



Euroopa põllumajandusühistud: ühistu kaubamärgi tähtsus avalikes suhetes ja *lobby*- tegevuses



Euroopa Maaelu Arengu
Põllumajandusfond:
Euroopa Investeeringud
maapiirkondadesse

copa***cogeca**
european farmers european agri-cooperatives

Ettekande sisu:



Copa ja Cogeca tutvustus. Lobby-tegevus.



Ülevaade põllumajandusühistute arengust EL-s



Brändi defineerimine



Lobby-tegevus brändi huvides



Copa ja Cogeca. *Lobby-tegevus*

copa

european farmers



cogeca

european agri-cooperatives

Loodi aastal **1958**

23 miljonit Euroopa põllumeest ja nende pereliiget

60 täisliiget EL liikmesriikidest ja 36 partnerorganisatsiooni

Loodi aastal **1959**

22 000 Euroopa põllumajandusühistut

35 täisliiget EL liikmesriikidest, 4 assotsieerunud liiget ja 36 partnerorganisatsiooni



1962. aastal loodi ühine sekretariaat



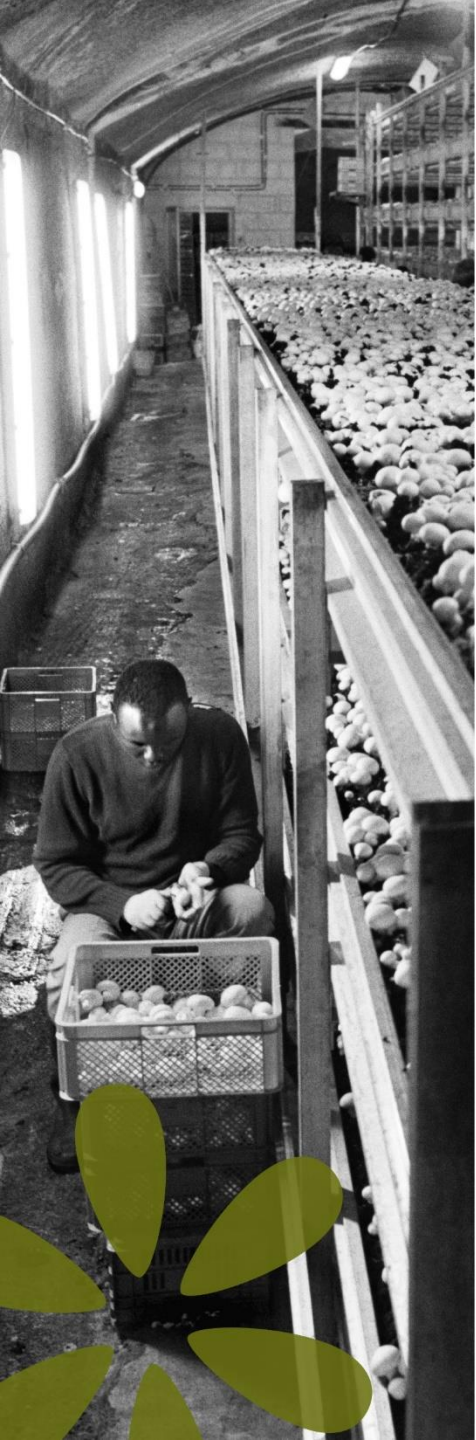
Missioon

Tagada elujõuline, uuenduslik, konkurentsivõimeline EL põllumajandus- ja toidusektor, mis garanteerib toidujulgeoleku poolele miljardile EL elanikule



Eesmärk

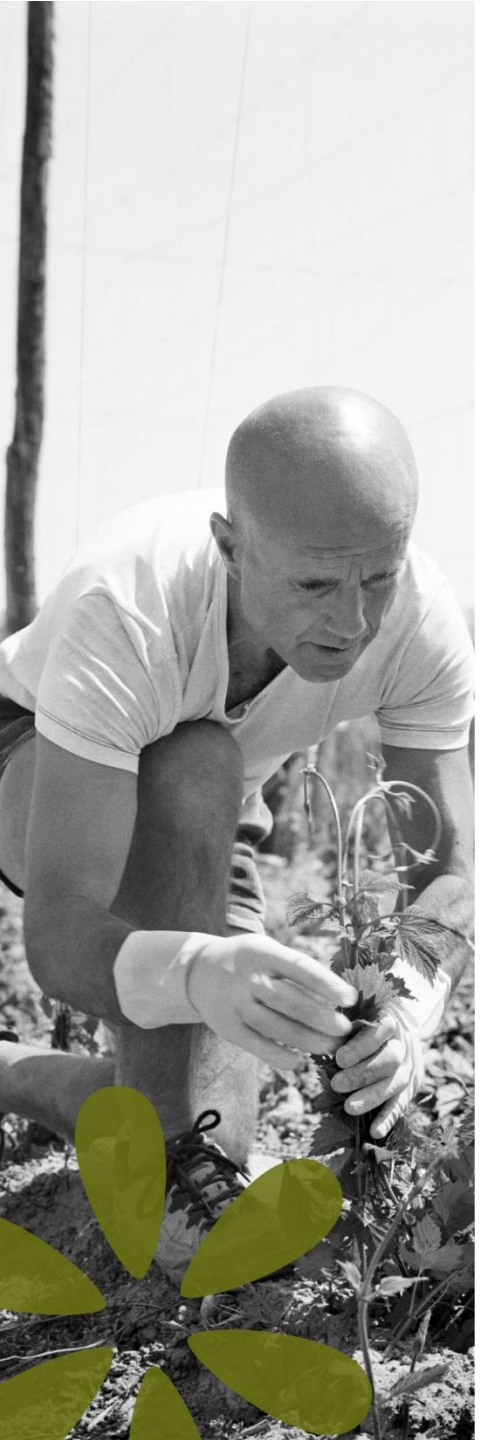
Edendada Euroopa põllu-
meeste ja ühistute vaadete
edastamist EL otsustus-
protsessi ja avaliku arvamuse
mõjutamiseks.



Copa ja Cogeca ühine sekretariaat

- * Brüsseli kontoris töötab 50 inimest 6 töökeeles: EN, FR, ES, DE, IT, PL ning neid juhib Copa-Cogeca peasekretär hr. Pekka Pesonen (FI)





Peasekretär



- * ÜPP tulevik
- * ÜPP reformi rakendamise
- * Tarneahela konkurentsivõime
- * EL eelarve
- * majandusanalüüs
- * Poliitikate koordineerimine, presiidiumide koosolekud
- * Suhted Euroopa Parlamendiga
- * Ühistute temaatika
- * Brexit
- * Kommunikatsioon ja kampaaniad

Tooted / Kaubandus



- * 25 põllumajandussektorit
- * Kaubandusläbirääkimised
- * Mahetootmine
- * Mitte-toidu temaatika
- * Tehnoloogiad
- * Aretus
- * Põllumajandusturud

Üldasjad



- * Maaelu areng
- * Metsandus ja biomajandus
- * Keskkonnapoliitika
- * Uuringud ja innovatsioon
- * Taime- ja loomatervis ning heaolu
- * Säätlik tarbimine ja tootmine
- * Promotsioonipoliitika
- * Sotsiaalteemad, naised põllumajanduses
- * Loomasööt
- * Riskijuhtimine

