



Euroopan unioni
Euroopan aluekehitysrahasto

Loppuraportti

Kestävää kasvua ja työtä 2014 - 2020
Suomen rakennerahasto-ohjelma



Viranomaisen merkintöjä

Saapumispäivämäärä 6.4.2020	Diaarinumero EUR A 2014/4371/09 02 01 01/2016/PKARJALA
Käsittelijä	Puhelinnumero
Hankekoodi A72456	Tila Saapunut

1 Hankkeen perustiedot

Hankkeen nimi BioDigi - menetelmät, tuotteet ja palvelut	Päättymispäivämäärä 31.12.2019
Alkamispäivämäärä 1.4.2017	Toimintalinja 2. Uusimman tiedon ja osaamisen tuottaminen ja hyödyntäminen
Erityistavoite 5.1. Yritysten innovaatiotoiminnan vahvistaminen	Tukimuoto Alueellinen kehittämistuki: kehittämishanke
Kustannusmalli Flat rate 24 %	

2 Tuensaajan perustiedot

Tuensaajan nimi Keski-Karjalan Kehitysyhtiö Oy	Hankkeen WWW-osoite http://www.keti.fi
Y-tunnus 1934207-8	Yhteyshenkilön nimi Katariina Eskelinen
Yhteyshenkilön sähköpostiosoite katariina.eskelinen@keti.fi	Yhteyshenkilön puhelinnumero 0401407505

3 Tiivistelmä

3.1 Hankkeen toiminnan ja tulosten tiivistelmä

Hankkeen toimenpiteiden kautta tavoitteena oli kehittää yritysten toimintaedellytyksiä digitalisoituvassa maailmassa, lisätä yritysten verkostoitumista, alueen tuotteiden ja palveluiden tunnettavuutta sekä luoda pohjaa uudelle kansainväliselle biotalouteen pohjautuvalle liiketoiminnalle. Alunperin pääasiallisena kohderyhmänä olivat tuotannolliset yritykset ja biotalousalan yritysryhmät: Elintarvikkeet/luonnontuotteet ja Biotalousalan liittyvät erikoistuotteet sekä bioenergia. Välillisinä kohderyhminä palvelu- ja kaupanalan yritykset, metallialan yritykset sekä logistiikka-alan yritykset.

Toteutuksen aikana hankesuunnitelmaa ja hankkeen toteutusta muutettiin rahoittajan hyväksymänä seuraavasti: Hankkeen henkilöresursseihin lisättiin kokoaikaisen yritysasiantuntijan ohkeen osa-aikainen hanketyöntekijä elokuusta 2018 alkaen laaja-alaisen yritysten tavoittamisen, mukaan aktivoinnin ja tarvelähtöisen toteutuksen mahdollistamiseksi. Pääasiallinen kohderyhmä laajennettiin kattamaan myös alunperin välilliset kohderyhmät. Toteutuksen painopistettä ja toteutustapaa muutettiin yritysten tarpeet huomioiden enemmän toimenpidekokonaisuuden 1 suuntaan. Hankkeen toteutusaikaa jatkettiin puoli vuotta alkuperäistä aikataulua pidempään.

Toimenpiteitä toteutettiin kolmen kokonaisuuden alla: 1. Digikoutsit - Digitaalisuuden mahdollisuuden tutuksi ja käytäntöön, 2. Tuote-, palvelu- ja konseptikehitys yritysverkostoissa ja 3. Benchmarking-matkat. Digikoutsit-kokonaisuuden alla toteutettiin kaikkiaan 14 infotilaisuutta ja 22 työpajaa eri teemoista. Yritysvierailuilla ja erilaisissa sidosryhmä- ym. tilaisuuksissa tiedotettiin hankkeen toimenpiteistä ja aktivointiin niihin osallistumaan, useampikanavaisen ilmoitusviestinnän lisäksi.

Tuote-, palvelu- ja konseptointikehitys yritysryhmille -kokonaisuuden alla toteutettiin kaikkiaan 6 infotilaisuutta, 10 työpajaa sekä neljä (4) yhteistapahtumaa/-tapaamista verkostotoiminnan vahvistamiseksi.

Benchmarking-matkat toteutuivat maailman suurimpaan elintarvike- ja biotalousalan tapahtumaan Grüne Wocheen Saksan Berliiniin ja vähittäiskauppa- sekä HoReCa-ammattilaisten ruokamesutapahtuma Anugaan Saksan Kölniin.

