ami segítette őket hogy teljesítsék a hivatalos kötelezettségeket és hogy megkapják az engedélyt ahhoz, hogy termékeik országos piacra kerülhessenek, hogy megosszák a termelési költségeket, és nemzetközi elismerésre tegyenek szert azáltal, hogy évente legalább 10 nemzetközi élelmiszervásáron vesznek részt. Egyénileg a helyi termelőknek nem volt elég forrásuk a bonyolult jogi problémák leküzdésére, és termékeiknek a szokásos boltokban történő értékesítésére. Az összefogásnak és a Fenyőalja Egyesület megalakításának köszönhetően mára mind a kilenc tag az eddigi legnagyobb termelési léptékkal rendelkezik, termékeik nemzetközi elismerést értek el egyedi minőségüknek és ízviláguknak köszönhetően.

Bővebb információ a jó gyakorlatokról a FRIDGE honlapjain: [Association Fenyőalja Egyesület](#).

HASHTAG: #együttműködés #helyimárkaépítés #termelékenység



Jó gyakorlatok

FELSŐ-FRANKFÖLD, NÉMETORSZÁG

Weihenstephan FSIWS Élelmiszeripari Startup Inkubátor

A startup inkubátorok csodálatos dolgokat valósítanak meg az üzleti és technológiai világban. Számos nagyvállalat, amelynek szolgáltatásait a mindennapi élet részének tekintjük, nem létezne ezen szervezetek támogatása nélkül. A Weihenstephan Food Startup Incubator is erre törekszik. Segíti az innovatív ötletek kidolgozását, népszerűsíti a fenntartható élelmiszert és elősegíti a fiatalok vállalkozói szellemét.

Az FSIWS négy fő területen nyújt támogatást startupoknak és alapító csapatoknak:

- » Infrastruktúra biztosítása élelmiszer-előállításához laboratóriumi körülmények között és a kísérleti programok szintjén, valamint coworking terekben.
- » Képzés és oktatás élelmiszer-technológiai, vállalkozói, üzleti adminisztráció és pénzügy témakörben
- » Finanszírozási eszközök biztosítása az induló szakaszhoz, valamint a fejlesztési és bővítési szakaszhoz
- » Hálózat létrehozása startupokkal, élelmiszer-technológiai és vállalkozói szakértőkkel, üzleti angyalokkal, befektetőkkel, kiskereskedőkkel.



Bővebb információ a jó gyakorlatokról a FRIDGE honlapjain: [Food Startup Incubator Weihenstephan](#).

HASHTAGS: #hálózatépítés #oktatás #termelékenység

Genuss Akademie Bayern-ÍZAKADÉMIA

Számos európai piacon, a vásárlók körében egyre nagyobb az érdeklődés a helyes táplálkozás és az élelmiszerek minősége iránt. Meg akarják ismerni az ételkészítés során használt összes összetevőt, és meg akarnak bizonyosodni arról, hogy amit esznek, az hozzájárul az egészségükhöz. Emiatt egyre nagyobb az igény az olyan szakszerű, táplálkozástudományi ismereteket nyújtó oktatási programok iránt, az élelmiszeripari szakemberek számára, amelyek biztosítanak ismereteket.

A Genuss Akademie Bayern gyakorlatorientált képzést kínál a táplálkozás, az érzékszervi elemzés, a kóstolás, a feldolgozási technikák területén és mind abban, ami az élelmiszeripari szakemberek tudásának fejlesztéséhez szükséges.

A célcsoportban a szakácsok, az éttermi szakértők, a hentesek, a pékek, a borászok, a sörgyarak, az élelmiszer-, ital- és fűszerkereskedők, valamint sajt-, hús- és pékáru-kiskereskedők találhatók. Ezeknek a képzéseknek köszönhetően szakszerűen tudnak reagálni a piac igényeire és növelni tudják a termékek/szolgáltatások vonzerejét a vásárlók körében.



Bővebb információ a jó gyakorlatokról a FRIDGE honlapjain: [Genuss Akademie Bayern](#).

HASHTAGS: #együttműködés #hálózatépítés #oktatás

Jó gyakorlatok

FELSŐ-FRANKFÖLD, NÉMETORSZÁG

Platformok trilógiája

Az információ szabad áramlása teremtette meg azt a világot, amelyben élünk.