Administratsioon



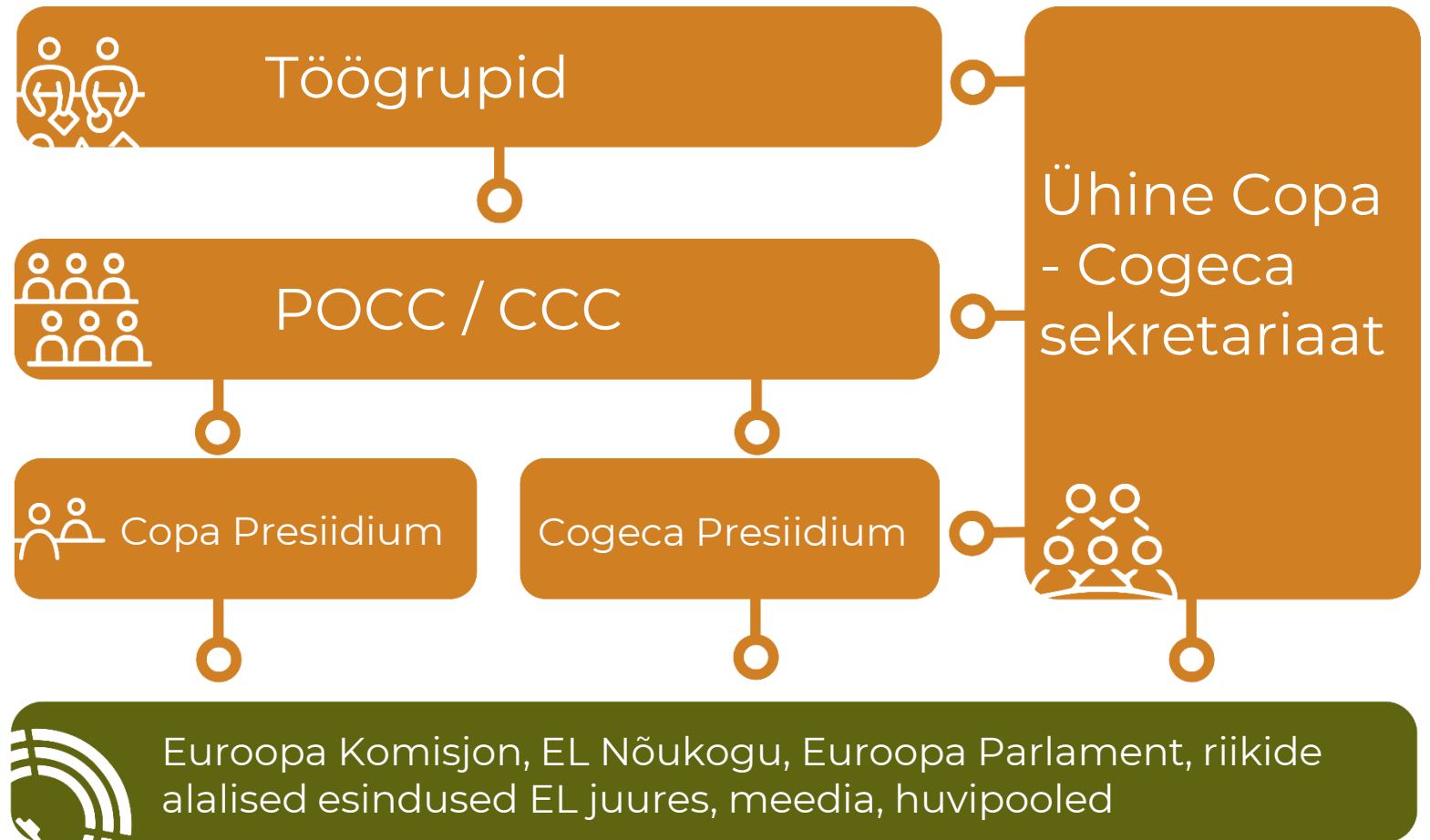
- * Copa ja Cogeca eelarve ja rahandus
- * Personalijuhtimine
- * Tõlketeenistus
- * IT-teenused
- * Seminarid, lähetused, catering

Minu tegevusalad



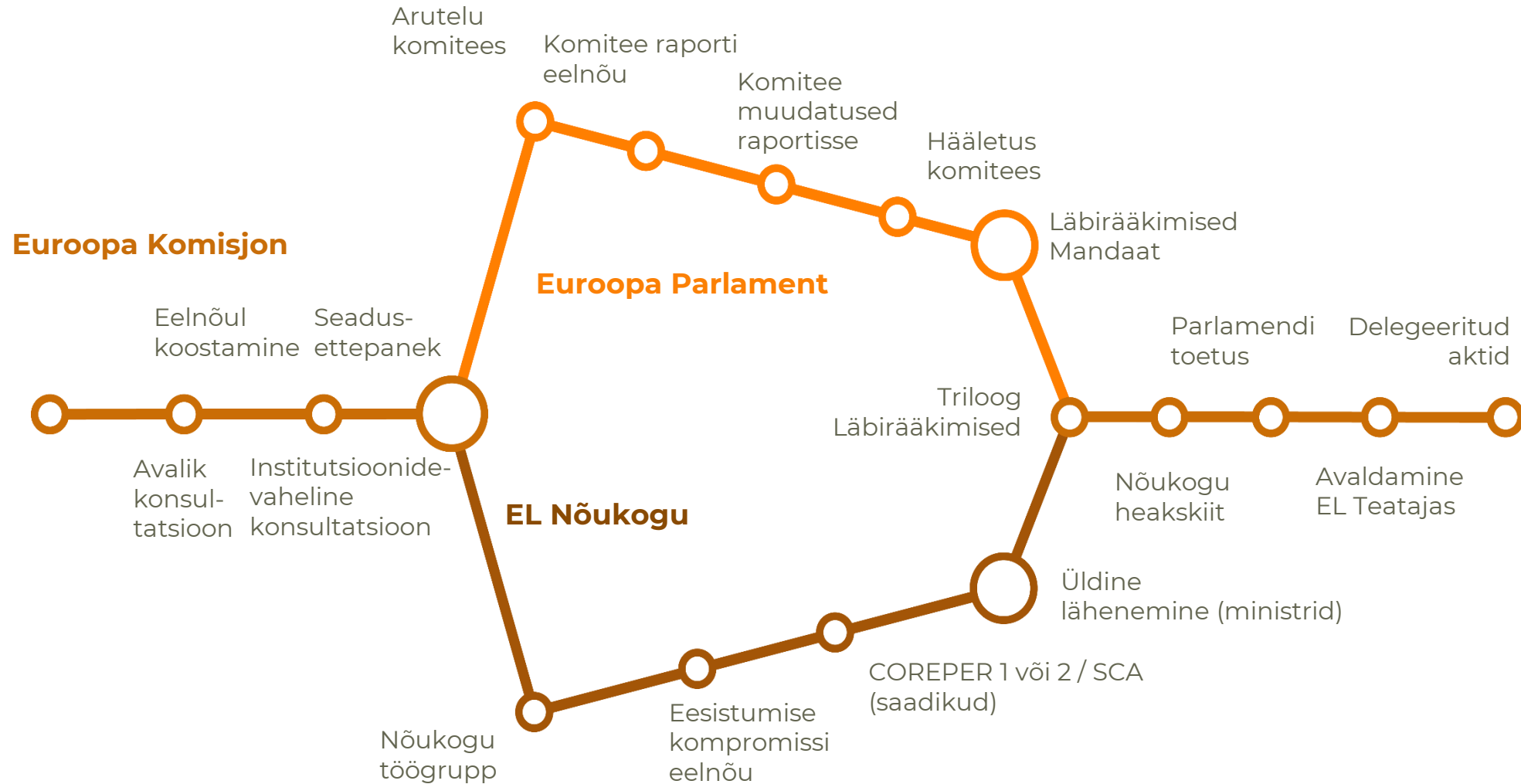


Kuidas on Copa - Cogeca töö korraldatud?





Kuidas teostab Copa - Cogeca lobby-tegevust?