Hankkeen toimenpiteisiin osallistui kaikkiaan 120 eri organisaatiota, joista yrityksiä 114, sekä lisäksi muutamia yritystoimintaa suunnittelevia yksityishenkilöitä. Toimenpiteiden kautta lisättiin yritysten osaamista ja tietoisuutta erilaisista digitaalisista menetelmistä, palveluista ja tuotteista - digitalisaation mahdollisuuksista ja hyödyntämisen keinoista. Järjestetyissä tilaisuuksissa, työpajoissa ja benchmarking-matkoilla yrityksille mahdollistettiin verkostojen tiivistäminen ja verkottuminen uusiin potentiaaliin yhteistyökumppaneihin. Asiantuntijan avulla kartoitettiin

elinkeinoelämän kannalta keskeisten keskikarjalaisten yritysten kiinnostus digitaalisiin laitteisiin ja menetelmiin. Yrityksiä avustettiin digitaalisaatioon liittyvien kehittämis- ja investointisuunnitelmien laatimisessa ja soveltuvien avustusten haussa.

Tuloksina tavoiteltiin yritysten toimintaedellytysten paranemista, verkostojen laajentumista ja uusien verkostojen syntymistä, myynnin positiivista kehitystä, yritysten liiketoiminnan kasvua ja uusien työpaikkojen syntymistä. Alueen elinvoimaisuuden lisäämiseksi sekä yritysten sisäisen toiminnan kehittämiseksi koko arvoketjussa tavoiteltiin uuden liiketoiminnan ja uusien toimintamallien luomista, sekä vahvan modernin bio- ja digitalouden brändin saamista alueelle sen houkuttelevuuden kasvattamiseksi.

Tulostavoitteita ei saavutettu tavoitellussa laajuudessa. Hankkeen toimenpiteiden kautta onnistuttiin herättelemään ja aktivoimaan yrityksiä toteuttamaan lähinnä kevyitä digitaalisuutta hyödyntäviä kehittämistoimia; tämän uskotaan tulevaisuudessa madaltavan kynnystä lähteä rohkeammin ja vähemmällä ennakkopelolla toteuttamaan kokonaisvaltaisempia liiketoiminnan kehittämistoimia digitalisaation mahdollisuudet huomioiden.

3.2 Hankkeen toiminnan ja tulosten englanninkielinen tiivistelmä

The aim of the project was to develop the business environment in an increasingly digital world, increase business networking, awareness and a range of products and services, as well as create the new international bio-economy-based business. Originally the main target groups were productional enterprises and enterprise groups of bio-economy field: food / natural products and special products of bio-economy and bioenergy. Indirect target groups were enterprises in service, sales, metal and logistic businesses.

During the project we found out it was necessary to change the project plan and execution of the project with approval of financier: Part-time project worker started to work with full-time enterprise expert from August 2018 so we managed to contact and active more effectively enterprises to attend to project activities. As well as find out the needs of the target group more specifically. The main target group was also extended to the indirect target groups. The main focus was changed to be more in section 1. Digital Koutsi – business possibilities and practice of digitalization. The implementation time was continued with 6 months till the end of year 2019.

The project consisted of the following sections:

1. Digital Koutsi – business possibilities and practice of digitalization
2. Product, service and concept development in business networks
3. Benchmarking tours

In section 1 there were together 14 different info events and 22 different workshops. In section 2 there were together 6 different info events, 10 different workshops and 4 group meetings to strengthen networking. Two benchmarking tours came true to German, one to Grüne Woche and one to ANUGA.

In all 120 organisation attended to the acts of project, 114 of them were enterprises. There were also couple of participants who were planning to start business of their own.

Through the project we managed to improve the know-how of the benefits of digitalization. We increased the knowledge of the different kind of products, services and concepts available. Networking and finding out new business partners were enabled through project acts. Enterprises were advised and helped to get consultant and specialist help when needed as well as led to the right funding instruments and planning of development and investing acts.

The aim was that project generates new business possibilities and operational models in order to increase the business vitality of the region, as well as the development of the internal functioning of enterprises across the value chain. In a long term the aim was that the project will improve business environment, create new and expanded business networks, increase sales, growth and create new jobs. The area will have stronger brands based on the modern bio-economy and the digital economy, which contribute to the attractiveness of the region.

