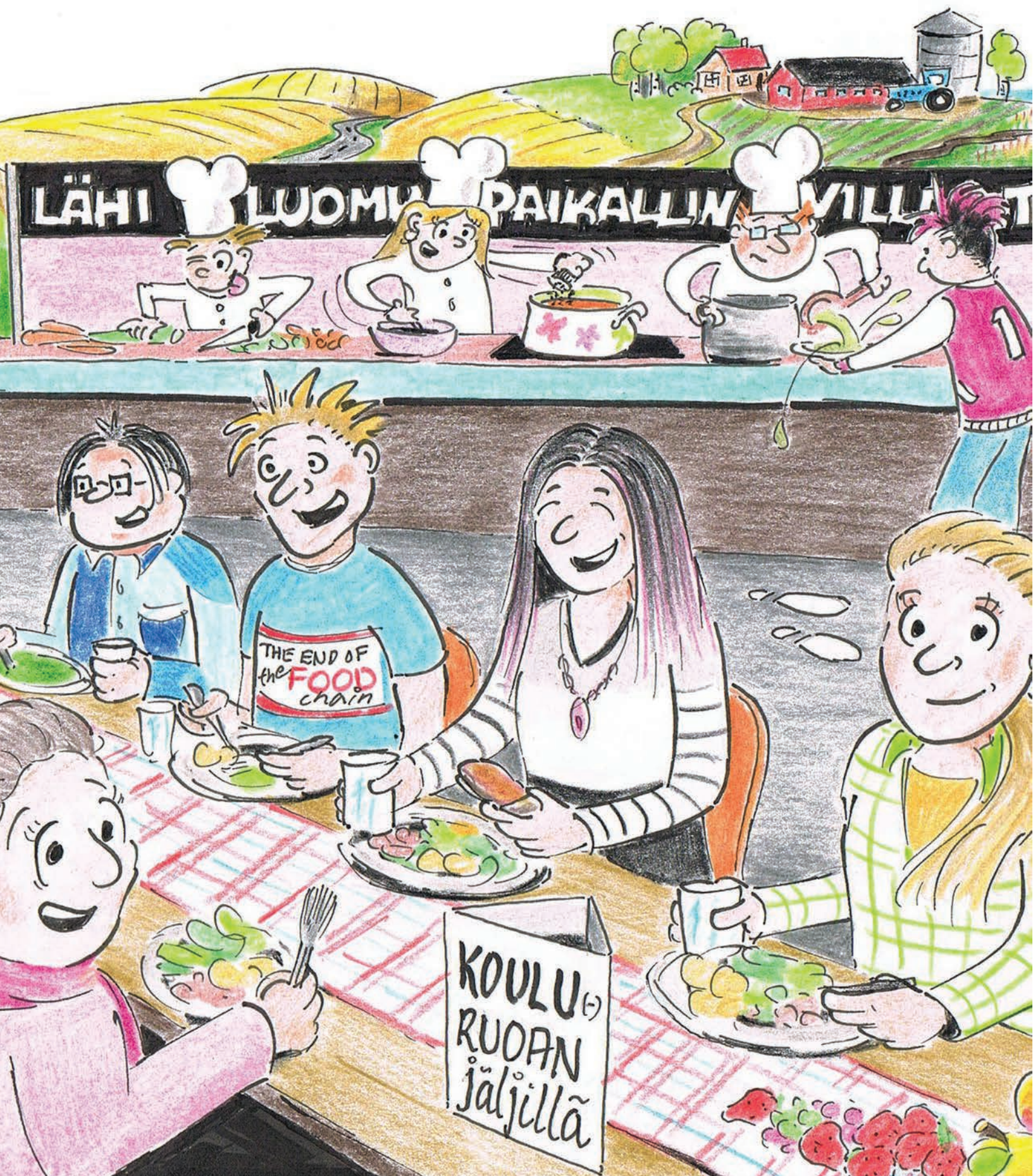


Ruoka-Suomi

4 • 2014



Ruoka-Suomi -tiedotuslehti

Ruoka-Suomi -tiedotuslehti kertoo elintarvikealan kehittämistyöstä. Lehti ilmestyy vuonna 2015 neljä kertaa. Numeroiden ilmestymis- ja materiaaliaikataulu on seuraava:

nro	materiaalin dl	ilm.
1	11.2.	27.2.
2	6.5.	22.5.
3	26.8.	11.9.
4	18.11.	4.12.

Kunkin numeron painomäärä on noin 2100 kpl. Jakelulistalla on 1800 elintarvikealan toimijaa. Levitä tiedotetta kaikille, joita elintarvikealan kehittäminen kiinnostaa.

Toimitus

Arja Meriluoto
puh. (02) 333 6476
arja.meriluoto@utu.fi

Heidi Valtari
puh. (02) 333 6416, 0400 487 160
heidi.valtari@utu.fi

Turun yliopisto
Brahea-keskus
20014 Turun yliopisto
fax (02) 333 6331

Ruoka-Suomi -tiedotuslehden tarkoitus on palvella eri puolilla Suomea olevia elintarvikealan toimijoita ja yrityksiä kertomalla valtakunnan tason asioista, verkostoitumisesta ja muista kaikilla elintarvikealan kehittäjiä kiinnostavista asioista. Toisaalta tavoitteena on välittää eri alueellisten toimijoiden tietoja, kokemuksia ja aikoja muille hyödynnettäväksi. Toivottavasti löydät tiedotuslehdestä sinulle hyödyllisiä asioita ja rohkaistut ottamaan yhteyttä kirjoittajiin.

Toimitus odottaa aktiivisuutta elintarvikealan toimijoilta. Luiska tekstiä syntyy helposti. Kyse on aktiivisuudesta. Kertomalla asioista auttaa toisia ja voi toisaalta saada arvokasta palautetta omaan toimintaan muilta.

Ruoka-Suomi -tiedotuslehden julkaisija on Turun yliopiston Brahea-keskus. Lehden toimittamiseen on saatu maa- ja metsätalousministeriön tukea.

Lehti on luettavissa sähköisesti myös www.ruokasuomi.fi

Painopaikka: Paino-Kaarina

Sisällys

LähiRuoka uusimpien tutkimustulosten valossa	1
LähiRuoka on bisnes! -seminaarissa esiteltiin kehittämistoiminnan tuloksia ja katsottiin tulevaisuuteen	2
Apua suoramyynnin ja elintarvikkeiden jatkojalostuksen aloittamiseen www.aitojamakuja.fi/suoramyynti	3
Eläköön hyvä ruoka, sen tekijät ja ruokasivistys	4
LähiRuoan käyttäjä on muutosvalmis ja suosii vaihtoehtoisia ruoanhankintatapoja	5
Championship and seminar in Nordic Artisan Food	5
DeliTukku elävöittää Pohjan kylää	6
Hanketrefeillä ruoka ja matkailu	7
Luonnontuotealalle toimialapäällikkö	8
Hyvä ruoka, parempi pakkaus	9
Pienmeijeriopas on netissä	9
Työtä ja euroja - lähiRuoan aluetaloudelliset vaikutukset merkittäviä	10
LähiRuokaan liittyvä väitös	11
Vastuuverkko.fi	11
Tietohaarukka 2014	12
Satakunnan uusi elintarvikestrategia	12
Grunder för kommunikation om hållbarhetseffekter av närmat - Argumentbank	12
Biotalousruoalla on merkittävä osa	13
Ruuan ilmastoystävällisyyttä voidaan lisätä	14
Uusia ratkaisuja pakkausalalle Åbo Akademista	14
LähiRuokatoimijoiden sopimusopas valmistunut	15
Haluatko hyödyntää "hiljaista tietoa"?	15
Oskarin Aitta - lähituotteiden verkkokauppakeskus avattu	16
Pakkausmerkinnät pakettiin - video	16
Ruokaa Suomesta -verkkokauppapalvelu tuo lähiruuan tuottajat nettiin	17
Järkeä hankintoihin - pohjoismainen hankintaseminaari	18
Satoa ruokakulttuurifestivaali ylitti odotukset ja keräsi kehuja	19
Mikkelin ammattikorkeakoulu ja EkoCentria luomun jäljillä	20
LähiRuokakauppa syntyi joulutorin jalanjäljissä	21
Elintarvikkeiden koostumustietopankki Finelia päivitetään	21
Venäläismatkailija median käyttäjänä	22
LähiRuoka & Luomu -messut 26 - 29.3.2014	22
Suomalais-venäläistä ruoka-alan yhteistyötä	23
Elintarvikejalostajan luomuaskeleet -opas	23
Projektet Bra Mat i Västnyland - studieresa in Piemonte, Italien	24
Elintarvikealan yritykset panostavat kilpailukykyyn ja kansainvälistymiseen	25



LähiRuoan aluetaloudelliset vaikutukset -raportti, s. 10

Julkaisun kansikuva: Sami Tantarimäki

Lähirooka uusimpien tutkimustulosten valossa

Lokakuussa julkistettiin Taloustutkimus Oy:n Suomi syö 2014 –tutkimuksen tulokset. Suurimmassa osassa väittämiä kuluttajien asenteet lähirookaa kohtaan ovat pysyneet melko samoina edelliseen vuoteen verrattuna. Suurin muutos on tapahtunut kuluttajien suhtautumisessa teollisesti tuotetun ruoan lähirookaimagoon. Nyt peräti kolmannes vastaajista kokee, että myös teollinen suurtuotanto voi olla lähirookaa. Vuonna 2012 tätä mieltä oli viidennes vastaajista.

Lähirooka tunnustetaan kauppoissa nyt hieman paremmin, sillä aiempaa hieman harvempi kokee, että kaupassa on vaikea erottaa, mikä tuote on lähirookaa ja mikä ei. Silti edelleen hieman yli puolet kokee lähirooan tunnustamisen vaikeaksi ja edelleen valtaosa kuluttajista (78 %) haluaisi ostonsa tueksi selkeän merkinnän tuotteeseen tai hyllyyn, jos kyseinen tuote on lähirookaa. Samankaltaisia tuloksia antoi myös tänä vuonna eri yleisötilaisuuksissa (OKRA, Herkkujen Suomi ym.) toteutettu kysely.