Ülevaade põllumajandus- ühistute arengust EL-s

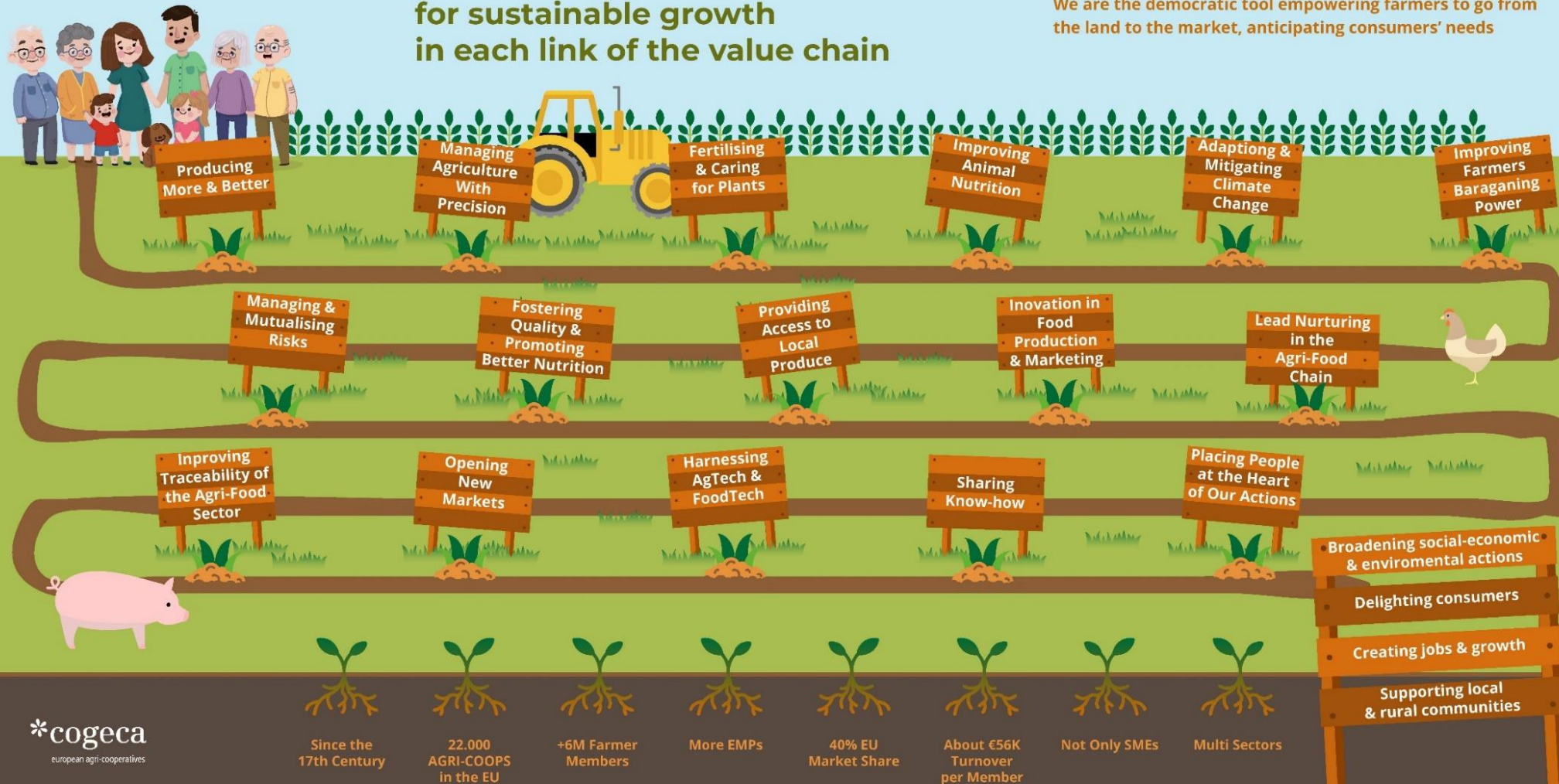
Ülevaade Euroopa põllumajandusühistutest



Smart Cooperation for sustainable growth in each link of the value chain

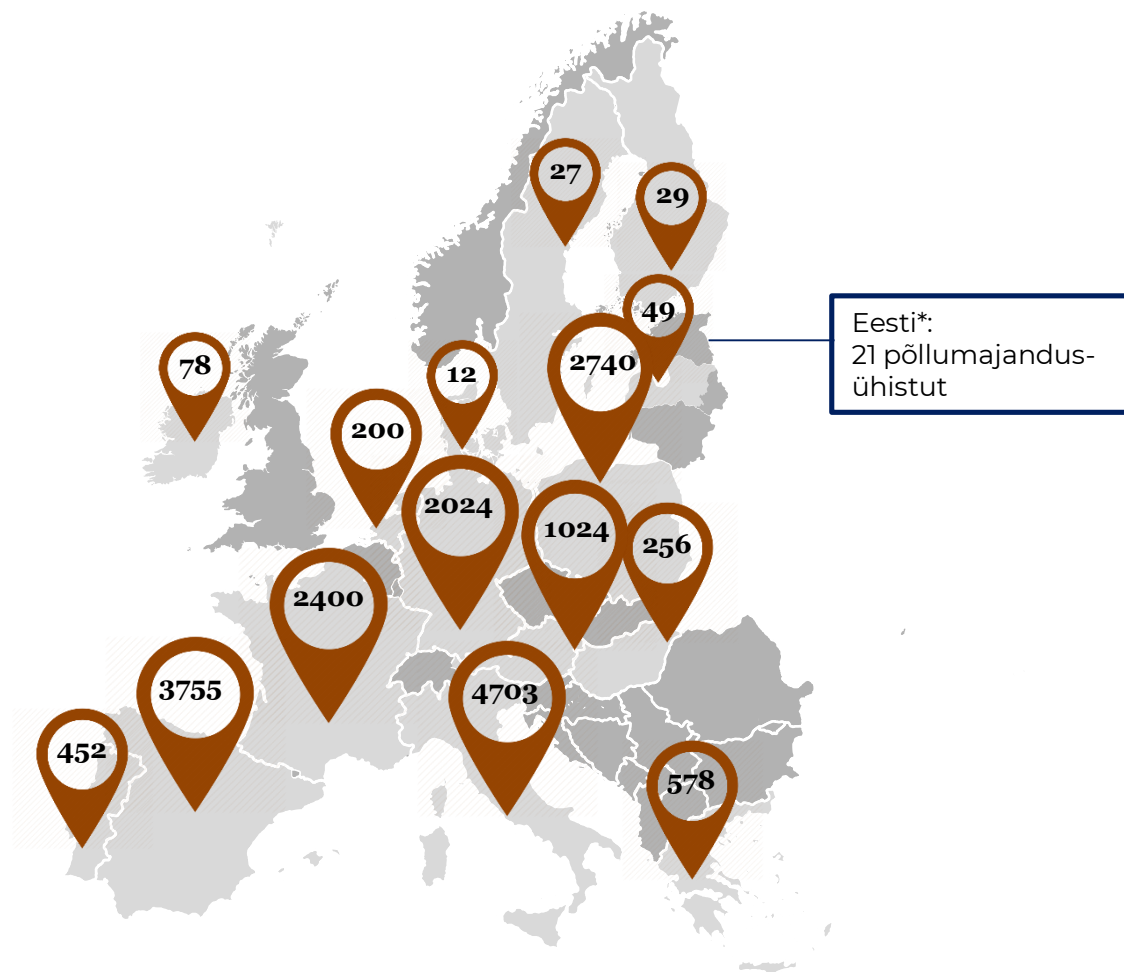


We are the democratic tool empowering farmers to go from the land to the market, anticipating consumers' needs