We didn't achieved the aims in that wide level but we have the faith that through this project we managed to change attitudes and seed courage to take more holistic development acts in business sectors with digitalization in Central Karelia.

is based on the Central Karelia's Economic Development Strategy 2020 where the bio-economy plays a very important role. In addition, the digitalization is as a key cross-cutting theme in the strategy. In the area of Central Karelia there are dozens of bio-economy-based companies, as well as the area has a very good operating environment and possibilities for the new businesses. Digitalization together with development of products, services and concepts creates good conditions for the growth of bio-economy field.

4 Hankkeen tarve, toteutus ja tulokset

4.1 Miten hanke onnistui vastaamaan kehittämistarpeeseen ja kuinka hankkeen tavoitteet toteutuivat?

Hankkeen kautta pyrittiin keskittymään yritystoiminnan toimintaedellytysten vahvistamiseen eritoten tuotannollisilla ympäristö- ja biotalousaloilla, huomioiden Keski-Karjalan seudun haasteet koskien teollisten työpaikkojen menetystä ja korkeaa työttömyysastetta. Yritysten keskeisiksi, toisiinsa linkittyviksi, osaamisen kehittämistarpeiksi oltiin tunnistettu digitaalisuus, tuotteistaminen ja yhteismarkkinointi. Hankkeella pyrittiin lisäämään tietoisuutta digitaalisuuteen liittyvistä uusista mahdollisuuksista ja toimimaan linkkinä muihin toimijoihin ja hankkeisiin.

Hankkeen toimenpiteisiin osallistui suunniteltua vähemmän alunperin ajatellun pääkohderyhmän eli tuotannollisen ympäristö- ja biotalousalan toimijoita. Hankkeen toteutuksen ensimmäisen vuoden aikana oli haasteellista saada toimenpiteisiin sitoutuneita osallistujia laaja-alaisesti; maksuttomiin avoimiin infotilaisuuksiin osallistujia oli, mutta maksullisiin, hankkeen omarahoitusosuutta kerryttäviin, työpajoihin ei. Hankkeen ensimmäisen puolentoistavuoden toteutuksen ajan voidaankin toimenpiteiden sanoa keskittyneen digitaalisuuden mahdollisuuksien ja hyötyjen esiintuomiseen, tarpeiden kartoitukseen ja toiminnan uudelleen suuntaamiseen. Toimenpiteiden laaja-alaisempi toteutus käynnistyi kunnolla vuoden 2018 loppupuolella.

Yritysten kontaktointi, yritysvierailut ja toimenpiteiden sekä hankeviestinnän uudelleen suuntaaminen tuottivat tulosta; hankkeen kautta lisättiin laaja-alaisesti tietoisuutta digitaalisuuteen liittyvistä uusista mahdollisuuksista, tuotiin tietoon / ohjattiin yrityksiä soveltuviin muiden hankkeiden toimenpiteisiin sekä rahoitusavustusten hakuun.

4.2 Mitä välittömiä tuloksia hankkeella saatiin aikaan? Mitä vaikutuksia tuloksilla on?

Hankkeen tavoitteena oli kehittää toimintaedellytyksiä uudelle liiketoiminnalle. Tämän voidaan katsoa toteutuneen ainakin osittain; hankkeeseen osallistuneiden yritysten valmiudet liiketoiminnan kehittämiseen kasvoivat tiedon ja osaamisen lisääntymisen myötä.

Tavoitteen yritysverkostojen-/klustereiden kehittämisestä (pk-yritysten yhteistyön ja verkottumisen edistäminen) voidaan katsoa toteutuneen; hankkeen toimenpiteillä mahdollistettiin olemassa olevien verkostojen ja yhteistyön syventäminen sekä uusien verkostojen syntyminen ja verkottuminen.

Alueen vetovoimaisuuden voidaan nähdä lisääntyvän pitemmällä aikavälillä osittain tämänkin hankkeen toimenpiteiden myötä; osallistuneiden yritysten osaamisen taso digitaalisissa taidoissa ja viestinnässä nostettiin, tietoisuutta alueen ja osallistuneiden organisaatioiden omien vahvuksien hyödyntämisestä lisättiin.

Tavoite 'lisätään kehitystyössä uusia innovaatioita, joilla parannetaan yrityksen tuotantoprosessien tuottavuutta, tuotteita tai palveluita' ei toteutunut tavoitellusti.

