



# Tartumaa toidustrateegia koostamine

Tegevuskava fookusgrupp:

**Tartumaa toiduvaldkonna ühine bränd ja turundus**

20. oktoober 2021

# Toidustrateegia koostamise protsess

- **Tartu maakonna toiduvaldkonna uuringu läbiviimine, sh:**
  - Kvantitatiivne osa: maakonna majanduskeskkonna ülevaade, sh toiduvaldkonda puudutavad sektorid; detailsem sektoripõhine ettevõtlusanalüüs maakonna ettevõtete kohta koostatakse Äriregistri andmetele tuginedes
  - Kvalitatiivne osa: fookusgrupid, süvaintervjuud,
  - Toiduvaldkonna koostöögrupi moodustamine
- **Strateegiaprotsessi läbiviimine, sh:**
  - Visiooniseminari läbiviimine laiapõhjalise sisendi saamiseks, sh visioon, eesmärgid ja tegevused
  - **Fookusgrupi arutelude (4) läbiviimine eesmärkide ning meetmete/sammude määratlemiseks**
  - Strateegia tööversiooni koostamine
  - Tagasisideseminari läbiviimine (sama sihtrühm, mis visiooniseminaril) strateegia ja tegevuskava täpsustusteks
  - Lõppdokumendi koostamine

# Toidustrateegia fookused (uuringust)

1. Tootjate, toitlustajate ja tarbijate parem kokkuviimine
2. **Tartumaa ühise toiduvaldkonna brändi loomine ja/või maakonna eripärade selge määratlemine ja kommuniqueerimine**
3. Tootearenduse ja innovatsiooni kasvatamine toiduvaldkonnas
4. Teadlikkuse kasvatamine

*\*eraldi oluline roll ka avalikul sektoril (maakonna suurim toitlustaja)*

# Fookusgrupi küsimused

(ühine bränd)

1. Valdkonna visiooni (soovitud seisundi) määratlemine
2. Eesmärgi saavutamiseks vajalike sammude/meetmete määratlemine

# Ideid visiooniseminarilt

(ühine bränd)

- Kaardistada toidutootjad ja tarbijad (toitlustusettevõtted)
- Piirkonna ulatus ebaselge (brändi ulatus)
- Maitsev Tartu – edasi arendada – Maitsev Tartumaa
- Igapäevane eestvedamine
- Oluline on eristuda teistest brändidest
- Bränd näitab toidu päritolu
- Põhjalik teavitustöö (PR, koolitamine)
- Tartumaa sertifikaat – ühildada riiklike toidusertifikaatidega (Eesti toit)
- Brändi taga peab olema ka sisu – jätkusuutlikkus
- Bränd üle Lõuna-Eesti?
- Tarnekindlus
- Usaldusväarsus, läbipaistvus
- Toiduseiklus – tarbijatele pakkuda hasarti ja kindlustada Tartumaal liikumine – nt templite kogumine
- Tartu – heade mõtete JA toidu linn!
- Eesmärk: kui inimene mõtleb heast toidust/Eesti maitsetest, siis mõtleb ta Tartumaast

# Arutelu I: valdkonna visioon (soovitud seisund)

## Milline on soovitud olukord aastal 2025 Tartumaal valdkonnas “Tartumaa ühine toidubränd”?

- Kirjeldage vastavat olukorda 3-5 lühilause/märksõnaga

- [https://padlet.com/mihkel\\_laan/toidustrateegia3](https://padlet.com/mihkel_laan/toidustrateegia3)

# Arutelu II: meetmed, elluviijad


**Milliseid sammud (meetmed) on soovitud olukorrani jõudmiseks vajalik rakendada?**

- [https://padlet.com/mihkel\\_laan/toidustrateegia4](https://padlet.com/mihkel_laan/toidustrateegia4)

# Arutelud jätkuvad

- Valdkondlikud fookusgrupid:
  - Tootearenduse ja innovatsiooni kasvatamine – 27. okt kl 9-11
  - Teadlikkuse kasvatamine – 27. okt 14-16
- Strateegia tööversiooni koostamine, tagasisideseminar – nov-dets





**cumulus  
consulting.**

**Aitäh osalemast!**