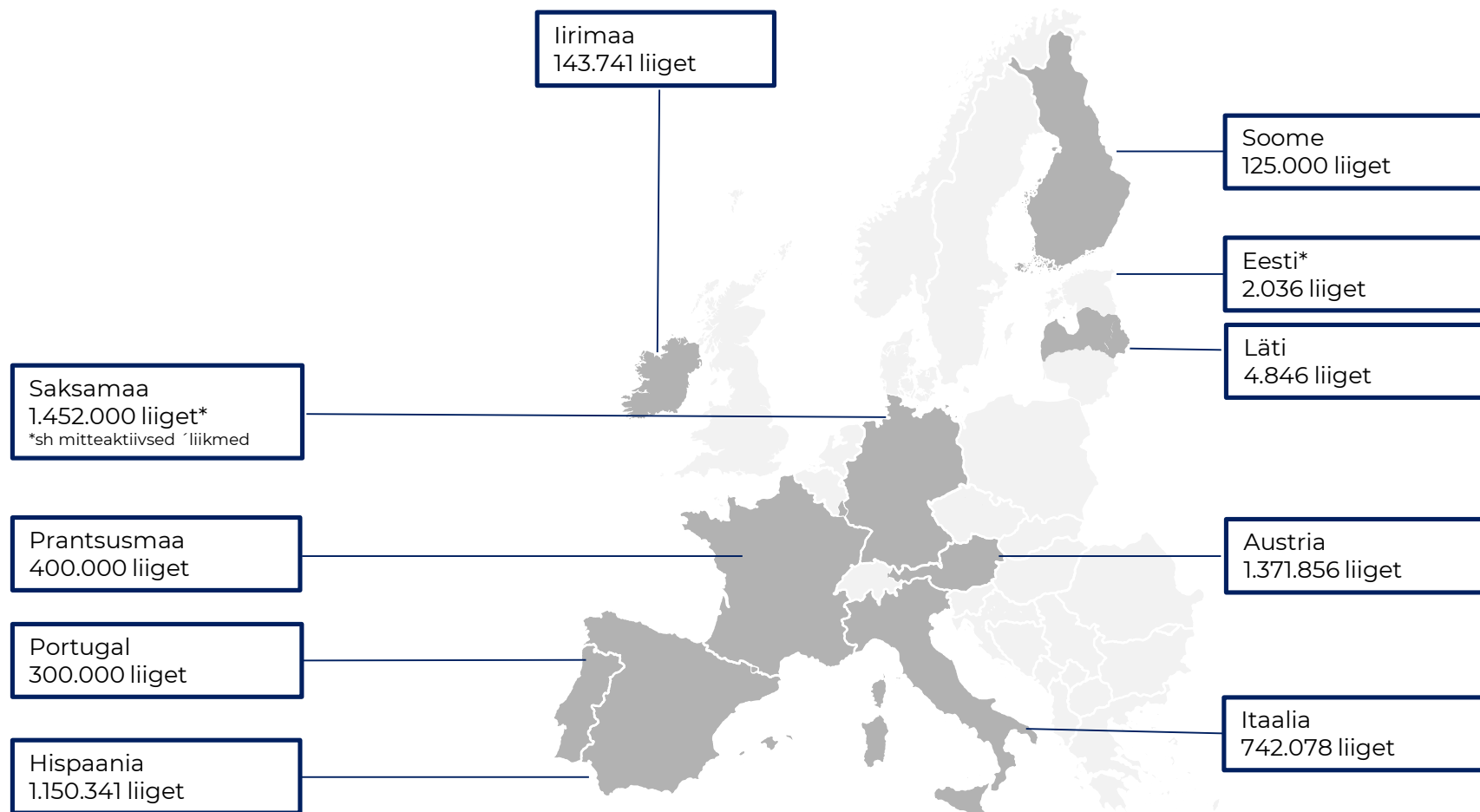


Põllumajandus-, kalandus- ja metsandusühistute arv riigiti



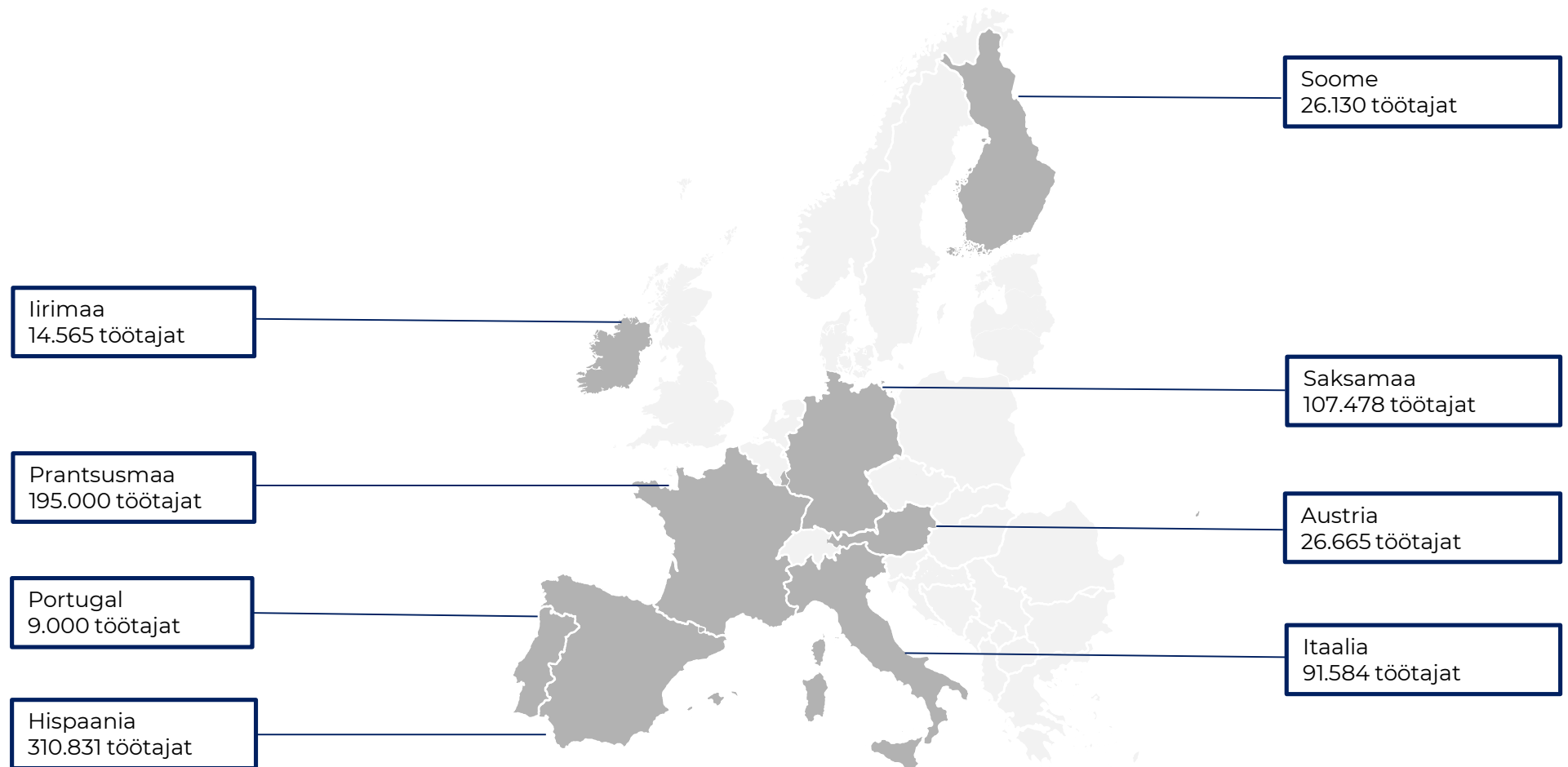


Põllumajandus-, kalandus- ja metsandusühistute liikmete arv riigiti





Põllumajandus-, kalandus- ja metsandusühistute töötajate arv riigiti

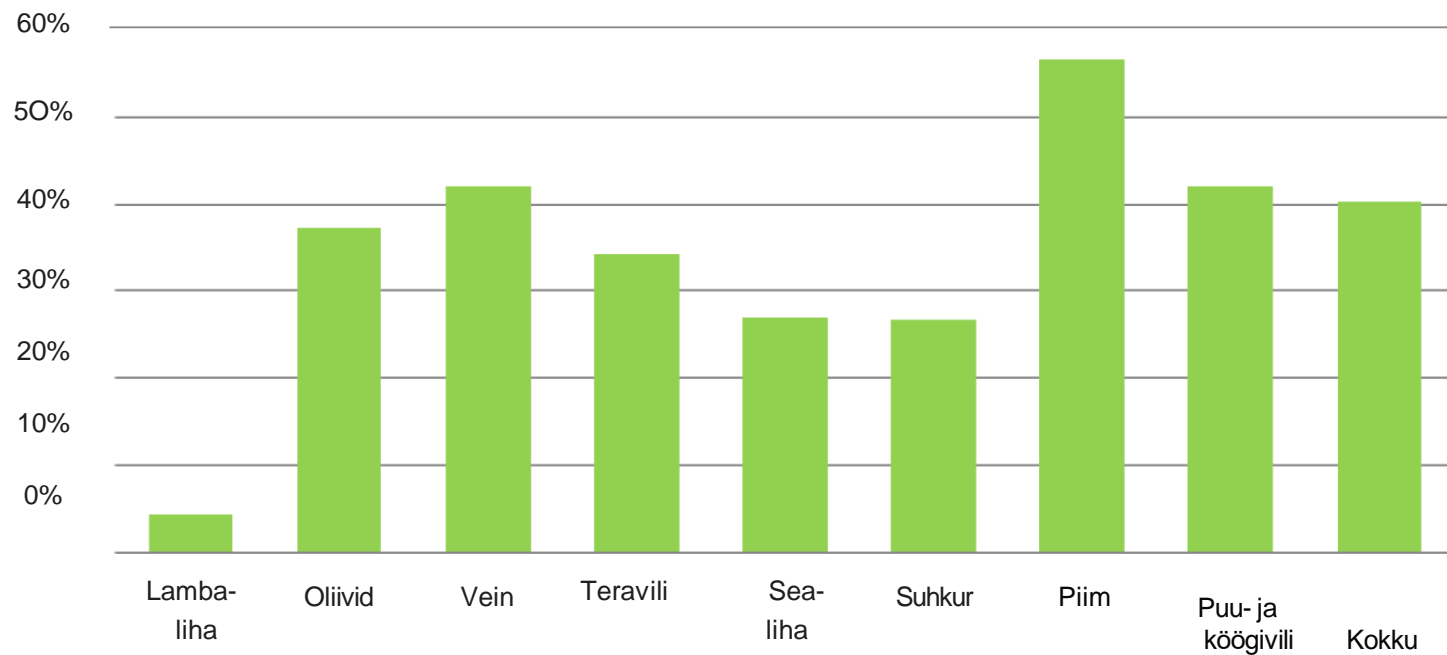




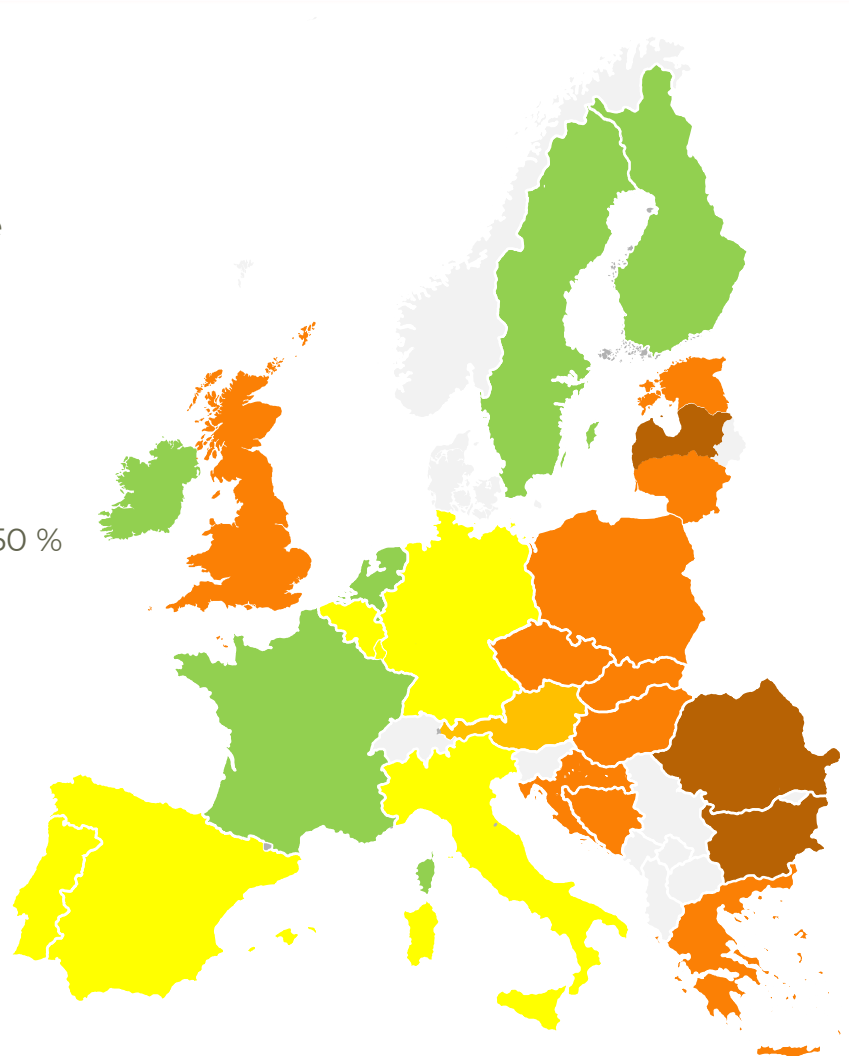
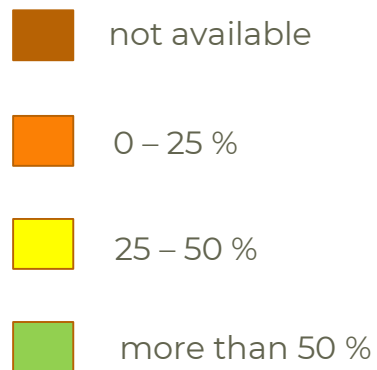
Euroopa põllumajandusühistute turuosa peamistes sektorites

2016: 64% piimatoodangust tarnitakse ühistute kaudu*

* European Commission's Report on "the latest developments on the dairy market and the use of instruments established as part of the "milk package".



Euroopa põllumajandusühistute turuosad



> 50% mõned Põhja- ja Kesk-Euroopa riigid

> 25% kuid < 50% Vahemeremaad (v.a. Kreeka <25%)

< 25% Ida-Euroopa riigid

Põllumajandusühistute mudelid

Põhjamaad:

- Kõrge integratsiooni tase
- Väike arv kõrgelt spetsialiseerunud ja suuri põllumajandusühistuid .

Lõuna-Euroopa riigid:

- Kõrgel tasemel «atomiseerumine»
- Integratsioon teise astme ühistute kaudu
- Piiratud majanduslik mõõde

Uuemad liikmesriigid:

- Põllumajandusühistute areng kesine





Brändi loomine

Brändi tähenduse areng

**3000-1000
eKr**

Eristada omandit

Vanad egiptlased alustasid loomade märgistamist, et sümboliseerida omandit.

**1800-
1950ndad**

**Teavitada
kvaliteedist &
võita usaldus**

Vabrikud märgistasid oma transpordikonteinereid, mis näitas toote kõrget kvaliteeti ja aitas võita tarbija usaldust.

Kaubamärkide Registreerimise Akt USA-s lubas firmadel omada logosid.