Pk-yritysten kansainvälistymistä tuettiin kv-benchmarking-matkojen toteuttamisen kautta, kasvuhakuista ja työllistävää yritystoimintaa edistettiin osaltaan hankkeen toimenpiteiden toteutuksella.

Hankkeeseen osallistui:

114 yritystä (tavoite 30 osallistuvaa yritystä)

90 (tavoite 30 yritystä osallistuu Digikoutsaukseen)

26 (tavoite 15 yritystä osallistuu tuotteistukseen)

2 (5 yritystä tuotteistaa uuden tuotteen tai palvelun) - verkkosivut/-kauppa

1 (10 uutta työpaikkaa)

1 (2 uutta ja/tai sijoittuvaa yritystä)

4.3 Miten hakemuksen kohteena olevaa toimintaa jatketaan ja tuloksia sekä kokemuksia hyödynnetään hankkeen päättymisen jälkeen?

KETillä järjestetään jatkossa digiaamuja eri teemoilla yritysneuvonnan resursseilla sekä annetaan perustason yritysneuvontaa yrittäjille ja yrittäjyyttä suunnitteleville myös liiketoiminnan digiasioissa. KETIn henkilöstön tiedot ja käyttöosaaminen eri sähköisten työkalujen hyödyntämisestä liiketoiminnassa sekä tieto ja kokemus ko. aihealueen asiantuntijapalveluntarjoajista lisäänty hankkeen myötä.

Digitaalisuudesta on tullut osa yritysten liiketoiminnan arkea; sitä ei ole syytä pitää jonakin erillisenä osana liiketoimintaa vaan se tulee nähdä kiinteänä liiketoiminnan läpileikkaavana toimintatapana. Tätä ajatusta viedään yrityksille liiketoiminnan toteuttamiseen ja kehittämiseen niin yritysneuvonnan kuin kehittämishankkeiden kautta. Hankkeissa digiasiat ja niiden huomioiminen kehittämistoimissa tulevat jatkossa olemaan kunkin hankkeen sisälle rakennettuina, erillisiä digihankkeita ei ole enää tarkoitus toteuttaa.

4.4 Toteutuiko hanke aiotulla maantieteellisellä alueella tai kuinka alue mahdollisesti muuttui? Saavutettiinko suunniteltu kohderyhmä vai tuliko siihen muutoksia? Oliko muita toteutukseen liittyviä muutoksia?

Toteutuksen aikana hankesuunnitelmaa ja hankkeen toteutusta muutettiin rahoittajan hyväksymänä seuraavasti: Hankkeen henkilöresursseihin lisättiin kokoaikaisen yritysasiantuntijan ohkeen osa-aikainen hanketyöntekijä elokuusta 2018 alkaen laaja-alaisen yritysten tavoittamisen, mukaan aktivoinnin ja tarvelähtöisen toteutuksen mahdollistamiseksi. Pääasiallinen kohderyhmä laajennettiin kattamaan myös alunperin välilliset kohderyhmät. Toteutuksen painopistettä ja toteutustapaa muutettiin yritysten tarpeet huomioiden enemmän toimenpidekokonaisuuden 1 suuntaan. Hankkeen toteutusaikaa jatkettiin puoli vuotta alkuperäistä aikataulua pidempään. Hankkeen toimenpiteisiin osallistui yrityksiä myös Keski-Karjalan seudun ulkopuolelta, mikä mahdollisti toimijoiden verkottumisen laajemmin.

5 Seurantatiedot

5.1 Päästiinkö toteutuksessa hakemuksessa esitettyihin (kohta 12) numeerisiin tavoitteisiin? Mistä mahdolliset erot johtuvat?

Muuta tukea kuin rahoitustukea saavat yritykset tavoite oli 30; toteuma 12 eli toteutui vajaana.

Yritykset, jotka kehittävät uuden tai merkittävästi parannetun tuotteen markkinoille (tuote on uusi markkinoilla) tavoite 0; toteuma 0.

Yritykset, jotka kehittävät uuden tai merkittävästi parannetun tuotteen markkinoille (tuote on uusi yrityksille) tavoite 5; toteuma 2 eli toteutui osittain.