Tämänkin tutkimuksen mukaan kuluttajat mieltävät lähirooan nimenomaan *paikalliseksi* ruoaksi, sillä lähes puolet vastaajista (45 %) kokee, että lähirooan pitää olla omalla asuinseudulla tuotettua ruokaa. Lähes yhtä moni (39 %) on sitä mieltä, että lähirookaa on ruoka, joka on tuotettu Suomessa enintään 100 km:n säteellä. Vain noin joka kymmenes vastaaja pitää ylipäänsä Suomessa tuotettua ruokaa lähirookana.

Vastaajista neljä viidesosaa ilmoitti ostavansa edes joskus lähirookatuotteita. Määrä on kokonaisuutena kasvanut hieman toissa vuoteen nähden, mutta lähinnä ostamisessa voidaan nähdä hienoista siirtymää useammin ostamisesta harvemmin ostamiseen. Yleisen taloustilanteen heikkeneminen näkyy siis varmasti tässäkin.

Tärkeimpiä motiiveja lähirooan ostamiseen ovat aluetaloudelliset vaikutukset: halu kannattaa lähialueen työllisyystilannetta, taloutta ja tuottajia. Ne ovat tärkeitä noin 90 % lähirooan ostajista ja tärkeys on pysynyt samalla tasolla viime vuosien aikana. Aluetaloudellisten näkökulmien lisäksi ostomotiivina korostuu tuoreus, valtaosa myös luottaa lähirookatuotteiden laatuun, maukkauteen ja puhtauteen.

Tutkimuksen mukaan suosituin ostokanava lähirooalle on tavallinen ruokakauppa, josta lähirookaa ostaa 92 % ainakin joskus. Torilta vähintäänkin joskus ostaa lähirookaa 76 %, suoraan tuottajalta 49 %, kauppahallista 48 % ja lähirooan erikoismyymälästä 41 % vastaajista. Ruokapiiritoiminnan tai verkkokaupan kasvu ja kiinnostavuus eivät tässäkin tutkimuksessa vielä näy, sillä vastaajista vain harva ostaa niiden kautta lähirookaa. Määrät ovat pysyneet aika lähellä toissa vuoteen verrattuna. Eniten lähirookatuotteista ostetaan perunaa, vihanneksia ja juureksia. Erityisesti juustojen, jogurttien, rasvojen ja broilerin/kalkkunan osalta säännöllisesti ne lähirookana ostavien osuus on noussut. Ehkä yllättävästikin lampaanlihan ostaminen lähirookana on vähentynyt edelliseen tutkimukseen verrattuna.

Tutkimus osoittaa yrittäjille ja kehittäjille myös selviä signaaleja, joihin jatkossa on kehittämistyössä kiinnitettävä huomiota entistä tarmokkaammin. Vastaajien mukaan lähirooan koetaan olevan selvästi vähemmän maukasta kuin kotimaisen ”tavanomaisen” ruoan, ja myös mauttomampaa kuin kotimainen luomu. Vastaajat myös luottavat em. tuotteita vähemmän siihen, että lähirooan laatua valvotaan asianmukaisesti. Vaikka pientä positiivista muutosta edelliseen tutkimukseen verrattuna on tapahtunut, vastaajat luottavat lähirooan osalta kotimaista luomua ja muuta tuotantoa vähemmän siihen, että tuote ja valmistustapa ovat sitä, mitä pakkauksissa kerrotaan ja siihen, että tuotteen raaka-aineiden alkuperä on merkitty luotettavasti. Kun eri selvitysten mukaan lähirooan vahvuksina on mainittu erityisesti tuoreus, maukkaus ja tuottajan ja kuluttajan välinen luottamus, osoittavat Suomi syö -tutkimustulokset sen, että jotakin on tehtävä. Lähirookatuottajien ja -yrittäjien on pidettävä pakkausmerkinnät ajan tasalla ja edelleen tehostettava viestintää tuotteistaan, raaka-aineiden alkuperästä ja tuotantotavoista. Oiva-valvontajärjestelmänkin tuloksia kannattaa hyödyntää yrityksen tiedotuksessa. Lisäksi joka kerta, kun lähirookana yritetään myydä muuta kuin kuluttajan lähirooaksi mieltämää paikallista ruokaa (esimerkiksi ulkomaista alkuperää ”on pesty” kotimaiseksi), on näihin harhaan johtaviin markkinointitapoihin puututtava tarmokkaasti kuluttajien luottamuksen vahvistamiseksi.

Nyt valmistunutta kuluttajatutkimusta on mielenkiintoista verrata alkusyksystä valmistuneeseen lähirooan tuotannon tulevaisuuden näkymiä selvittäneeseen TNS Gallupin tutkimukseen. Siitä tehty yhteenveto löytyy Lähirookaohjelman bloggauksesta ”Lähirooka ja suoramyyni kiinnostavat yhä useampaa maatilaa” osoitteessa: lahiruokaohjelma.blogspot.fi.



Kirsi Viljanen
lähirookakoordinaattori
maa- ja metsätalousministeriö

Lähirooka on bisnes!

-seminaarissa esiteltiin kehittämistoiminnan tuloksia ja katsottiin tulevaisuuteen

Aitoja makuja II ja Parasta Pöytään Pirkanmaalta -hankkeet järjestivät yhteisen seminaarin otsikolla Lähirooka on bisnes! Tampereella NordicFood -messujen yhteydessä 9.10.2014. Seminaarissa pureuduttiin lähirookabisneksen tulevaisuuden näkyymiin niin yrittäjän kuin kehittäjän näkökulmasta sekä esiteltiin toimintatapoja ja välineitä lähirooka-sektorin kilpailukyvyyn parantamiseksi.

Lähirookakoordinaattori Kirsi Viljanen maa- ja metsätalousministeriöstä kertoi, miten lähirooka-asioita on edistetty hallituksen lähirookaohjelman avulla, mitä on jo tehty ja millaisia linjauksia on tehty tulevaisuutta ajatellen. Keskeisessä roolissa ovat lähirooka ja lyhyet jakeluketjut, ruoka- ja matkailualan entistäkin läheisempi yhteistyö, ja verkostoituminen, jota edistävät alueelliset elintarvikealan ja lähirooan koordinaatiohankkeet. Monenlaista on jo tehty, mutta tehtävää on vielä paljon tulevillekin vuosille. Haasteina esiin nousevat mm. riittääkö raaka-aineet ja kannattavuuskyvykset, vaikkakin lähirooalle kysyntää on jo nyt ja se kasvaa tulevaisuudessa viimeaikaisten tutkimusten perusteella.

Parasta Pöytään Pirkanmaalta -hankkeen tuloksista kertoi projektipäällikkö Anette Mellin. Hankkeen aikana on järjestetty teemapäiviä esim. pakkauksista ja pakkausmerkinnöistä, tapahtumamarkkinoinnista ja sähköisestä markkinoinnista ml. markkinointi ja tiedotus netissä, elintarvikelainsäädännöstä, maidon suoramyynnistä. Logistiikan kehittäminen on ollut tärkeässä roolissa, joten sen puitteissa on tehty lähirookatukumalli, edistetty julkisten keittiöiden ja elintarviketuottajien välistä yhteistyötä sekä viety eteenpäin kuluttajan ja tuottajan kohtaamista REKO Lähirookarenkaiden kautta. Lähirookatiedotus kuluttajille ja ammattilaisille on ollut koko ajan keskeisessä roolissa, missä apuna on ollut laaja paikallinen ja valtakunnallinen yhteistyöverkosto.

Projektipäällikkö Päivi Töyli Aitoja makuja II -hankkeesta kertoi, mitä kaikkea on saatu aikaan valtakunnallisissa hankkeissa vuosien 2009 - 2014 aikana. Aitojamakuja.fi -sivuston kehittäminen ja siitä tiedottaminen ovat olleet tärkeimpiä hankkeen toimenpiteitä. Sivustoa on esitelty reilusti yli 1000 tapahtumassa, joista useimmat on toteutettu yhteistyössä hankkeen verkoston ja muiden yhteistyökumppaneiden kanssa. Sivusto on muuttanut



muotoaan vuosien saatossa, yrityksiä tulee koko ajan lisää sivustolle ja sivustoa käyttävien määrä on kasvanut. Hankkeen koordinaattori Johanna Mattila esitteli hankkeessa tehdyn suoramyynnin ja jatkojalostuksen aloittamiseen liittyvän ohjeistuksen, josta tarkemmin toisaalla tässä lehdessä.

Penttilän tilan yrittäjä Heikki Penttilä kertoi omakohtaisia kokemuksia lähirooka-alasta oman yrityksen näkökulmasta ja yhteistyöstä muiden yrittäjien kanssa sekä siitä, mitä hankkeet ovat hänelle antaneet. Yrityksen periaatteena on, että naapuritilojen raaka-aineista tehdään ruokaa niin kauppoihin kuin keittiöihin. Itse jalostetaan esim. lihajalosteita ja valmistetaan laatikoita sekä oman tilan perunoista erilaisia perunatuotteita. Tuotekehitystä on tehty aina tarpeen mukaan. Muiden yrittäjien kanssa on tehty paljon yhteistyötä ja on osallistuttu esim. hankkeiden järjestämiin toimiin. Verkkokauppa on nyt yrityksen uusin aluevaltaus. Penttilän mielestä yksi ongelma pienemmillä yrityksillä on tunnettuuden puute, jonka lisäämiseen ja yleensäkin markkinointiin tarvittaisiin apua.

Lähirooan alueloudellisista vaikutuksista kertoi Leena Viitaharju Helsingin yliopiston Ruralia-instituutista. Koko Suomen kattavassa tutkimuksessa on selvitetty, minkä verran julkiset ruokapalvelut ostavat oman maakunnan elintarvikkeita nyt ja miltä tulevaisuus näyttää, sekä miten paljon elintarvikeyritykset käyttä-

vät oman maakunnan raaka-aineita. Näiden tietojen pohjalta on laskettu lähirooan käytön nykyisiä ja tulevia vaikutuksia niin kansantaloudelle kuin työllisyydelle. Tutkimuksessa selvitettiin myös, miltä tilanne näyttää maakunnissa työllisyyden ja BKT:n osalta vuonna 2020, jos julkinen ruokapalvelu lisää tai vähentää paikallisten elintarvikkeiden ostoa.