Ezért olyan vonzó a Bavarian Platform Trilógia. A három platform különböző B2B és B2C kapcsolatokat alkalmaz, és elősegíti a gyors, ingyenes és hatékony kommunikációt az érintettek között. A platformok áttekintést nyújtanak a bajorországi regionális beszerzés helyzetéről, és megkönnyítik a kapcsolatfelvételt a regionális élelmiszer-beszerzés érdekében. Jelenleg (2021. november) több mint 3000 regionális szállító és gyártó van regisztrálva, amelyek több mint 800 különböző terméket kínálnak.



Bővebb információ a jó gyakorlatokról a FRIDGE honlapjain: [Trilogy of Platforms](#).

HASHTAG:

#együttműködés #hálózatépítés
#helyimárkaépítés

Bajor Élelmiszer Kincstár

A projekt célja a védett eredetű (OFJ és OEM) bajor specialitások értékesítésének elősegítése Bajorországon kívül. A cél az, hogy egy üzenetet közvetítsenek, miszerint a bajor specialitások a kulináris élvezetek európai kultúrájának részét képezik, amelyek védelmet érdemelnek. A World Food Heritage márka broszúrákat ad ki, reklámszövegeket készít, frissíti honlapját, szorosan együttműködik az érdekvédelmi szövetségekkel, képeket, információkat, adatokat, recepteket és termékinformációkat gyűjt. A célcsoportok a fogyasztók, a piac és a gasztronómia. Különböző kereskedelmi hálózatokkal együttműködve új értékesítési csatornák kialakítását célozzák.



Bővebb információ a jó gyakorlatokról a FRIDGE honlapjain: [World Food Heritage Bavaria](#).

HASHTAG:

#hálózatépítés #helyimárkaépítés #export

Jó gyakorlatok

DÉL OSTROBOTHNIA, FINNORSZÁG

A Food Forum és a Food Team: élelmiszerinnovációs klaszterek regionális hálózatai Dél-Ostrobotniában

A Food Forum és a Food Team az élelmiszerszektor együttműködési hálózatai. A hálózatok célja az innováció és az információcsere előmozdítása a régió élelmiszerszektorában, mindkettő egy korábbi ERFA-finanszírozású fejlesztési projekt eredménye. Acsapatelősegíti a helyi cégek exportlehetőségeit. Öt-tíz cég vesz részt aktívan a hálózatban. A csapat üzleti utat is szervezett Kínába, export céljából. Másodszorban a hálózat célja, hogy növelje a régió élelmiszeripari tartományként való ismertségét, és növelje a régió élelmiszer-ágazati ismereteit.

Bővebb információ a jó gyakorlatokról a FRIDGE honlapjain: [Food Forum and Food Team](#).

HASHTAGS:

#együttműködés #hálózatépítés
#helyimárkaépítés

Az élelmiszeripari KKV-k fejlődésének és nemzetközivé válásának felgyorsítása Ostrobotniában

Az egészséges, tiszta és biztonságos élelmiszerek növekvő tendenciát mutatnak a világ élelmiszerpiacain, lehetőséget teremtve a KKV-k számára az élelmiszerszektorban is. Sok KKV számára küzdelmes kihasználni a nemzetközi élelmiszerpiacok trendjeit, és számos kihívással néznek szembe, mint például az alacsony termelési lépték, a korlátozott termékválaszték, az erőforrások és a tudás hiánya.

A projekt célja az volt, hogy az élelmiszer szektorban tevékenykedő kis KKV-k tudását és know-how-ját növelje a jó minőségű és magas hozzáadott értékű élelmiszerek fejlesztése és marketingje terén.

Az online képzési anyagok és képzési szemináriumok kiegészítésével a KKV-k javították készségeiket és ismereteiket a márkaépítés, a marketing és az export terén. Bemutatták azt is, hogyan lehet megtenni az első lépéseket a nemzetközi jelenlét és az exporttevékenység felé.

Bővebb információ a jó gyakorlatokról a FRIDGE honlapjain: [Accelerating growth and internationalisation among Ostrobothnian Food Industry SMEs](#).