Yritykset, jotka käynnistävät t&k&i-toiminnan tai t&k&i-yhteistyön yliopistojen, korkeakoulujen tai tutkimuslaitosten kanssa tavoite 2; toteuma 4 eli toteutui suunniteltua useamman yrityksen kohdalla.

Yritykset, joihin syntyy uusiutuviin energiaratkaisuihin tai vähähiilisuuden tukemiseen perustuvaa uutta liiketoimintaa tavoite 2; toteuma 0 eli ei toteutunut lainkaan.

Start-up yritykset, joilla on merkittävät valmiudet uuden tuotteen, palvelun tai tuotantomenetelmän kehittämiseen tavoite 1; toteuma 1 eli toteutui suunnitellusti.

Yritysten avoimen tiedon ja rajapintojen avulla toteuttamat uudet sovellukset tavoite 2; toteuma 0 eli ei toteutunut lainkaan suunnitellusti.

Tutkimus- ja kehittämissinstituutioiden vetämään hankkeeseen osallistuneet yritykset tavoitteena oli, että hankkeeseen osallistuu 30 yritystä.

Kaikkiaan hankkeeseen osallistui 120 eri y-tunnuksen omaavaa tahoa, joista yrityksiä 114. Yritysten lisäksi hankkeen toimenpiteisiin osallistui yhdistyksiä, kuntaorganisaatioiden edustajia ja yksityishenkilöitä.

Tavoitteena oli, että

30 yritystä osallistuu toimenpideoisio 1 alla järjestettäviin tilaisuuksiin; toteuma 90.

15 yritystä osallistuu toimenpideoisio 2 alla järjestettäviin tilaisuuksiin (tuotteistaminen); toteuma 26.

10 uutta työpaikkaa; toteuma 1.

2 uutta ja/tai sijoittuvaa yritystä; toteuma 1.

Osallistujamäärätavoitteet siis ylitettiin, mutta vaikuttavuuden kannalta merkittävämpiä tavoitteita ei saavutettu hankkeen toteutusaikana.

5.2 Miten asetetut numeeriset tavoitteet palvelivat hankkeen toteutusta? Mitkä indikaattorit olisivat tukeneet paremmin toteutusta? Mitä mahdollisia omia seurantatietoja tai indikaattoreita toteutuksessa hyödynnettiin?

Hankkeen kohderyhmän ja toteutuksen painopisteiden muututtua alkuperäisestä eivät alunperin asetetut tavoitteet palvelleet täysin hankkeen toteutusta. Mikäli hanke olisi toteutunut alkuperäisen suunnitelman mukaisesti asetetut indikaattorit olisivat todennäköisesti täyttyneet oletetunlaisesti.

6 Hakijan osaaminen, hankkeen riskiarviointi ja ohjausryhmä

6.1 Miten hanke kartutti tuensaajan hanketyöosaamista ja hankkeen sisällön mukaista osaamista?

Tuensaajan tietämys, ymmärrys ja käyttöosaaminen erilaisten digitaalisten ohjelmistojen ja työvälineiden hyödyntämismahdollisuuksista sekä saatavilla olevista vaihtoehdoista lisääntyi hankkeen myötä. KETIn henkilöstö pystyi osallistumaan järjestettyihin info- ja työpajatilaisuuksiin, aineisto niistä tutustuttavissa ja hyödynnettävissä myös hankkeen päättymisen jälkeen. Hanketyöosaaminen lisääntyi eritoten de minimis -tuen alaisten toimenpiteiden ja hanketoimenpiteiden aikataulutuksen, sekä hankkeen aikaisten toimenpidemuutostarpeiden selvittämisen osalta.

6.2 Toteutuiko hankkeen aikana ennakoituja tai muita riskejä ja kuinka niihin reagoitiin?

Jälkikäteen on helppo todeta, että alkuperäinen hankesuunnitelma ei vastannut ajatellun kohderyhmän todellisia tarpeita ja odotuksia seudulliselta kehittämisryhmältä. Riskeistä realisoitui alkuperäiseen hankesuunnitelmaan nähden Yritysten kiinnostuksen puute aiheeseen; hankesuunnitelman ja pääkohderyhmän laajennuksen eli hankesuunnitelma- ja toteutuspainopistemuutosten myötä pystyttiin hanke viemään loppuun osallistaen tavoiteltua enemmän yrityksiä hankkeen toimenpiteisiin.