Heidi Valtari Turun yliopiston Braheakeskuksesta kertoi, miten maaseutupolitiikassa on huomioitu lähirooka-ala ja sen rinnakkaisalat kehittämistoiminnassa ja asioiden eteenpäin viemiseksi. Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmän Maaseudun elinkeinot ja osaaminen -verkoston (MESI) tavoitteena on, että vuonna 2020 maaseudulla sijaitsevien yritysten määrä ja niiden kilpailukyky on kasvanut, yrittäjien liiketoimintaosaaminen vahvistunut ja osaavia työntekijöitä on riittävästi. Vaikuttamista ja asioiden eteenpäin viemistä tarvitaan monesta suunnasta.

Kaikki esitykset ja myös lyhyitä videoita löytyy www.aitojamakuja.fi-blogista www.aitojamakuja.fi/blogi/?p=232

Lisätietoja

Päivi Töyli, Aitoja makuja II -hanke
paivi.toyli@utu.fi, puh. 040 189 1929

Anette Mellin, Parasta Pöytään
Pirkanmaalta -hanke

anette.mellin@ahlman.fi, puh. 043 824 3283

Apua suoramyynnin ja elintarvikkeiden jatkojalostuksen aloittamiseen

www.aitojamakuja.fi/suoramyynti

Uudella suoramyyntiohjeistuksella autetaan yrittäjiä aloittamaan tuotteidensa suoramyynti ja/tai jatkojalostus. Järjestettävissä infotilaisuuksissa käydään asiaa läpi käytännönläheisesti ja etsitään yhdessä ratkaisuja mahdollisiin ongelma-kohtiin.

Kuluttajat kaipaavat läpinäkyviä ketjuja, ruoan tuoreutta sekä aitoutta. Elintarvikkeiden suoramyynti vastaa täydellisesti tähän tarpeeseen. Lisäksi yrittäjälle suoramyynti ja tuotteiden jalostusasteen nosto luo mahdollisuudet parempaan tuottajahintaan, riippumattomuuteen päättää oman yrityksen asioista sekä resursseja säästävämpään ja kohdennetumpaan markkinointiin. Seuraavalla ohjelmakaudella myös maatilaidonnaisten yrittäjien on mahdollista saada investointi- ja kehittämistukia suoramyynnin tai elintarvikkeiden jatkojalostuksen aloittamiseen. Kaikki tämä luo uskoa ja mahdollisuuksia suoramyynnin menestymiselle myös jatkossa. Suomen Gallup/Elintarviketieto Oy:n Maatilojen kehitys näkymät tutkimuksen mukaan erityisesti tiettyjen tuotantosuuntien maatilayrittäjät panostavat tulevaisuudessa yhä enemmän tuotteidensa suoramyyntiin kuluttajille mm. lammas, nauta ja sika.

Koska myös elintarvikelainsäädäntö huomioi pienimuotoisen, vähäriskisen toiminnan höllentämällä lainsäädännöllisiä vaatimuksia, näyttäisi pohja suoramyynnin kasvulle olevan vakaa. Valtioneuvoston asetus 1258/2011 mm. vähittäisliikkeen vähäinen, paikallinen ja rajoitettu toiminta (5§) – sallii pienimuotoisen laitostoiminnan ilmoitetussa elintarvikehuoneistossa. Lisäksi alkutuotannon tuotteita on mahdollista myydä suoraan asiakkaalle helpo-
tetummalla byrokratialla.

Syyskuun julkaisu tilaisuuden jälkeen ohjeistusten sanomaa on viety yritystasolle maakunnallisissa yrittäjätalaisuuksissa. Marraskuun puoliväliin mennessä yrittäjätalaisuuksien kautta ohjeisiin on tutustunut reilu 100 yrittäjää ja vielä tälle vuodelle on tiedossa useita tilaisuuksia. Kannattaa tutustua oman alueen tilaisuuden ohjelmaan ja liittyä mukaan keskusteluun <http://www.aitojamakuja.fi/blogi/?p=510>. Tilaisuudet järjestetään yhteistyössä MTK, SLC ja aitoja makuja aluejäsenten kanssa. Yrittäjiltä saatu palaute tilaisuuksista on ollut kannustavaa: ”paljon asiallista keskustelua”, ”kentällä liikkuvat huhut osoittautuivat



vääriksi”, ”sain rohkaisua suoramyynnin aloittamiseksi”.

Aitoja makuja ohjeistukset

MTK:lta ja SLC:lta sekä yrittäjiltä saadun vahvan tuen avulla koottiin työryhmä ohjeistuksille vuoden 2013 lopussa. Työryhmään kuuluivat MTK ry (Anni-Mari Syväniemi), SLC r.f. (Mia Wikström), MMM (Sebastian Hielm), Laurea ammattikorkeakoulu (Ritva Jäättelä), ProAgria Kainuu (Anna-Kaija Kaikkonen, Helena Kämäräinen), Herrakunnan lammas (Sari Jaakola) ja Aitoja makuja projektipäällikkö (Päivi Töyli) sekä koordinaattori (Johanna Mattila). Jo heti ensimmäisessä tapaamisessa nousi keskeisesti esille tarve madaltaa kynnystä pienimuotoisen elintarvikejalostuksen ja/tai suoramyynnin aloittamiselle sekä poistaa kentällä liikkuvia huhuja pienimuotoiseen toimintaan kohdistuvista valtavista lainsäädännöllisistä rasitteista. Aitoja makuja ohjeistusten tavoitteena onkin toimia tsekkauksiltaan em. toimintoja suunnittelevalle yrityksille: mitä asioita ja miten tulee ottaa huomioon?, mistä saan lisätietoja mieltä askarruttaviin kysymyksiin? ja antaa askelmerkit toiminnan aloittamiselle.

Yrittäjille tehdyt ohjeistukset on tehty toiminnan riskiperusteisuuden mukaan: alkutuotannon tuotteiden suoramyynti, elintarvikkeiden vähittäismyynti sekä pienimuotoinen elintarvikkeiden valmistus ja myynti (suomeksi, ruotsiksi ja englanniksi). Ohjeet käsittelevät elintarvikelainsäädännöllisiä reuna-
ehtoja (omavalvonta, kuljetus, luvat jne.). Paperisten ohjeiden lisäksi asiaan voi tutustua nettiversion kautta www.aitojamakuja.fi/suora-

myynti. Nettiversiosta löytyvät kaikki samat asiat, mutta yrittäjällä on monipuolisemmat mahdollisuudet laajentaa tietopohjaansa erilaisten linkkien ja mallien kautta mm. Eviran hyvän käytännön ohjeet, esimerkikikysymykset omavalvonnan työstämiseksi. Erityisesti ”usein kysyttyä” -palsta on ollut suosittu. Yrittäjät eri puolilta Suomea mieltivät samantyyppisiä kysymyksiä suoramyynnin osalta, joten näiden kysymysten esiin nostaminen ja niihin vastaaminen on tärkeää, jo valvonnan tasavertaistamisenkin kannalta. Voit lähettää oman kysymyksesi ”kysy meiltä” -linkin kautta, joihin etsimme vastauksia yhteistyössä Eviran kanssa. Kaikissa kysymyksissä sinua palvelee oman alueesi aitoja makuja jäsen sekä kuntasi elintarvikevalvontaviranomainen.

Kuvateksti: Yrittäjille on tehty ohjeistukset alkutuotannon tuotteiden suoramyynnin, elintarvikkeiden vähittäismyynnin sekä pienimuotoisen elintarvikkeiden valmistuksen ja myynnin aloittamiseksi www.aitojamakuja.fi/suoramyynti.

AITOJA MAKUJA II -hanke toteuttaa Manner-Suomen maaseudun kehittämissuunnitelmaa ja sitä rahoittaa Hämeen ELY-keskus valtakunnallisena hankkeena.

Lisätietoja
koordinaattori Johanna Mattila
Turun yliopisto, Brahea-
keskus, Aitoja makuja II
johanna.mattila@utu.fi

Eläköön hyvä ruoka, sen tekijät ja ruokasivistys

Hyvän ruoan ja ruokapalvelualan elinvoimaisuuden tekemiseen tarvitaan osaavia ihmisiä, jotka hallitsevat koko ruokaketjun ja osaavat toimia vastuullisesti kaikissa tilanteissa. Onnistuakseen henkilöstö tarvitsee lisäkoulutusta ja rohkaisua osataksaan itsekkin arvostaa työtänsä riittävästi. Näin nostetaan myös alan imagoa, kiinnostavuutta ja tuottavuutta.

Laatuketjussa laatuhankeita

Maa- ja metsätalousministeriön Laatuketjun rahoittamien ProTaRu (Ammatillinen Taitava Ruokapalveluhenkilöstö)- ja ResTaRu (Vastuullinen Taitava Ruokapalveluhenkilöstö)-hankkeet toteutettiin tarkoitukseen räätälöityinä koulutusohjelminä. ProTaRu-hanke kesti vuosien 2012–2013 ajan, ResTaRu-hanke toteutettiin vuoden 2013 aikana. Osallistujia oli yhteensä 330 henkilöä eri puolilta Suomea. Edutaru Oy yhdessä hyvien yhteistyökumppaneiden kanssa toimi vastuullisena hankkeiden toteuttajana. Hankkeiden aikana alkaneet kehitystoimet jatkuvat ja näkyvät hyvinä käytäntöinä, henkilöstön ammatillisuutena ja alan arvostuksen nousuna.

Hankkeiden aikana vahvistui entisestään käsitys ruokapalveluhenkilöstön lisäkoulutuksen tarpeellisuudesta. Tietoa on vietävä sinne, missä toimijat ovat – paikan päälle ja kansantajuisesti.

Ruokasivistys näkyy järkevänä ruoan käyttämisenä ja hyvinä tapoina

Ruoan päätyminen jätteeksi on ekologisesti ja taloudellisesti kestäväntöntä tuhlaamista. Ruokasivistys tarkoittaa ruoan arvon ja arvokkuuden ymmärtämistä, ruoan kunnioitusta ja hyviä tapoja yhtä lailla kuin ruoan tuhlauksen välttämistä. Ruokahävikkiä syntyy useista eri syistä niin suunnittelu- kuin toteutusvaiheissa. Keskeisiä asioita ovat työntekijöiden ammattitaito, arjen esimiestyö ja toiminnan johtamisjärjestelmä hankinnoista tuotantoon. Hankkeissa pohdittiin myös näitä osa-alueita monipuolisesti.



