



Lapland Food Club: Kriteerit ja säännöt

Toimintamalli

Lapland Food Clubin toimintaperiaatteena on suora edustus, jossa tuoteperheen tuotteet pyritään saamaan kotimaiseen tai ulkomaiseen jakeluun suorilla toimituksilla.

Suora edustus pyritään tekemään suorilla toimitussopimuksilla jakelukanavan kanssa siten, ettei loppuasiakkaan ja tuottajan välillä ole ylimääräisiä välikäsiä. Vientikaupassa toimivat toimitukset voivat vaatia maahantuojia, mikä on sallittua toimintamallissa.

Tuottajat jotka Lapland Food Club hyväksyy edustettaviksi tulevat suoraan tuoteperheen jäseniksi. Tuotteita on mahdollista ottaa lisää tai poistaa, jotta niillä voidaan vastata mahdollisimman hyvin markkinaehtoiseen kysyntään.

Sparrausapu tuottajille tuotekehitykseen on välttämätön niille toimijoille, joiden valmiudet eivät vielä riitä ammattimaiseen toimintaan ja jotka voivat kehittyä varsinaisiksi tuottajiksi.

Kriteerit tuottajille

- (1) Kotipaikka Lapin maakunnassa
- (2) Tuotteet, jotka tukevat olemassa olevan tuoteperheen kokonaisuutta
- (3) Valmius tuottaa suurempia määriä nopealla aikataululla
- (4) Hyväksyy tuotteiden uudelleen brändäyksen Lapland Food Club -ilmeeseen
- (5) Tuottajat vastaavat myynnin ja markkinoinnin sekä uudelleen brändäyksen ja logistiikan kustannuksista todellisuutta vastaavalla summalla.

Kriteerit tuotteille

- (1) Raaka-aineet tulee olla mahdollisuuksien mukaan Lapin maakunnasta
- (2) Tuotteissa tulee olla tunnistettava Lapin elintarvikkeille tunnusomainen maku, väri, tuotantotapa tai muu ominaisuus, joka erottaa sen muualla tuotetuista elintarvikkeista.

- (3) Tuotteita tulee olla valmius tuottaa kunkin kohdemarkkinan toiveiden mukaisessa pakkauskoossa, kuin se on kohtuullisin ponnisteluin mahdollista.

Brändimateriaalin käyttö

Brändimateriaalin pohjana toimii hankkeen aikana tuotettu Brand Book. Materiaalia tulee käyttää huolellisesti hyvää liikemiestapaa noudattaen ja tuoteperheen yleisilmettä sekä tarinaa kunnioittaen. Brändimateriaali tulee lokaisoida kunkin markkinan mukaiseksi, jotta alkuperäinen Lapland Food Club -tarina tulee selväksi loppuasiakkaalle.

Lapland Food Clubin tuottajilla on oikeus käyttää brändimateriaalia omien tuotemerkkiensä rinnalla.

Brändin ja tuotemerkin omistaminen

Lapland Food Club® rekisteröidyn tavaramerkin omistaa Rovaniemen Kehitys Oy.

Brändin ja tuotemerkin edustaminen

Rovaniemen Kehitys Oy voi luovuttaa brändin ja tuotemerkin erillisellä sopimuksella toiselle osapuolelle. Luovuttamisen perusteena on kehittää brändiä ja tuotemerkkiä luotettavan tahon toimesta kaupallisesti kansainvälisillä markkinoilla eli vientimarkkinoilla.

Sopimusperusteinen luovutus on tehtävä kirjallisesti ja se on voimassa toistaiseksi. Luovutus on vastikkeeton.

Brändin kehittäminen

Lapland Food Club® -tuotemerkkiä ja brändiä tulee kehittää sen edustajan toimesta huolellisesti yhteistyössä tuottajien kanssa.



Rovaniemen Kehitys



LAPIN LIITTO



Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020