6.3 Miten ohjausryhmä tuki hankkeen toteutusta? Miten ohjausryhmä luonnehti hankkeen onnistumista?

Hankkeen ohjausryhmässä käytiin kokouksissa hyvää keskustelua yrityskehittämisen tarpeista, mikä ohjasi toteutuksen muutoksia yrityskehittämiseen suuntaan. Ohjausryhmä näki projektisuunnitelman ja toimenpiteiden keskittämismuutokset tarpeellisina ja projektin tavoitteiden toteutumista edistävänä.

6.4 Miten kohderyhmä koki hankkeen? Millaista palautetta kohderyhmältä on saatu?

Hankkeen toimenpiteisiin osallistuneilta kerättiin palautetta toimenpidekohtaisesti vähintäänkin suullisesti. Pääosin saatu palaute oli positiivista ja järjestettyjen tilaisuuksien anti on koettu omaa liiketoimintaa hyödyttäväksi, asiantuntijat asiansa osaaviksi ja muut puitteet toimiviksi. Molempien järjestettyjen opintomatkojen osalta palaute oli positiivista ja osallistuneet yritykset molemmissa ryhmissä kokivat ne erittäin hyödyllisiksi. Viestinnän selkeyttämistä ja kohdentamista tehtiin hankkeen toteuttamisen aikana huomioiden niin laajennettuna kohderyhmän kuin ohjausryhmän palautteet koskien viestisisällön yksinkertaistamisen ja ymmärrettävyyden tarvetta.

7 Horisontaaliset tavoitteet

7.1 Sukupuolten tasa-arvo

	Kyllä	Ei	Perustelu
Hankkeessa tehtiin toimintaympäristön analyysi sukupuolinäkökulmasta		x	Hanke vaikutukseltaan sukupuolineutraali.
Sukupuolinäkökulma huomioitiin hankkeen toiminnassa (valtavirtaistaminen)		x	Hanke vaikutukseltaan sukupuolineutraali.
Hankkeen päätavoite oli sukupuolten tasa-arvon edistäminen		x	Hanke vaikutukseltaan sukupuolineutraali.

7.2 Kestävä kehitys

Vaikutuksen kohde	Vaikutusaste		Perustelu
	Välitön vaikutus	Välillinen vaikutus	
Ekologinen kestävyys			
Luonnonvarojen käytön kestävyys	2	3	Tuote- ja palvelukehitystä ei toteutunut tavoitellussa määrin. Tietoisuutta asian huomioimisesta edistettiin.
Ilmastonmuutoksen aiheuttamien riskien vähentäminen	0	0	Yritysten uusiutuvaan energiaan perustuvia palveluita ei kehitetty alkuperäisen tavoitteen mukaisesti.
Kasvillisuus, eliöt ja luonnon monimuotoisuus	0	0	
Pinta- ja pohjavedet, maaperä sekä ilma (ja kasvihuonekaasut)	0	0	Älykkäitä ja ekologisia tuotteita ja palveluja ei kehitetty alkuperäisen tavoitteen mukaisesti.
Natura 2000 -ohjelman kohteet	0	0	
Taloudellinen kestävyys			
Materiaalit ja jätteet	2	3	Materiaalitehokkuuden huomioimista tuotteistuksessa viestittiin yritysryhmille.
Uusiutuvien energialähteiden käyttö	2	3	Yrityksiä kannustettiin palveluihin, jotka lisäävät uusiutuvien energialähteiden käyttöä.
Paikallisen elinkeinorakenteen kestävä kehittäminen	5	7	Yrityksiä kannustettiin laaja-alaisesti kestävään kehittämiseen tuotteiden ja palveluiden tuotteistamisessa ja markkinoinnissa. Aktivoitumien voidaan olettaa näkyvän käytännössä myös pidemmällä aikavälillä.
Aineettomien tuotteiden ja palvelujen kehittäminen	5	7	Digitaalisten palveluiden kehittämiseen sekä digitalisaation hyödyntämiseen aktivoitiin ja rohkaistiin tuoden tietoa ja luoden käytännön valmiuksia