© Seija Lintukangas 2013

Hankkeiden aikana huomattiin, että ruokahävikki väheni monin eri tavoin esimerkiksi valmistusprosesseja tarkentamalla ja tarjoiluhävikkiin puuttamalla konkreettisin toimenpitein. Lisääntynyt yhteistyö eri toimijoiden, oppilaiden, hoitohenkilökunnan ja asiakkaiden kanssa lisäsi ymmärrystä koko ruokaketjusta ja tuotti hyviä tuloksia. Monissa paikoissa tarjoilusta aiheutuva biojäte väheni tai loppui lähes kokonaan. Annoskokoja ja annostelua täsmennettiin, tilausmääriä seurattiin, ruokailutilojen viihtyisyyttä lisättiin, tarjoilumuotoja ja -aikoja muutettiin, asiakaspalvelua ja tiedotusta parannettiin, tähderuoan myyntiä kokeiltiin ja henkilöstöä perehdytettiin entistä paremmin.

Hankkeisiin osallistujien käsitysten mukaan ruokasivistys alkoi näkyä ystävällisenä yhteistyönä ja ruokailijoiden entistä parempana käyttäytymisenä ruokailutilanteissa. Esimerkiksi ruoan perusteettomista arvosteluista päästiin uuteen keskustelu- ja toimintakulttuuriin kehittävän palautteen menetelmin. Henkilöstön käsitysten mukaan ruoan ja sen tekijöitä arvostetaan aiempaa enemmän, mikä myös kuvaa kasvanutta ruokasivistystä.

Pedakokkeja ja muutosagentteja

Hankkeiden aikana todettiin, että lasten ja nuorten ruokailusta vastaavia työntekijöitä pitää perehdyttää ja kouluttaa ruokakasvat- tajiksi, joiden ammattinimikkeeksi sopii pedakokki. Myös lapset ja nuoret on hyvä osallistaa

ja vastuuttaa ruokailun eri vaiheisiin niin päiväkodeissa kuin kouluissa. Sillä on ratkaiseva merkitys ruokakäyttäytymiseen ja myös laajemmin ruokasivistyksen lisääntymiseen.

Ruokapalveluhenkilöstö on avainasemassa myös vanhus- ten ja hoitolaistosten asiakkaiden hyvän ruokailun onnistumisessa. Ruoan tekijät antavat ruoalle kasvot ja luovat luot- tamusta sekä turvallisuutta. Muutosagentteina toimiminen vaatii ruokapalveluhenkilöstöltä hyvää itsetuntoa, asennetta, oppimista, sinnikkyyttä, voimaantumista ja ennen kaikkea ammatillisuutta.

Arvostus ansaitaan osaamisella

Hankkeiden konkreettisina hyötyinä voidaan todeta osaamisen ja sen seurauksena tuottavuuden lisääntyneen. Työn rikastuminen nosti työhyvinvointia. Myös ruokapalvelujen käyttäjien tyytyväisyyden todettiin lisääntyneen.

Ruokapalveluhenkilöstön ammattitaitoa kannattaa hyödyntää monipuolisesti nykyistä enemmän ruokakasvat- tajan tehtävissä. Koulu antaa mallin ja kasvattaa olollaan, mikä tarkoittaa myös jokaisen työn ja sen tekijän arvostamisen tärkeyttä. Myös varhaiskasvatuksessa sekä hoito- ja hoivapalveluissa tarvitaan ruokakasvatuksen asiantuntijoita ja muutosagentteja. Näiden toimijoiden työ yhdessä kotien kanssa johtaa parhaimmillaan toivottuun ruokasivistykseen, jossa ymmärretään kestävä ruokajärjestelmän merkitys ja osataan arvostaa hyvää lähellä tuotettua ruokaa ja hyviä tapoja.

Hankeraportit luettavissa www.laatuketju.fi/

laatunen

Seija Lintukangas

Filosofian tohtori, toimitusjohtaja, kouluttaja

Edutaru Oy

www.edutaru.fi

seija.lintukangas@edutaru.fi

puh. 040 589 4446

Lähiruoan käyttäjä on muutosvalmis ja suosii vaihtoehtoisia ruoanhankintatapoja

Kuluttajat suhtautuvat positiivisesti lähiruokaan, mutta lähiruoan käyttäjiksi sitoutuneet poikkeavat arvoiltaan ja asenteiltaan muista kuluttajista. Lähiruokaan sitoutuneet ovat erittäin muutosvalmiita ja yli 60 prosenttia heistä ostaisi ruoan mieluiten muualta kuin tavallisesta kaupasta. Lähiruokaan sitoutuneilla korostuvat myös sosiaaliset ja ympäristöarvot. Tämä käy ilmi Helsingin yliopiston Ruralia-instituutin Lähiruoka arkipäivän valinnaksi – LÄHIVALINTA -hankkeessa tehdystä tutkimuksessa, jossa selvitettiin lähiruokaa koskevia arvoja ja asenteita Suomessa. Tavoitteena oli tuottaa tietoa, jota ruoka-alan toimijat voivat hyödyntää lähiruokaa koskevassa viestinnässä ja kysynnän edistämässä.

Kyselyaineiston perusteella muodostettiin kolme kuluttajaryhmää: lähiruokaan sitoutuneet, lähiruosta kiinnostuneet sekä ei-kiinnostuneet. Kyselytutkimuksen mukaan kaksi kolmasosaa suomalaisista kiinnittää ruokaostoksia tehdessään huomiota lähiruokaan. Ruoan laatu oli merkittävin tekijä ruokahankinnoissa kaikissa kuluttajaryhmissä. Lähiruoan käyttäjille laadun jälkeen toiseksi tärkeimmät tekijät ovat tuotantoketjun läpinäkyvyys sekä ruoan sosiaaliset ja ympäristövaikutukset. Myös lähi-

ruoasta kiinnostuneille nämä olivat merkityksellisiä tekijöitä, mutta heillä lähes yhtä tärkeitä olivat hinta ja saatavuus. Ei-kiinnostuneille taas ruoan hinta ja helppo saatavuus tavallisesta kaupasta oli laadun jälkeen toiseksi tärkeintä. Kyselytutkimus vahvisti aikaisemmissa tutkimuksissa esille tullutta näkemystä siitä, että sosioekonomiset taustatekijät selittävät osaltaan lähiruoan käyttöä ja kuluttajien kiinnostusta lähiruokaan.

Lähiruoan kuluttajien muutosvalmiusarvot todennäköisesti saavat heidät käyttämään vaihtoehtoisia ruoanhankintatapoja, kuten ostamaan suoraan viljelijältä, lähiruokakaupasta tai ruokapiiristä. Kyselyyn vastanneista ruokapiireihin kuului noin 2,4 prosenttia. Huomioiden kuitenkin ruoasta kiinnostuneiden mahdollisesti suurempi vastaamisalttius, voidaan arvioida ruokapiireihin kuuluvan noin 1 prosentti kotitalouksista.

Lähiruokaan sitoutuneilla kuluttajilla yleisistä elämää ohjaavista arvoista korostuvat itseohjautuvuus ja virikkeellisyys. Lisäksi heillä korostuvat itsensä ylittämisarvot eli heille luonnon ja muiden ihmisten hyvinvointi ovat tärkeämpiä kuin muulle väestölle. He ovat

itsenäisiä ajattelijoita, valmiita uusiin haasteisiin ja kokemuksiin, pohtivat ruokaan liittyviä kysymyksiä, arvottavat luontoa ja sosiaalisia suhteita sekä haluavat tukea paikallisia tuottajia ja pienyrittäjiä.

Tutkimuksen laadullisessa osassa haastateltiin Mikkelissä lähiruoan käyttäjiä sekä satunnaisesti valittuja henkilöitä. Analyysimenetelmänä käytettiin laadullista asennetutkimusta. Kyselyaineisto taas koottiin ottamalla satunnaisotos suomalaisista ja keräämällä toinen otos lähiruokaan sitoutuneista. Kyselyaineistossa arvojen selvittämiseen käytettiin Schwartzin arvomallia. Tutkimuksen tekivät VTM **Annukka Valkeapää** ja VTK **Oona Kasslin**.

Raportti tutkimuksen tuloksista julkaistaan 2014 Ruralia-instituutin Raportteja-sarjassa: <http://www.helsinki.fi/ruralia/julkaisut/julkaisut.htm>

*Riitta Kaipainen
Lähiruoka arkipäivän valinnaksi
LÄHIVALINTA -hanke
Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti*

Championship and seminar in Nordic Artisan Food

On 13th of November Icelandic Championship in artisan food production was held and the competition has gathered over 110 food products from the Nordic countries. The seminar was held parallel to the championship in Reykjavik, Iceland.

Specialists from Matís and chefs from the Icelandic Chefs Association evaluated over 100 food products from every Nordic country.



More information

[http://www.nynordiskmad.org/aktuellt/nyheter/visning/artikel/championship-and-seminar-in-nordic-artisan-food/?tx_ttnews\[backPid\]=692](http://www.nynordiskmad.org/aktuellt/nyheter/visning/artikel/championship-and-seminar-in-nordic-artisan-food/?tx_ttnews[backPid]=692)

DeliTukku elävöittää Pohjan kylää

Pohjan kyläkeskuksessa, Raaseporissa, avautuivat Delitukun ovet 14.6.2014. DeliTukku on lähiruokamyymälä, kahvila ja grilliravintola. Samalla West Charkin tehtaanyymälä muutti samoihin tiloihin. Jan Westman on yrittäjä sekä West Charkin että DeliTukun takana. West Charkin lumikinkku oli vuoden 2013 luomutuote. DeliTukusta on puolen vuoden aikana muodostunut kohtaamispaikka, jossa voi hankkia hyviä lähiruokatuotteita, syödä maukkaan lounaan ja juoda kupillisen kahvia herkullisen leivoksen kera. Myymälän, kahvilan ja ravintolan valikoima elää sesonkien mukaan.