HASHTAG: #oktatás #termelékenység #export

A South-Ostrobothnia Food Province regionális márka fejlesztése

A regionális élelmiszeripari márkák kiváló lehetőségeket kínálnak az élelmiszer- és italipari KKV-k számára ismertségük növelésére és termékeik eredetének kommunikálására.

Dél-Ostrobotniában az élelmiszeripari szereplők több éve együtt dolgoztak azon, hogy a régiót Finnország élelmiszeri tartományaként népszerűsítsék, és számos fejlesztési tevékenység ennek a koncepciónak a megerősítésére irányult.

Ez vezetett a Food Province Label létrehozásához.



A sikert két szempontból emelték ki:

1. Helyi szereplők bevonása. A projektben több mint 25 tag vett részt aktívan.
2. Tanulmány a fogyasztókról. A tanulmányok nagyon fontos perspektívákat nyújtanak a márka fejlődéséhez és ezeknek a régió kívüli megítéléséhez.

Bővebb információ a jó gyakorlatokról a FRIDGE honlapjain: [Food Province Label of South Ostrobothnia](#).

HASHTAG:

#hálózatépítés #helyimárkaépítés #oktatás

Jó gyakorlatok

NYUGAT-MACEDÓNIA, GÖRÖGORSZÁG

Európa-hálózat

Ha kisvállalkozást vezet, a tapasztalt mentorok támogatása felbecsülhetetlen lehet a vállalkozás fejlődési gyorsasága szempontjából.

Az Enterprise Europe Network segíti a vállalatokat az innovációban és a nemzetközi növekedésben. Ez a világ legnagyobb támogató hálózata a nemzetközi ambíciókkal rendelkező kis- és középvállalkozások (KKV-k) számára.

A hálózat a világ több mint 60 országában aktív, és több mint 600 tagszervezet 3000 szakértőjét tömöríti.



Bővebb információ a jó gyakorlatokról a FRIDGE honlapjain: [Enterprise Europe Network](#).

HASHTAG: #együtműködés #hálózatépítés #export

Amyndeon Oenos borklaszter

Amyndeon bortermelői felismerték a borászat növekvő igényeit a régióban, és a világ borpiaci pozíciójának javítása érdekében Amyndeon Oenos Wine Cluster néven non-profit szervezetet hoztak létre.

Az Amyndeon Oenos Wine Cluster számos területen tevékenykedik. Tevékenységei közé tartozik többek között a Florina prefektúrában engedélyezett szőlőfajták tanulmányozása, azonosítása, megőrzése és népszerűsítése, valamint az akadémiai közösséggel, az országos és nemzetközi borászati intézetekkel való együttműködés.

Ez az első alkalom, hogy Nyugat-Macedónia régiójában borklasztert alakítanak ki, amely több mint 20 pincészetet foglal magában Amyndeon térségében.



Bővebb információ a jó gyakorlatokról a FRIDGE honlapjain: [Amyndeon Oenos Wine Cluster](#).

HASHTAG: #együtműködés #helyimárkaépítés

Agrár-élelmiszeripari partnerség Nyugat-Macedóniában

A Nyugat-Macedóniában működő Agrifood Partnership egy non-profit civil szervezet, amely a régió agrár-élelmiszeripari termékeinek támogatására jött létre. Fő célja e regionális specialitások hazai és nemzetközi szinten történő népszerűsítése.

Az Agrárpartnerség többek között a helyi termékek minősítésével, a kutatók és a tudományos közösség együttműködésével, a befektetők azonosításával, a népszerűsítés és az ismeretterjesztés támogatásával foglalkozik. A partnerségben több mint 28 helyi élelmiszer-termelő vesz részt.



Bővebb információ a jó gyakorlatokról a FRIDGE honlapjain:

[Agrifood Partnership of Western Macedonia](#).

HASHTAG:

#együtműködés #hálózatépítés #helyimárkaépítés #oktatás #export

Fenntartható termelésnövelés a tejelő juhok tenyésztésében



A fenntartható termelésnövelés gyakorlati megoldást kínál azzal a céllal, hogy kisebb környezetterheléssel több élelmiszert állítsanak elő, biztosítva azt is, hogy az élelmiszer-termelés növelésével, azok természeti erőforrás - alapok amelyektől a mezőgazdaság függ, fenntarthatóak és valóban továbbfejleszthetők legyenek a jövő generációi számára.