Vaikutuksen kohde	Vaikutusaste		Perustelu
	Välitön vaikutus	Väiillinen vaikutus	
Liikkuminen ja logistiikka	3	5	Hankkeen toteutuksessa hyödynnettiin jonkin verran etäyhteyksiä liikkumisen tarvetta vähentäen. Valmiuksia digitaalisiin palveluihin edistettiin, joten pidemmällä aikavälillä vaikuttavuutta voidaan olettaa syntyvän.
Sosiaalinen ja kulttuurinen kestävyys sekä yhdenvertaisuus			
Hyvinvointi	5	7	Yritysyhteistyötä, yritysten ja muiden osallistuneiden tahojen valmiuksia toiminnan ja tuotteiden/palveluiden kehittämiseen vahvistettiin, minkä voidaan odottaa lisäävän henkilökohtaisen hyvinvoinnin, osallisuuden, osallistumismahdollisuuksien ja tiedonsaannin kokemusta myös pidemmällä aikavälillä.
Tasa-arvon edistäminen	0	0	Hanke oli tasa-arvoneutraali.
Yhteiskunnallinen ja kulttuurinen yhdenvertaisuus	0	0	
Kulttuuriympäristö	0	0	
Ympäristöosaaminen	2	3	Toimijoita aktivoitiin kestävän kehityksen mukaiseen toimintaan.

8 Julkisuus, tiedottaminen ja yhteydet muihin hankkeisiin

8.1 Miten hanke näkyi julkisuudessa? Miten hankkeesta tiedotettiin?

Hankkeesta ja sen toimenpiteistä infottiin ja tiedotettiin useita eri kanavia käyttäen: Toteuttajan nettisivuilla www.keti.fi ja sosiaalisen median kanavissa Facebook/Keski-Karjalan Kehitysyhtiö Oy, seutulehti Koti-Karjalassa, hankehenkilöstön käyttämässä sosiaalisen median kanavissa Facebookissa, Instagramissa ja LinkedInissä sekä henkilökohtaisesti kohderyhmää kontaktoiden puhelimitse, sähköpostitse ja erilaisten tilaisuuksien ja tapaamisten yhteydessä. Hankkeen muutamista tilaisuuksista seutulehdet kirjoittivat artikkelit. Hankkeesta informoitiin niin ikään toteuttajan sidosryhmiä ja verkostotoimijoita yhteisten tapaamisten ja tilaisuuksien yhteydessä.

8.2 Mihin hankkeisiin tai hankekokonaisuuksiin hanke toiminnallisesti tai muuten liittyi ja miten? (Merkitse myös hakemusnumerot tai hankekoodit)

Yhteistyötä tehtiin tilaisuuksien järjestämisen osalta KETI Oy:n hallinnoiman Matkailuliidejä-hankkeen (62596/Keski-Karjalan Jetina ry), KoDa - Kokonaisvaltainen datan hallinnointi ja hyödyntäminen (S20980/Etelä-Savon ELY-keskus) ja Silver Economy (S21474/Etelä-Savon ELY-keskus) / Karelia amk:n ja Business Joensuu Oy:n kanssa.
 Parasta Rääkkylää - Uudistuvaa elinvoimaa Keski-Karjalaan (A75109/Pohjois-Karjalan maakuntaliitto) hankkeen kanssa tehtiin yhteistyötä ANUGA-benchmarkingmatkan osalta.
 Hyvinvointialan arvoverkot Pohjois-Karjalassa (A74871/Pohjois-Karjalan maakuntaliitto) hankkeen kohderyhmäläisiä osallistettiin hankkeen syksyn 2019 toimenpiteisiin.
 DigiKarjalasta Kajahtaa! (A73489/Pohjois-Karjalan maakuntaliitto) Yritysten ohjaus molemmin puolin soveltuvimman hankkeen toimenpiteiden piiriin.

9 Aineiston säilytys

9.1 Missä hankkeen aineisto säilytetään tai arkistoidaan? Yhteyshenkilön yhteystiedot.

Keski-Karjalan Kehitysyhtiö Oy KETI, Kiteentie 9-11, 82500 Kitee. Yhteystiedot: puh +358 (0)50 502 0367, sähköposti keti@keti.fi

10 Liitteet ja allekirjoitus

Liitteet

Tuensaaja vakuuttaa tässä loppuraportissa ja sen taustalomakkeissa antamansa tiedot oikeiksi.

Päiväys ja hakijaorganisaation sähköinen allekirjoitus

6.4.2020 Pennanen Sirkku Anneli
 toimistosihiteeri

Asiakirja on allekirjoitettu sähköisesti