Myös catering-palvelut ovat osa palveluvalikoimaa pienemmistä ryhmätilaisuuksista jopa 600 hengen tilaisuuksiin. Ruoan merkitys matkailupaketin osana vahvistuu jatkuvasti. Monet omatoimimatkailijat ovat jo löytäneet DeliTukun. Myös ensimmäiset linja-autoryhmät ovat käyneet DeliTukussa. Uusina toteutuksina ovat muun muassa erilaiset tapahtumat. Lokakuun Octoberfest oli menestys.

Muita oheistapahtumia ovat lastenlauantai, taidenäyttelyt, kirjaesittelyt ja lähituottajien tapaamiset. Vuodenaikojen sesonkien mukaan on mm. piparkakkutalokilpailua ja jouluurkkunoita. Kehitteillä ovat myös erilaiset ruokaan liittyvät kurssit.

Grilliravintola Glödenin sydän on 3500 kg painava uniikki uuni, jota lämmitetään koivukla-peilla joka päivä. Sen uunissa paistuvat leivät ja parilalla pihvit. Monista haasteista huolimatta puoli vuotta avajaisten jälkeen yrittäjä Westman on tyytyväinen.

Hankalimpia asioita olivat erilaiset lupa- ja oikeusasiat. Mutta loppujen lopuksi kaikki on järjestynyt yllätyksien. Jo rakentamisaikataulu oli tiukka. DeliTukun kiinteistön avaimet sain 1.4. ja jo 14.6. vietettiin avajaisia, Jan Westman iloitsee.

Matalasuhdanteen johdosta myös rahoittajien suhtautuminen ja vakuuttaminen bisnesidean kannattavuudesta ovat olleet haasteellisia asioita.

Positiivisena asiana Westman toi esiin myös sen, että asiakkaat ovat löytäneet DeliTukun. Kokonaisuus on omalla tavallaan luonnollinen jatke West Charkin toiminnalle. Toisaalta ilman vankkaa West Charkin pohjaa DeliTukkua ei olisi ollut mahdollista toteuttaa.

Lisätietoja

www.delitukku.fi ja

www.facebook.com/delitukku.fi

Muita lähiruokamyymälöitä löydät www.ruokasuomi.fi

Teksti: Heidi Valtari



DeliTukun ja WestCharkin yrittäjä Jan Westman.



Hanketrefeillä ruoka ja matkailu

Marraskuun alussa ruoka- ja matkailualan toimijat treffailivat Hämeenlinnassa (www.katistenkartano.fi) ja Oulussa (www.maikukulankartano.fi). Tilaisuudet olivat jatkoa vuoden 2013 syksyn kiertueelle. Tavoitteena oli ensisijaisesti hanketoimijoiden ja muiden kehittäjien yhteistyön vahvistaminen, uuteen ohjelmakauteen 2014-2020 valmistautuminen sekä ruokamatkailun strateginen työstäminen.

Hanketrefeillä kuultiin ajankohtaiskatsaus hallituksen lähiruokaohjelmasta sekä raotettiin lähiruoan tulevaisuusnäkyymiä nykytilanteen pohjalta. Lähiruokakoordinaattori Kirsi Viljanen toi esiin että lähiruoasta on tullut vakavasti otettava asia. Esimerkiksi kuntien päättäjät ovat tiedostaneet ruoan aluetaloudelliset vaikutukset ja monissa kunnissa lähiruoan käytön lisäämistä mietitään vakavasti. Viljanen esitteli myös alan kehittämisen tueksi valmistuneet oppaat ja selvitykset, joihin voi tutustua www.mmm.fi/lahiruoka.

Heidi Valtari kertoi tilannetietoa maaseutupolitiikasta ja erityisesti maaseudun elinkeinot ja osaaminen verkoston, MESIn toiminnasta. Entistä tehokkaamman kehittämistyön aikaansaamiseksi MESI on ollut apuna laatimassa eri elinkeinoalojen laajoja katto- tai kehitysohjelmia eri elinkeinoaloille, myös ruoka- ja matkailusektoreille. Alueelliset toimijat kokoontuvat joulukuun alussa työstämään asioita yhdessä eteenpäin ja tärkeänä tavoitteena on rakentaa tuleva työ olemassa olevan päälle ja vahvistaa keskinäistä linkittymistä ja kytkeytymistä toisiinsa.



Uusien ruokaan ja matkailuun liittyvien tuotteiden kehittämisessä voidaan esimerkiksi perinteinen pellolta pöytään ajattelu kääntää päinvastoin ja viedäkin pöytä pellolle kalifornialaisen OITF-konseptin mukaan. Yrittäjä kiertää eri paikkakunnilla mukanaan kokoon-taittavat pöydät ja tuotteet. Ruokailun yhteydessä maatila kertoo ruoan tuotannosta, paikalliset jalostajat mm. juuston ja viininvalmistuksesta sekä tutustutaan tilan toimintaan tilakierroksella. Konseptista voi lukea lisää www.outstandinginthefield.com.

Ylitarkastaja Reijo Martikainen summasi matkailun kehittämisen kaksikymmenvuotista historiaa. Monet kokemukset ja mallit voidaan päivitettyinä ottaa jatkossakin käyttöön maaseudun matkailun kehittämisessä. Vahvaa koordinaatiota toivotaan matkailutuotteiden saamiseksi markkinointivalmiiksi tuotteiksi. Martikainen kuten kaikki tilaisuuksissa mukana olijat odottavat innolla uuden ohjelmakauden mukanaan tuomia mahdollisuuksia ja käytännön toimiin ryhtymistä. Monia valmiita menetelmiä ja sisältöjä on jo valmiina mm. Palvelua sydämellä koulutus, turvallisuuskoulutus ja valtakunnallisen koordinaation mallit. Mennyt on hyvä analysoida ja ottaa opiksi. On kyseessä sitten matkailu tai ruoka tai joku

muu toimiala yhteistyötä ei rakenneta hetkessä vaan tarvitaan pitkäjänteisyyttä ja jatkuvuutta. Martikainen summasi myös kaudella 2007-2013 eri kehittämistoimiin käytettyjä panoksia sekä valotti uuden kauden yritys- ja kehittämistutkimuksia, joista tarkemmin hänen esityksessään, johon voi tutustua alla olevista linkeistä.

Matkailun edistämiskeskus MEK:stä Kristiina Hietasaari kertoi uudistuneesta organisaatiosta osana Finpro ry:tä. Toiminta keskittyy vahvasti kansainvälisille markkinoille myytävien tuotteisiin. Uusi toimialan kehittämisen työväline on matkailuyrityksen kansainvälistymisopas. Myös Hietasaari muistuttiin kehittämistyön pitkäjänteisyydestä, joka erityisesti kansainvälisiä tuotteita kehitettäessä ja markkinoitaessa on erityisen tärkeää. Määrätietoinen ja koordinoitu työ, jossa mukana ovat aluekoordinaattorit vievät asioita parhaiten eteenpäin.

Haaga-Helia ammattikorkeakoulun edustajat esittelivät valmisteilla oleva Ruokamatkailustrategiaa, jonka tavoitteena on että ruoka nousee oleelliseksi ja elämykselliseksi osaksi matkailutuotetta. Erilaisen ruokamatkailun suosion kasvu on yksi nä-



Porinaryhmissä mietittiin ruoan vahvistamista matkailussa. Piirtäjä: Minna Takala, Hämeen liitto.



kyvimpiä kansainvälisiä trendejä. Suomessa tälle on hyvät edellytykset, koska meillä syötävä ruoka on tutkitusti Euroopan puhtainta. Ruoan myötä matkailija pääsee helposti koke-

maan kohdemaan kulttuuria ja paikallisuutta. Kiinnostus terveellisyyteen sekä luomuja lähiruokaan on suurta kaikissa kohdemaissamme ja hallituksen lähiruokaohjelmaan on vuoden 2020 tavoitetilaksi kirjattu että ”lähiruoka on osa laadukasta matkailutuotetta, tuo lisäarvoa ja kannattavuutta”. Lisätietoa strategiatyöstä ja siihen osallistumisesta www.ruokajamatkailu.fi.

Treffien materiaaleihin voit tutustua tilaisuuksien pääjärjestäjän Maaseutuverkoston sivuilla:

Hämeenlinna: <https://www.maaseutu.fi/fi/koulutukset-ja-tapahtumat/Sivut/hanketrefit---lahiruoka-ja-matkailu.aspx>

Oulu: <https://www.maaseutu.fi/fi/koulutukset-ja-tapahtumat/Sivut/Hanketreffit%20-%20I%C3%A4hiruoka%20ja%20matkailu821d56430f1542209070812f71201043.aspx>

Lisää myös hallituksen lähiruokaohjelman blogissa: <http://lahiruokaohjelma.blogspot.fi/2014/11/ruoan-ja-matkailu-liitto-vahvistumassa.html?m=1>

Heidi Valtari

Luonnontuotealalle toimialapäällikkö

Luonnontuotealan toimialapäällikkö, MMM Anne Ristioja aloitti työnsä 1.11.2014 Lapin ELY-keskuksessa.

Hänellä on runsaasti aiempaa kokemusta luonnontuotealan aktiivisesta kehittämisestä. Anne tulee toimimaan sektorin kansallisen asiantuntijana, joka mm. analysoi luonnontuotealan yritystoiminnan kehitystä. Hän myös muodostaa työnsä tueksi aktiivisesti toimivan asiantuntijaverkoston.

Jututin Annea hiukan hänen ensimmäisellä työviikollaan:

– Anne, millaiset ovat tunnelmasi nyt työn alkaessa?

”Odottavat ja positiiviset – olen intomiehellä!”, vastasi Anne.

– Mikä on tärkeintä uudessa työssäsi?

”Tärkeintä on saada nostetta luonnontuotealalle – olla yhtenä linkkinä ketjussa, jossa luodaan uutta yrittäjyyttä luonnontuotealalle. Ottaa luonnontuotealan piilevät mahdollisuudet käyttöön ja tehdä niistä todeksi!”

– Mistä asioista alat työsi?

”Alan heti ensi töikseni valmistella ensimmäistä valtakunnallista luonnontuotealan toimialaraporttia. Siinä varmaan riittää puurtamista, sillä alan tiedot ovat murusina maailmalla ja ne pitäisi saada siistiin pakettiin...”, pohti Anne.