A Proud Farm (PF) beruházásokat eszközölt egy tejtermelés-figyelő rendszerbe, környezeti szenzorokba, az élelmiszerköltséghez kapcsolódó bevételszámítási rendszerbe és egy meteorológiai állomásba. Ezek a beruházások a tejtermelés nyomon követésével több mint 20%-kal növelték az átlagos tejtermelést. A PF több mint 50%-kal csökkentette az állatokon végzett beavatkozásokat, és csökkentette a felnőtt juhok elhullási arányát. A PF üzleti modellben nagy lehetőségek rejlenek arra, hogy más régiók is tanulmányozzák, de ugyanakkor egy rugalmas, átruházható modell, amely egyben nagyon innovatív is, különösen ha a mezőgazdasági üzemek tulajdonosai nagyon bíznak a tudományban és az innovációban.

Bővebb információ a jó gyakorlatokról a FRIDGE honlapjain: [Sustainable Intensification in Dairy Sheep Farming](#)

HASHTAGS: #együtműködés #helyimárkaépítés #termelékenység

Jó gyakorlatok

KELET-FLANDRIA, BELGIUM

A helyi élelmiszertermelőket és fogyasztókat összekötő regionális szövetkezetek

Kelet-Flandriában három regionális szövetkezet olyan platformon egyesíti a regionális élelmiszertermelőket, ahol a B2B és a B2C értékesíthetik termékeiket.

A platformon megtalálható minden, a tejtermékektől a húsig, csokoládéig és gyümölcsökig. A vásárlók helyben és helyi termelőktől szeretnék vásárolni.

Ehhez csak egy kényelmes megoldásra van szükségük, amit ez a platform felkínál nekik.

A siker bizonyítéka az éves árbevétel két számjegyű százalékos növekedése.

Bővebb információ a jó gyakorlatokról a FRIDGE honlapjain: [Regional cooperatives connecting local food producers and consumers](#).

HASHTAGS:

#együtműködés #hálózatépítés #helyimárkaépítés

Food Pilot: az élelmiszerfeldolgozó ipar alkalmazási és elemző központja

A Food Pilot segít a vállalatoknak, a laboratóriumoknak és a politikai döntéshozóknak, hogy meg tudjanak felelni az agrár-élelmiszeripari ágazat előtt álló kihívásoknak. A szolgáltatások széles skáláját kínálja az innovatív ötletektől a sikeres végtermékekig.

Egy személyes szakértő koordinálja az olyan konkrét lépéseket, mint például a laboratóriumi vizsgálatok, a kísérleti tesztek, a tanácsadói segítségnyújtás vagy a tudásáttekintés kialakítása.

A Food Pilot rámutat, hogy a kormány és a piac szoros együttműködése nyereséges lehet.

Szolgáltatásait évente több mint 400 cég veszi igénybe, évente több mint 20 000 élelmiszer-vizsgálatot végeznek.



Bővebb információ a jó gyakorlatokról a FRIDGE honlapjain: [Food Pilot](#).

HASHTAG:

#együtműködés #oktatás #termelékenység

Tasteful East-Flanders: a helyi gasztronómia népszerűsítése

Az Tasteful East-Flanders 250 regionális mezőgazdasági termelővel együtt népszerűsíti a kelet-flandriai helyi termékeket. A szervezet 4 pilléren nyugszik:

- » Szakszerűsítés és új menedzsmenttechnikák
- » A regionális termékek népszerűsítése
- » Értékesítés és forgalmazás
- » Tapasztalat és turizmus

A promóciós tevékenységek figyelemre méltó eredményeket hoznak. A COVID-19 világjárvány előtt évente több mint 80 000 ember kerestefel a Butcher's Hallt, 2020-ra pedig a Tasteful East-Flanders oldalnak több mint 95 000 látogatója volt.

lekker
Oost-Vlaams

Bővebb információ a jó gyakorlatokról a FRIDGE honlapjain: [Tasteful East-Flanders](#).

HASHTAG: #hálózatépítés #helyimárkaépítés



ZÁRÓ KÖVETKEZTETÉSEK

A jelen kézikönyvben azonosított és leírt tanulmányok és jó gyakorlatok, segítették a FRIDGE projekt partnereinek, hogy javítsák azon regionális szakpolitikáikat, amelyek régiókban támogatják az élelmiszeripari KKV-k versenyképességét.