**1950-
1960ndad**

**Eristada tooteid &
võita tarbija
loojalsus**

Reklaaminduse kuldajal hakkasid firmad kasutama emotsionaalseid sõnumeid toodete brändimiseks ja tarbijate võitmiseks.

Brändijuhtimise kontseptsiooni arendamine.

**1970-
1990ndad**

**Anda firmale
personaalsus**

Tarbijate kasvav bränditeadlikkus.

Suurfirmad hakkavad turundama brände rohkem, kui tooteid.

2017

**Luu
emotsionaalne
side**

Tarbijad huvituvad vähem brändist ja rohkem hinnast, kogemusest ja mõistlikkusest.

Brändiloo jutustamine loob emptsionaalse kaasamise.



Kas omandi element on endiselt kohane põllumajandusühistute brändide peamise tunnusena maailmas?

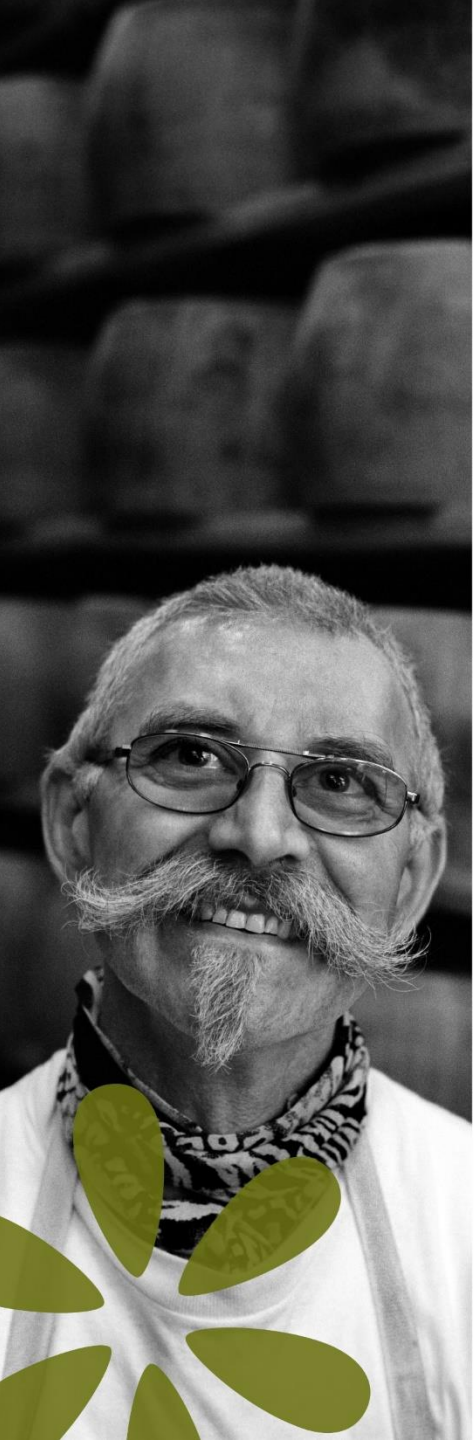


Kas omandi element on endiselt kohane põllumajandusühistute brändide peamise tunnusena EL-s?





***Lobby-tegevus
brändi
edendamiseks***



Alguspunkt:

- * Põllumajandusühistud on äriettevõtted, mida ajendavad tegutsema väärtused
- * Põllumajandusühistud on äriettevõtted, mis jäävad ellu või kukuvad läbi tänu oma võimekusele pakkuda teenuseid või tooteid oma põllumeestest liikmetele, kes on ettevõtte omanikud.
- * Nad on ettevõtlikud ning peavad konkureerima teiste ettevõtlusvormidega.
- * Põllumajandusühistud teenivad eelkõige põllumeestest liikmete huve, mitte kasumit välistele investoritele.



Ühistute väärtuspakkumise ja konkurentsieelise kommunikatsioon

Väärtuspakkumine

Omadused

Toote või teenuse kirjeldus. Kuna toode v teenus ei ole piisav iseenesest, siis nende omadustel on eesmärk – nad pakuvad kaasnevat kasu.

Mis see on?

Tajutav kasu

On kaht tüüpi kasu: protsessi kasu ja tulemuse kasu. Protsessi kasu seostatakse toote või teenuse kasutamisega, nt kui masinat on lihtne ja ohutu kasutada. Tulemuse kasu on see mida toote või teenuse kasutaja saab nende kasutamise tulemusel, nt vähenenud tootmiskulu tootlikkuse kasvu tõttu.

Mida see teeb?

Vajadused

Turundajad mõnikord viitavad vajadustele küsimusega „Mis on selles minu jaoks? Poliitika arendamisel peame mõtlema, kuidas põllumajandusühistud haakuvad EL poliitiliste prioriteetidega, kuidas saavad aidata poliitika vajaduste täitmisel.

Miks on see tähtis?