Toimialapäällikön saaminen luonnontuotealalle oli MMM:n ja TEM:n yhteinen projekti. MMM myönsi tähän tarkoitukseen kaksivuotisen määrärahan ruokaketjun toiminnan edistämiseksi.

Seija Ahonen-Siivola
MMM/Markkinayksikkö

LUONNONTUOTEALA LUKUINA (Lähde: Simo Moisio/Arktiset Aromit ry)

*Luonnontuotteita ovat marjat, sienet, yrtit ja luonnosta kerättävät erikoisluonnontuotteet.

*Työikäisistä suomalaisista 2/3 marjastaa, 40 prosenttia sienestä ja 20 prosenttia poimii yrttejä oman kotitaloutensa tarpeisiin.

*Metsämarjoja ja sieniä poimitaan kotitalouksiin 35 – 45milj. kg/vuosi; arvo tukkuihin n. 90 – 105 milj. €.

* Metsämarjoja ja sieniä poimintaan myytiin n. 12 - 20 milj. kg/vuosi; arvo tukkuihin n. 90 milj. €.

*Marjaketjussa työskentelee kotimaisia ja ulkomaisia poimijoita sesonkiluonteisesti yli 10 000, samoin sieniketjussa hyvänä vuonna.

*Marjatuotteita valmistaa n. 200 pienyritystä, suurempia marjojen jalostajia ja vientiyrityksiä toimii yli 10. Yritysten liikevaihto on n. 200 milj. euroa.

*Marjojen ja sienten viennin arvo vaihtelee vuosittain 25 - 35 miljoonan euron välillä.

Sektorilla paljon muutakin merkitystä: mm. tuotteiden vaikutus fyysiseen terveyteen, harrastepoiminta hyvänä liikunta- ja virkistysmuotona ja luonnontuotteet osana luontomatkailua ja Green Care -toimintaa.

Hyvä ruoka, parempi pakkaus!

Tuotteesi on varmasti hyvä ja laadukas, mutta näyttääkö se myös kuluttajan silmiin siltä? Suussa sulava tuote tarvitsee herkullisen pakkauksen ja etiketin - kyseessä kun on ensimmäinen asia, jonka asiakas siitä huomaa. Samaa loppuun asti hiottua ja harkittua visuaalista viestiä kannattaa jatkaa kautta linjan yritysilmmeessä, esitteissä ja verkossa.

Markkinointia ja brändäämistä kutsutaan usein pienyrittäjien suureksi kompastuskiveksi. Laadukkaan tuotteen saattaa kuvitella myyvän itse itsensä. Näin ei ole. Koska asiakkaalla on mistä valita, suunnittelijan tuomaa lisäarvoa ja ammattitaitoa kannattaa hyödyntää erottuakseen kilpailijoista.

Miten visuaalista ilmettä kohennetaan, jos isojen suunnittelutoimistojen palvelut tuntuvat pienyrityksen kukkarolle kalliilta, haku-koneen antamat tulokset loputtomalta savotalta tai kun kilpailuttaminen aiheuttaa vain lisää epävarmuutta suunnittelutyön hintalaatusuhteesta?

Creativeminds.fi tarjoaa jo 120:n luovan alan ammattilaisen osaamista verkkopalvelussa, jonka avulla tilaajan ostopelko vähenee ja ymmärrys visuaalisen viestinnän merkityksestä

kasvaa. Palvelun kautta pienyritykset löytävät helposti kokonaisvaltaista apua visuaalisen viestinnän haasteisiin (esim. logo, web, kortit, etiketit jne.). Isommille yrityksille palvelu tarjoaa helpon väylän toteuttaa rutiinitehtäviä kuten esim. esitetaittoja.

Palvelun ydinidea on löytää yrityksille tekijöitä ja designereille duunia! Merkittävin etu on, että tilaaja - oman budjettinsa rajat tunteen - määrittelee itse työlle hinnan. Sopivinta luovan alan ammattilaista ei löydy hintakilpailulla. Tärkeintä on, että tilaaja ja tekijä ovat samalla aaltopituudella keskenään.

Tilaaja vastaanottaa toimeksiantoonsa luonnoksia vain niiltä suunnittelijoilta, jotka ovat valmiita tekemään vaaditun työn ilmoitetulla hinnalla, jolloin kumpikaan osapuoli ei tee turhaa työtä. Vaihtoehtoja voi vertailla konkreettisella tavalla sekä samalla käydä keskustelua suunnittelijoiden kanssa helposti, yhdessä näkymässä. Projekti viimeistellään vasta kun sopivin suunnittelija on tullut valituksi, jolloin kenelläkään ei teetetä ilmaista työtä.

Jotta voit itse keskittyä oman yrityksesi erityisosaamiseen, anna ammattilaisten muokata yrityksesi visuaalinen kokonaisuus kuntoon!



Lisätiedot
Tea Holsti
tea.holsti@creativeminds.fi
p. 0400 774 174
www.creativeminds.fi

Teksti: Tea Holsti, Kuva: Juuso Jehimoff

Pienmeijeriopas on netissä

Hämeen ammatti-instituutin meijerialan koulutusohjelma järjesti valtakunnalliset Pienmeijeripäivät syksyllä 2014 Tervolassa, Kuopiossa, Seinäjoella ja Hämeenlinnassa.

Päivän aikana pienimuotoisen maidonjalostuksen, ml. luomumaidonjalostus hyviä käytäntöjä esiteltiin sekä julkaistiin näistä verkkoon laadittu Pienmeijeriopas.

Pienmeijeriopas sekä -päivät olivat osa ”Pienmeijerien kasvun edellytykset”-tiedonvälityshanketta, jonka tavoitteena on helpottaa uusien pienmeijerien syntymistä sekä tehostaa olemassa olevien yritysten tuotantovolyymia ja parantaa niiden kannattavuutta. Hankkeella halutaan lisätä pienmaidonjalostajien tietämystä tuotteiden valmistuksesta, elintarvikelainsäädännöstä, luomumaidonjalostuksesta sekä omavalvonnasta, sekä an-

taa esimerkkejä näihin liittyvistä käytännön toimenpiteistä. Lisäksi tavoitteena on elintarvikevalvontaa toteuttavien viranomaisten ja alan kehittäjien sekä kouluttajien perehdyttäminen pienmeijeritoiminnan erityispiirteisiin.

Tutustu oppaaseen: <http://hami.fi/pienmeijeri/rihanke/Sivut/default.aspx>

Työtä ja euroja - lähiruoan aluetaloudelliset vaikutukset merkittäviä

Helsingin yliopiston Ruralia-instituutti toteutti vuosina 2013-2014 Lähiruokaohjelmasta rahoitetun *Lähiruoan taloudelliset vaikutukset ja käytön edistäminen julkisissa ammattikeittiöissä* -hankkeen. Tarkoituksena oli selvittää paikallisten raaka-aineiden ja elintarvikkeiden käyttö sekä suomalaisissa jalostavissa elintarvikealan yrityksissä että julkisissa ammattikeittiöissä. Lisäksi tarkoitus oli tuottaa arvio lähiruoan käytön vaikutuksista maakuntien taloudelle ja työllisyydelle niin nykyhetkellä kuin tulevaisuudessa.

Tutkimusta varten kerättiin aineistoa kahden kyselyn avulla, joista toinen kohdistettiin jalostaville elintarvikealan yrityksille ja toinen julkisille hankintarenkaille ja -yksiköille. Vastaukset saatiin yhteensä 778 yrityksestä ja 69 hankintarenkaasta tai -yksiköstä. Näiden perusteella voidaan todeta, että suomalaiset elintarvikealan yritykset käyttävät tuotannonsa kohtuullisesti lähellä tuotettuja raaka-aineita, keskimäärin 23 prosenttia kaikista alkutuotannon raaka-aineista. Muualta Suomesta ostetaan noin puolet ja ulkomailta noin neljännes raaka-aineista. Osuudet kuitenkin vaihtelevat suuresti eri maakuntien välillä.

Suomalaiset hankintarenkaat ja -yksiköt ostavat elintarvikkeista julkisten ammattikeittiöiden käyttöön keskimäärin noin 15 prosenttia omasta maakunnasta. Noin 65 prosenttia ostosta tehdään muualta Suomesta ja noin viidennes ulkomailta. Vaikka oman maakunnan osuus ei olekaan kovin korkea, on kotimaisuusaste kuitenkin hyvä. Omasta maakunnasta ostettujen tuotteiden osuus vaihteli melko suuresti eri maakuntien välillä, pienimmillään osuus oli vain noin viiden prosentin luokkaa ja suurimmillaan noin 25 prosenttia. Yleisimmin hankintarenkaat ostivat omasta maakunnasta leipää ja muita leipomotuotteita, kasviksia, marjoja sekä maito- ja lihatuotteita. Tulevaisuudessa vastaajat uskoivat oman maakunnan ostojen kasvavan hieman, vuonna 2020 lähioستojen osuuden uskottiin nousevan noin 20 prosenttiin. Lähiruokatrendin vahvistuminen nähtiin useimmin merkittävimmäksi tulevaisuuden muutostrendiksi, joka vaikuttaa hankintarenkaiden ja -yksiköiden elintarvikehankintoihin lähitulevaisuudessa. Toisaalta kuitenkin myös ulkomaisten tuotteiden osuuden uskottiin kasvavan noin 25 prosenttiin, eli tällöin julkisten elintarvikehankintojen kotimaisuusaste laskisi. Vastausten perusteella julkiselta sektorilta löytyy siis tahtoa paikal-

listen elintarvikkeiden hankintaan, mutta on vielä toinen kysymys, miten se toteutetaan.