A jobb szakpolitikák felé vezető lépéseket az egyes partnerrégiók által kidolgozott regionális cselekvési tervek jelentik. Ebben az utolsó fejezetben szeretnénk bemutatni a partnerek cselekvési terveinek rövid leírását.

Tolna megye, Magyarország

Térségünkben – saját KKV-felmérésünk szerint – a legnagyobb probléma a munkaerőhiány és a vezetői képességek hiánya.

A Food Pilot GP arra ösztönzött bennünket, hogy konzultáljunk Irányító Hatóságunkkal, és javasoljuk a tanácsadási és képzési szolgáltatások bevonását az élelmiszerszektorban működő KKV-k programjába, ami segíthet csökkenteni a lemaradást.

Hargita megye, Románia

Figyelembe véve a helyi igényeket és az érintettekkel folytatott megbeszéléseket, cselekvési tervünk két fő tevékenységre összpontosít:

1. minőségbiztosítási rendszer kialakítása védjegy rendszeren keresztül
 2. a tejtermelési lánc közötti együttműködés előkészítése és a terméklánc szereplőinek bevonása
- Mindkét tevékenységet a projektben azonosított jó gyakorlatok ihlették.

Felső-Frankföld, Németország

Számos megbeszélés és bevált gyakorlat bemutatása során megtanultuk a létező erőforrásokhoz való hozzáférés és felhasználás különböző megközelítési módjait.

Folytatjuk a prémium termékek fejlesztését, és népszerűsítjük politikai eszközünket, a Genuss Schätze Bayern projektet.

A FRIDGE projekt partnereinek különböző megközelítései, ami a regionális termékek népszerűsítését illeti, arra inspiráltak bennünket, hogy javítsuk a marketing intézkedéseinket a fogyasztókkal és más érdekelt felekkel folytatott közvetlen párbeszéd révén.

A jövőben a nyilvános rendezvények, képzések, piaci részvétel és vásárok is részét képezik majd marketingstratégiánknak.

Dél-Ostrobothnia, Finnország

A projekt során régiókban azonosítottunk bizonyos területi szükségleteket, amelyekkel a helyi KKV-k élelmiszeripari versenyképességének javítása érdekében foglalkozni kell. Cselekvési tervünk két fejlesztési kérdésre fókuszál.

Egyrészt a regionális Food Innovation Ecosystemfejlesztésének támogatása, másrészt a regionális élelmiszeripari vállalkozási környezet fejlesztése. E két témakör keretében öt konkrét akciót kezdeményezünk élelmiszeripari KKV-ink versenyképességének támogatására, amelyek mindegyike a levont tanulságokon és különösen a projektben azonosított jó gyakorlatokon alapul.

Nyugat-Macedónia, Görögország

Nyugat-Macedónia régiójában hiányoznak a mezőgazdasági KKV-k támogatására irányuló konkrét intézkedések. A projektből tanultak – köztük sok jó gyakorlat – alapján számunkra a FRIDGE Akcióterv az extraverzió ösztönzésének eszköze lesz, amely támogatja a Nyugat-Macedóniai Agrár-Élelmiszeripari Partnerséget és a Regionális Élelmiszeripari Klasztert.

Kelet-Flandria, Belgium

Cselekvési tervünk két fő intézkedésen alapul. Elsőként a Székely Termék márka, a Food Provence Label és a Völgység Kincse Szociális Szövetkezet ihlette fogyasztói mentori hálózat létrehozása. Kommunikációs kampányt is szeretnénk folytatni, hogy tovább fejlesszük és megerősítsük Kelet-Flandriához és Kelet-Flandria gasztronómiai különlegességeihez kötődő önértékünket és tudásunkat.

Másodszorban mentori hálózatot kívánunk létrehozni a termelők számára: régiókban az élelmiszeripari KKV-k nagyon kevés együttműködést folytatnak.

A számos bevált gyakorlat azt mutatja, hogy a KKV-k számára ez lehet a kulcs a promóció, az értékesítés, a forgalmazás és az export megerősítéséhez.

Ezen az alapon szeretnénk hálózatot kiépíteni az élelmiszeripari KKV-k és a tudásközpontok között.





WWW.INTERREGEUROPE.EU/FRIDGE