Konkurentsieelis

Ühistu eripära kommunikueerimise võtmeelemendid



Relevantsus

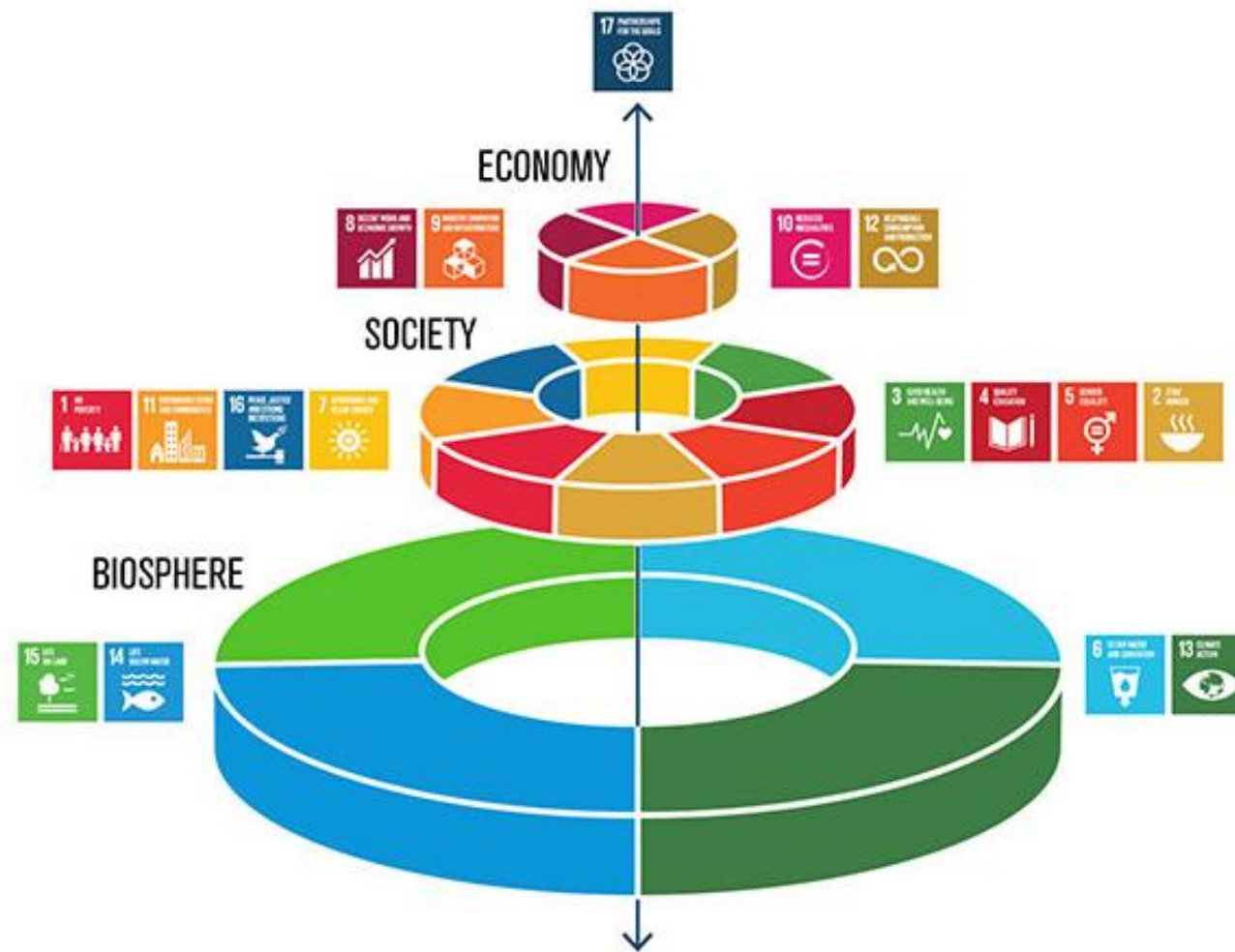
Olulisim statistika

Peamised faktid

Eesmärk



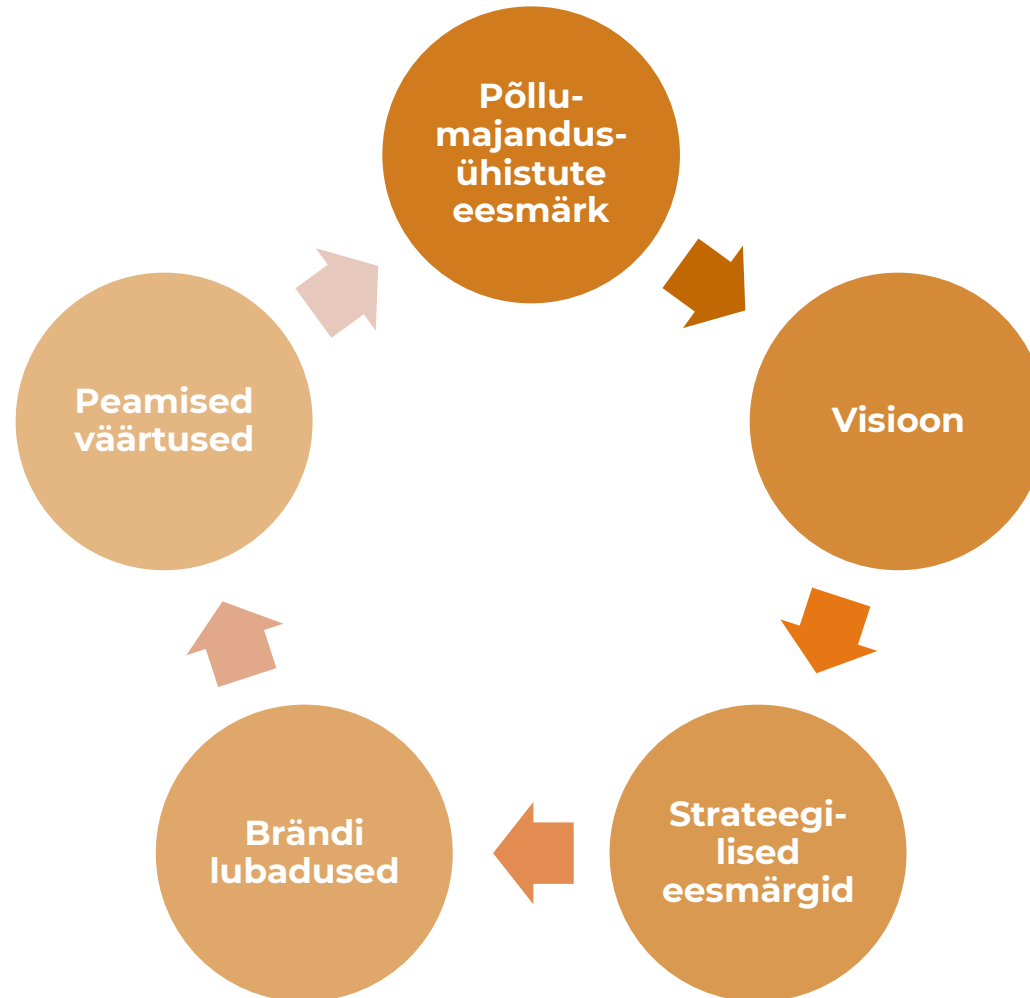
ÜRO säästliku arengu eesmärgid: kompass ja kaart poliitikategijatele



Võtmesõnum ja eesmärgi, visiooni ning strateegia seadmine ÜRO säästva arengu eesmärkide järgi



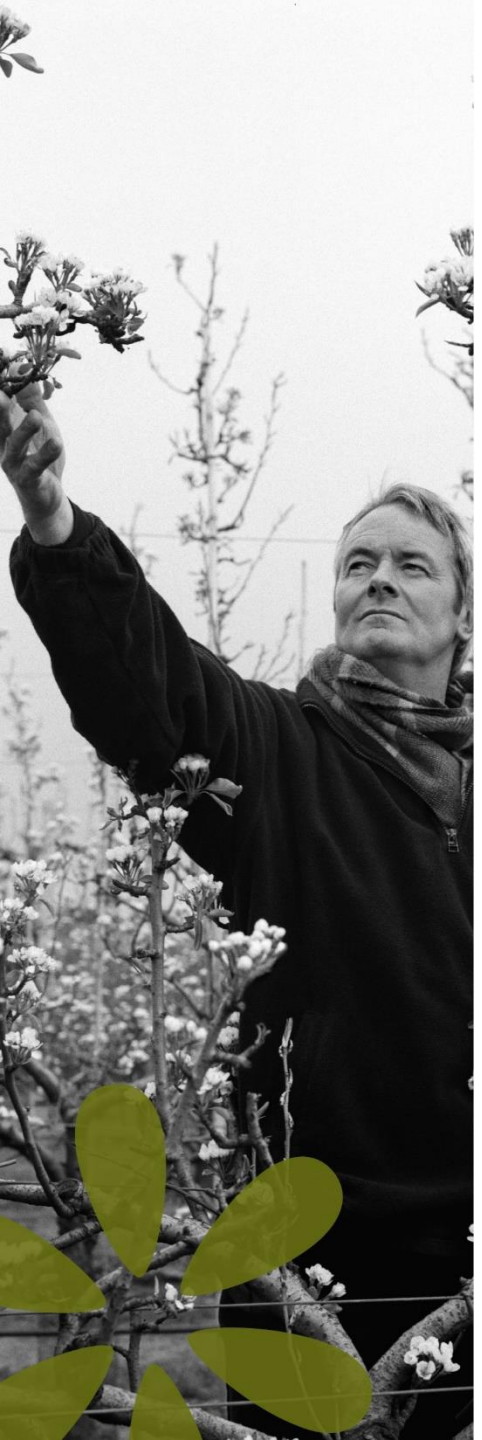
Põhielemendid Euroopa põllumajandusühistute väärtuste kommunikatsiooniks





Põllumajandusühistute eesmärk

- * Teha koos kõike seda, mida põllumees üksi teha ei saa – ühendatud jõud
- * Vastata liikmete vajadustele, mida nad väljendatavad demokraatlikult ühistu juhtimises aktiivse osalemise kaudu
- * Põllumeeste ressursside ühendamine teatud tegevusaladel
- * Pakkuda mitmesuguseid teenuseid ja nõuannet ühistu üksikliikmetele
- * Toota lisandväärtust töötlemise ja turustamise abil
- * Turustada toodangut integreeritud lähenemise abil (see on enam, kui vaid läbirääkimisvõime suurendamine)
- * Pakkuda toodete transpordi, pakendamise, laialiveo, turundamise teenust
- * Varustada liikmeid põllumajandussisenditega
- * Luua mastaabisäästu