Maatalous ja elintarviketeollisuus ovat merkittäviä toimialoja maakuntatasolla, mutta myös koko maan tasolla. Maatalouden vaikutus koko Suomen bruttokansantuotteeseen on noin 2,8 prosenttiyksikköä eli yli 5,2 miljardia euroa. Maatalous työllistää noin 4,1 prosenttiyksikköä maamme työllisistä eli noin 100 000 henkilötyövuotta, kun kerroinvaikutuksetkin otetaan huomioon. Elintarviketeollisuuden vaikutus maan BKT:hen on noin 7,1 prosenttiyksikköä eli noin 13,2 miljardia euroa. Elintarvikkeiden ja juomien valmistuksen vaikutus työllisyyteen on maataloutta hieman pienempi, noin 3,8 prosenttiyksikköä eli reilut 95 000 henkilötyövuotta kerroinvaikutukset huomioon otettuna. Koko Suomen tasolla maatalouden työllisyyskerroin on 1,1, mikä tarkoittaa sitä, että yksi maatalouden työntekijä työllistää kerroinvaikutusten kautta 0,1 muuta. Vastaavasti elintarviketeollisuudessa koko Suomen tasoinen työllisyyskerroin on 2,5. Tämä tarkoittaa sitä, että yksi elintarviketeollisuuden työntekijä työllistää kerroinvaikutusten kautta 1,5 muuta henkilöä. Näistä 1,0 kohdistuu muuhun elintarvikeketjuun ja 0,5 aluetalouden muihin toimialoihin. Tulevaisuuden lisäykset julkiskeittiöiden lähiruokaostoissa vaikuttaisivat maakuntien työllisyyteen positiivisesti kymmeninä, jopa satoina työpaikkoina.

Lähiruoan systemaattinen hankinta ja käyttö julkisella sektorilla on ensisijaisesti arvoalinta ja vaatii poliittista tahtotilaa sekä useiden tahojen välistä yhteistyötä. Yleensä julkisiin elintarvikehankintoihin varattuja määrärahoja ei ole mahdollista korottaa, joten ratkaisuja lähiruoan lisäämiseksi on löydettävä jostain muualta. Hyviksi osoittautuneita keinoja ovat mm. ruokalistojen ja reseptien tarkempi suunnittelu tai huomion kiinnittäminen hävikkiin. Perusta lähiruoan käytön edistämiseksi tulisi luoda kunnissa jo strategiatasolla. Jos kunnassa halutaan sitoutua lähiruoan käyttämiseen ja sen käytön lisäämiseen, on se konkretisoitava kirjoittamalla asia esimerkiksi hankintastrategiaan, joka velvoittaa hankinnoista vastaavia tekemään elintarvikeostot enenevässä määrin paikallisesti. Jo hankintojen valmisteluvaiheessa tuottajat, ammattikeittiöiden edustajat, hankinnoista vastaavat ja kuntapäätäjät tulisi saada yhdessä pohtimaan mitä kunnassa oikeasti halutaan ostaa

ja miten se tulisi tarjouspyyntöön määritellä laadullisilla kriteereillä.

Miksi lähiruokaa tulisi siis suosia myös julkisella sektorilla ja miten se tapahtuu? Perustelut käytön lisäämiselle voivat olla hyvin monenlaisia. Nykykuluttajat haluavat tietää syömänsä ruoan alkuperän ja tämä tulee painottumaan yhä enemmän myös julkisella sektorilla. Asiakaslähtöisyys korostuu siis tulevaisuudessa myös julkisessa ruokailussa. Tämä kehitys vaatii myös kuntapäätäjien kiinnostusta ja sitoutumista asiaan. Monipuolisen lähielintarviketuotannon säilyminen ja uusien tuotantovaihtoehtojen syntyminen alueella elävöittää elinkeinoelämää laajemmaltikin ja lisää yleistä hyvinvointia. Lähiruoan suosiminen voi olla kunnalle myös imagotekijä, jota on mahdollista hyödyntää myös kunnan matkailumarkkinoinnissa. Ja viimeisimpänä, mutta ei missään nimessä vähäisimpänä, lähiruokaa suosimalla panostetaan samalla myös alueen talouteen ja työllisyyteen. Kannattava ja kestävä kotimainen raaka-ainetuotanto ja elintarvikejalostus ovat kaikkien suomalaisten etu. Monipuolisen lähituotannon säilyminen Suomen maakunnissa säilyttää paikallista ruokaperinnettä myös tuleville sukupolville. Huomioidaan kestävä kehitys siis koko ketjussa pelloilta pöytään.

Kirjoittaja

*Projektipäällikkö Leena Viitaharju
Helsingin yliopisto Ruralia-instituutti
leena.viitaharju@helsinki.fi*

Lue lisää

Viitaharju Leena, Määttä Susanna, Hakala Outi ja Törmä Hannu (2014). Työtä ja hyvinvointia! Lähiruoan käytön aluetaloudelliset vaikutukset Suomen maakunnissa. Helsingin yliopisto Ruralia-instituutti. Raportteja 118. Saatavissa: <http://www.helsinki.fi/ruralia/julkaisut/pdf/Raportteja118.pdf>



Lähirookaan liittyvä väitös

Tuoreen väitöstutkimuksen perusteella lähirooka-ilmion vahvistumiseen ovat osaltaan vaikuttaneet erilaiset lähirooan kanssa tekemisissä olevat organisaatiot omalla kehittämistyöllään. Hyvönen tarkasteli tutkimuksessaan lähirooan vahvistamiseksi tehtyä kehittämistyötä ja sen muotoutumista Suomessa. Tutkimuksessa haastateltiin lähirookaa edistävien, taustoiltaan erilaisten organisaatioiden edustajia. Tutkimus osoitti, että organisaatiot hyödyntävät kehittämistyönsä suunnittelussa uutta tutkimustietoa, kehittämistyöstä saamia kokemuksia sekä muiden organisaatioiden kokemuksia. Lisäksi ne seuraavat tiiviisti toimintaympäristön muutoksia sekä muiden kehittäjien avauksia ja pyrkivät sen perusteella muovaamaan kehittämistyöstä entistä tehokkaampaa ja tuloksellisempaa.

LÄHIRUOKAA EDISTETÄÄN ERILAISILLA TAVOILLA

Hyvönen havaitsi tutkimuksessaan, että konkreettista kehittämistyötä määrittävät motiivit, strategiat ja lopputulema ovat varsin monimuotoisia. Lähirooan asemaa edistetään hyvin erilaisilla tavoilla.

Väitöskirjan sivulta 134 suora lainaus: *”Kokonaisuutena näyttää siltä, että maaseutu- ja aluepoliittisten toimijoiden kehittämissä rooan ja paikan sidos voi rakentaa rooan paikallisen tuottamisen tai paikallisten raaka-aineiden ja tuotantopanosten sekä perinteisten ruokakulttuurien hyödyntämisen välityksellä. Tällainen tapa edistää rooan paikallistumista on tyyppistä varsinkin syrjäisille maaseutualueille, kun tavoitteena on vahvistaa alueiden työllisyyttä ja taloudellista hyvin-*

vointia sekä tukea tuottajien asemaa. Koska syrjäisillä alueilla laadullisesti erilaistetusta lähituotteista kiinnostuneita kuluttajia on yleensä varsin vähän, markkinoidaan elintarvikkeita laaja-alaisesti. Toisaalta käytännössä monet suomalaiset pienet elintarvikeyritykset hankkivat pääraaka-aineensa tyyppisesti maakunnalliselta tasolta ja myös päämarkkina-alue on usein maakunnallinen. Vaikka alueellisten elintarvikeketjujen edistäminen ei ole itsearvoinen tavoite, edistetään kehittämissä useinkin alueellisuutta jo näiden käytännön realiteettien vuoksi.”

PAIKALLISUUS EI OLE ITSEARVOINEN TAVOITE

Lähirookaa perustellaan yleisesti tuottajille, maaseudulle, ympäristölle ja ravinnonlaadulle koituvilla hyödyillä. Lähirookaan liitetään lisäksi ajatuksia rooan korkeasta laadusta, tuottajan ja kuluttajan välisestä luottamuksesta sekä rooan alkuperän jäljitettävyydestä. Nämä myönteiset määritelmät olivat kehittämistyön lähtökohia myös tutkituissa organisaatioissa. Niiden kehittämistyön oletuksena oli, että lähirooan avulla voidaan vastata moniin vallitsevan elintarvikejärjestelmän tunnistettuihin ongelmakohtiin, ja siksi sen edistäminen on perusteltua.

Tutkitut organisaatiot eivät kuitenkaan kehittämistyössään olettaneet, että paikallisuuden vahvistaminen ja tavanomaisten rakenteiden ulkopuolella toimiminen tuottaisi automaattisesti edellä mainittuja myönteisiä merkityksiä. Ne katsoivat, ettei paikallistumista ole perusteltua vahvistaa itsearvoisena tavoitteena. Esimerkiksi ympäristöjärjestöt korostavat eko-

logisesti järkevää paikallisuutta. Vastaavasti maaseutu- ja tuottajanäkökulmaa painottavassa kehittämistyössä lähtökohana on pienten elintarvikeyritysten paikallisesti tuotettujen elintarvikkeiden markkinoinnin tukeminen maantieteellisesti sellaiselle alueelle kuin se on yritykselle itselleen perusteltua.



Väitöskirja julkaistiin Itä-Suomen yliopiston julkaisusarjassa: Hyvönen, Katja (2014). Ruokaa paikallistamassa: kehittämistyön tausta, tavoitteet ja muotoutuminen. Publications of the University of Eastern Finland. Dissertations in social sciences and business studies 85. <http://epublications.uef.fi/>



Vastuuverkko.fi on uusi tietopankki ja keskustelukanava ruoantuotannon ja kulutuksen vastuullisuudesta. Tutustu ja tule mukaan tarjoilemaan kuluttajille ja ruokaketjun muille toimijoille luotettavaa tietoa vastuullisista ruokavalinnoista.

Monet vastuullisuuteen liittyvät kuluttajien käsitykset pohjautuvat mielikuviin tai jopa

harhakäsityksiin. Kuluttajat ovat ilmaisseet halunsa toimia vastuullisesti, mutta eivät tiedä, miten.

Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskus MTT:n julkaisema Vastuuverkko.fi tarjoaa kuluttajille ja ruokaketjun toimijoille tuotannon vastuullisuuteen ja kestäviin kulutusvalintoihin liittyvää, käytäntöön sovellettua tutkimustietoa. Vastuuverkko.fi on myös keskustelukanava kuluttajien, ruokaketjun toimijoiden, tutkijoiden ja muiden sidosryhmien välillä.