Põllumajandusühistute visioon

- * Äriettevõttena tagada sektori jätkusuutlikkus ja konkurentsivõime põllumeestest liikmete teenindamise ja tarbija nõudmiste mõistmise kaudu
- * Toetada põllumehi nende positsiooni tasakaalustamise abil toidu tarneahelas
- * Ühendada olemasolevad töötlemisressursid ning hoida need põllumeeste omandis (konsolideerumine)
- * Liikuda vastupidavuse olukorrast „anti-hapruse“ / haavamatusse olukorda



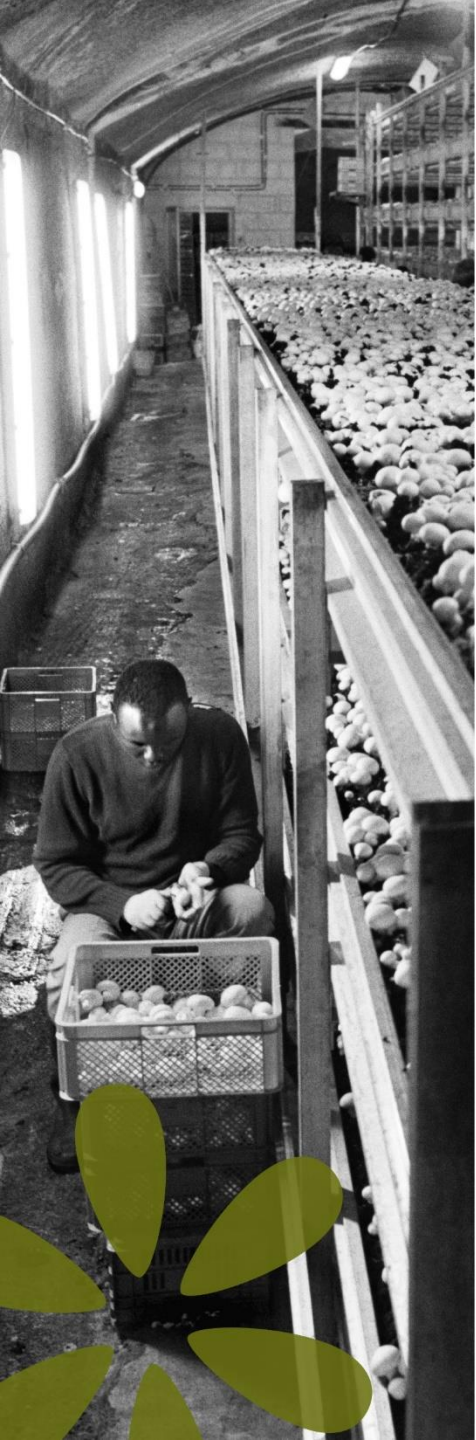
TOP 3 strateegilist ja tegevusprioriteeti

- * Jätkata põllumeestest liikmete tugevamaks muutmist pakkudes vahendeid üleminekuks ringmajandusele ning kriisidele vastupidavale ja innovatiivsele põllumajandusele
- * Olla „anti-habras“ (minna kaugemale pelgalt kriisidele vastupidavusest ning õppida, kuidas lõigata kasu ootamatust kriisiolukorrast või turu volatiilsusest)
- * Luua lisandväärtust, mastaabisäästu, parendada turupositsiooni, konsolideeruda



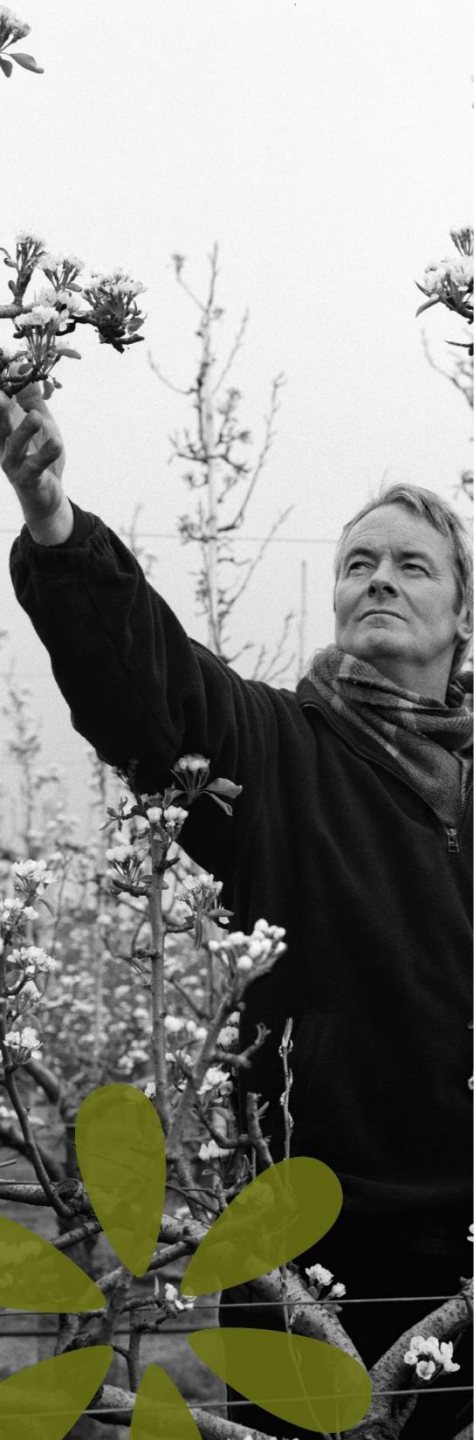
Brändi lubadused

- * Kujundada tuleviku põllumajandus
- * Olla andmetark ja tarbijateadlik
- * Hoida maapiirkonnad elusad ja kogukonnad dünaamilised
- * Edendada majanduskasvu ja töökohtade loomist
- * Toetada ÜRO säästva arengu eesmärkide saavutamist ja aidata põllumajandusel olla ökonoomne, sotsiaalselt ja keskkondlikult kestlik
- * Parendada põllumajandus- ja toidusektori konkurentsivõimet
- * Parandada vastupidavust ja liikuda „anti-haprusele“ / haavamatussele



Peamised väärtused

- * Vabatahtlik ja avatud liikmelisus
- * Demokraatlik liikmete-poolne kontroll
- * Liikmete osalemine majanduslikult
- * Autonoomia ja sõltumatus
- * Haridus, koolitus ja informatsioon
- * Ühistegevus ühistute hulgas
- * Kogukonna eest hoolitsemine
- * Eneseabi
- * Võrdsus
- * Omakapital
- * Solidaarsus
- * Turule orienteeritus
- * Sotsiaalne vastutus
- * Läbipaistvus



Väärtuspakkumised

*“Põllumajandusühistutena parendame põllumeeste positsiooni toidu tarneahelas ja ühiselt kujundame põllumajanduse tuleviku.”

*“Olles maalähedased ja pikaajalisusele suunatud ettevõtted tagame sektori konkurentsivõime, luues lisandväärtust ja parandades maapiirkondade vastupanuvõimet kriisidele.”

*“Oma integreeritud lähenemisega viime uue põlvkonna jaoks Euroopa põllumajanduse üheskoos haavamatus tasemele.”

UVP:

*“Oleme demokraatlik vahend, mis võimaldab põllumeestel minna maalt turule, arvestades tarbijate vajadusi.”



SEVENTEEN REASONS TO



"Our agri-cooperatives have built a resilient business model that allows our enterprises to prosper and grow. We create sustainable value for our farmer-owners, employees, consumers, and more importantly for the communities where we operate in."





Kuidas poliitikud tajuvad brändi atribuute?

#CoopsDay 2019 - EU's agri-cooperatives are a powerful synergy of democracy and business

Phil Hogan - EU Commissioner for Agriculture

SEVENTEEN REASONS TO COOP

TOP 3 strateegilist ja tegevusprioriteeti





Täna Teid tähelepanu eest!

copa***cogeca**

European farmers

European agri-cooperatives



www.copa-cogeca.eu