Vastuuverkon tavoite on tuoda esiin tutkimustietoon perustuvia, käytännönläheisiä keinoja vastuulliseen toimintaan ja kulutukseen. Sivustolla herätellään keskustelua ja uusia näkökulmia ruoantuotannon vastuullisuudesta sekä pyritään oikaisemaan mielikuviin pohjautuvia käsityksiä vastuullisuuden osa-alueista. Sivustoilla tehdään myös tutkimusta ja pikagallupeja.

www.vastuuverkko.fi

Tietohaarukka 2014

Tietohaarukka 2014 kokoaa yksiin kansiin keskeiset, tuoreet ruuan tuotantoa ja kulutusta koskevat tilastot. Julkaisu koostuu neljästä osiosta: yleisistä tiedoista, maataloudesta, elintarvikkeista sekä päivittäistavara-kaupasta ja ammattikeittiöstä.

Lisäksi tilastot on jaoteltu ruokaketjun vastuullisuuden ulottuvuuksilla ympäristö, tuoteturvallisuus, ravitseminen, työ ja työhyvinvointi, eläimet ja eläinten hyvinvointi, paikallisuus sekä talous.

Tietohaarukka 2014 -julkaisu on maksuton ja se on tilattavissa posti- ja käsittelykuluja vastaan sähköpostitse osoitteesta tilaukset@ruokatieto.fi

Lisätietoja

Tiina Lampisjärvi

tiina.lampijarvi@ruokatieto.fi



Grunder för kommunikation om hållbarhetseffekter av närmät - Argumentbank

Du kan hitta ny guide **Grunder för kommunikation om hållbarhetseffekter av närmät - Argumentbank**

www.lounafood.net eller direkt <http://www.utu.fi/fi/yksikot/braheaddevelopment/palvelut/osaamisalueet/elintarvikeala/Documents/argumentbank-narmats-hallvarhetseffekter.pdf>



Syftet med denna argumentbank är att göra det lättare för företag i livsmedelskedjan att identifiera, utveckla och förbättra de ekologiska hållbarhetsfaktorerna i verksamheten. Argumentbanken, som är ett

resultat från ett projekt för utredning av närmätens ekologiska effekter, innehåller de enligt dagens uppgift viktigaste indikatorerna för ekologisk hållbarhet. Vidare har man tagit upp hållbarhetens socioekonomiska

delområden. Banken innehåller också grunder som företag kan använda vid kommunikation och marknadsföring kring närmät. Argumenten tjänar både företag och konsumenterna.

Mera information kan ge:

Leena Erälinna

Projektipäällikkö

+358 40 684 7450

leena.eralinna@utu.fi

Satakunnan uusi elintarvikestrategia

Satakunnan elintarvikestrategia vuosille 2014-2020 on valmistunut. Tämä on järjestyksessä jo kolmas (I:2000-2006, II:2007-2013, III:2014-2020) maakunnan yhteinen ruokaketjun kehittämissuunnitelma, joka tukee Satakunnan elintarvikeklusterin kasvua ja kannattavuutta. Strategian laadinnan koordinoinnista vastasivat Pyhäjärvi-instituutti ja Satafood Kehittämisyhdistys Satakuntaliiton ja alueen kuntien rahoittamassa hankkeessa.



Tutustu strategiaan

www.pyhajarvi-instituutti.fi/image/ajankohtaista/satakunnan_ruokaketju_kasvaa_suomen_suurimmaksi-satakunnan_elintarvikestrategia_2014-2020.pdf

[ajankohtaista/satakunnan_ruokaketju_kasvaa_suomen_suurimmaksi-satakunnan_elintarvikestrategia_2014-2020.pdf](http://www.pyhajarvi-instituutti.fi/image/ajankohtaista/satakunnan_ruokaketju_kasvaa_suomen_suurimmaksi-satakunnan_elintarvikestrategia_2014-2020.pdf)

Biotalous ruoalla on merkittävä osa

Viisi edellistä kasvun aaltoa perustuivat halpaan energiaan ja edullisiin hyödykkeisiin. Kuudes aalto, johon olemme siirtymässä, ei Keskustan puheenjohtaja Juha Sipilän mukaan enää perustu näihin. Hän jatkaa todeten että biotalous on ruokaa, lääkkeitä, kuituja ja polttoaineita sekä nyt tarvitaan rohkeutta ja resursseja kehittää uusia asioita. Esimerkiksi Hollannissa ollaan niin pitkällä että lannasta on pulaa, koska kaikki käytetään biokaasun tuotantoon. Rohkeuden ja resurssien lisäksi myös osaamista on kehitettävä.

Ruoka on polttoaineiden, kuitujen ja lääkkeiden ohella yksi biotalouden neljästä pääulottuvuudesta. Biotalousstrategian linjausten mukaan suuntaamalla panokset oikein, voidaan strategialla saavuttaa vankkaa kasvua ja työllistämisaikutuksia, jopa 100 000 työpaikkaa.

Elintarvikkeiden vientiohjelma

Merkittävä mahdollisuus on juuri käynnistynyt elintarvikkeiden vientiohjelma, jonka tavoitteena on kaksinkertaistaa elintarvikkeiden vienti 1,6 miljardin euron nykytasosta kaksinkertaiseksi vuoteen 2020 mennessä. Näin mittava tavoite vaatii Finpron elintarvikesektorin toimialajohtaja Esa Wrangin mukaan koko Suomen brändäämistä elintarvikkeiden tuotantomana sekä vientityön tekemistä pitkäkestoisesti. Yhdenmukainen ja eri toimijat yhdistävä viennin kehittämisstrategia nostaa Suomi-ruoan näkyvyyttä kansainvälisesti. Ohjelman erityiskohteena ovat elintarvikealan pk-yritykset, koska niistä tällä hetkellä vain 12-13 % tekee minkäänlaisia kansainvälisiä markkinatoimenpiteitä. Vastaava luku Ruotsin pk-elintarvikeyrityksillä on 25 %. Vertailuksi Wrang nosti myös Italian, jossa hänen kokemusten mukaan ei ole niin pientä nakkiosia etteikö se haluaisi vientimarkkinoille.

Vientiohjelman tavoitteet ja mahdollisuudet

Tavoite on kova ja sen onnistuminen vaatii työtä ja sitoutumista koko ruoan arvoketjussa alkaen maaseudulta. Selvää on, ettei bulkkiennillä tätä tavoitetta saavuteta. On haettava ja hyödynnettävä ne lukuisat tuoteryhmät, joissa suomalaisilla elintarvikejalostajilla on mahdollisuus erikoistua. Esimerkkinä Wrang

mainitsi laktoosittomat ja gluteiinittomat tuotteet, jotka kiinnostavat tällä hetkellä valtavasti ulkomailla. Me emme vain itse tunnista näihin liittyvää huippuosaamistamme. Myös suomalaiset marjat, mm. metsämustikka on kysytty tuote. Mitään tuotetta ei kannata viedä raaka-aineena vaan jalosteena. Viljoista myös kaura ja ohra ovat kiinnostavia tuotteita kansainvälisillä markkinoilla, samoin luomutuotteet. Uutena kuluttajaryhmänä on vahvassa kasvussa iäkkäille suunnatut tuotteet. Kohderyhmä kasvaa ja sillä on ostovoimaa.

Pk-yrityksen kokemuksia

Elintarvikealan pk-yrityksen näkökulmasta vienti on haastavaa. Näin on myös pitkään alalla toimineen yrityksen näkökulmasta. Salon Vihanneshallin Aki Nyysösen kokemusten mukaan pienen yrityksen on vaikea tietää mihin kannattaa tarttua, sillä erilaisia vientipalvelun tarjoajia on monia. Pienen yrityksen vahvuus on ketteryyden, mutta mihin ketterän kärpän olisi juuri kulloisellakin hetkellä hampaansa iskettävä? Myös eriasteista yhteistyötä ruokaketjussa ja koko siihen liittyvässä arvoverkossa tarvittaisiin Nyysösen mielestä paljon nykyistä enemmän.



toa kun kyseessä on sesonkityö, esimerkiksi työaikoihin ja työttömänä työnhakijana työn tekemisen säädöksiin. Salon Vihanneshalli onkin ilmoittautunut mukaan Elintarvikkeiden vientiohjelmaan ja odottaa mm. edellä mainittuihin asioihin parannuksia.

Biotalous on nostettu monissa eri yhteyksissä kehittämisen kärjeksi koko Suomessa. Seminaarialustuksissa esiteltiin tulevaisuushakuisesti biotalouden tilannetta tällä hetkellä. Eri osa-alueilta esiteltiin konkreettisia toimenpiteitä ja nostettiin esille mitä on jo olemassa sekä mitä pitäisi lähteä tekemään. Biotalous nähdään tulevaisuuden mahdollisuutena koko Suomessa. Se on noussut lähes jokaisen maakunnan kehittämisen kärjeksi ja yhteistyöllä saavutetaan parhaat tulokset. Biotalousmarkkinat ovat paitsi kotimaassa kuin myös kansainvälisiä mahdollisuuksia on olemassa.

Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmän (YTR) Harvaan asutun maaseudun (HAMA) ja Maaseudun elinkeinot ja osaaminen (MESI) -verkostot järjestivät yhteistyössä Biotalousseminaarin 9.9. Tilaisuudessa keskityttiin miettimään miten voidaan vahvistaa biotalouden nousua kehittämisen kärjeksi Suomessa. Tutustu seminaariaineistoon www.ruokasuomif.i -sivuilla.

Heidi Valtari
heidi.valtari@utu.fi
puh. 0400 487 160

Viennin käytännön esteitä ovat mm. tieto eri maiden viranomaisvaatimuksista. Ne saavat vaihdella jopa rajan puolin ja toisin. Monenlaisen tiedon lisäksi Nyysösen mukaan tarvittaisiin työläinsäädännöllistä jous-

Ruuan ilmastoystävällisyyttä voidaan lisätä

Maa- ja metsätalousministeriö julkaisi marraskuussa maatalouden ilmasto-ohjelman ”Askeleita kohti ilmastoystävällistä ruokaa”. Ohjelman tavoitteena on edistää suomalaisen ruokajärjestelmän kestävyyttä ja tuottavuutta. Ilmasto-ohjelma on tietopankki kestävämmän ja tuottavamman ruokajärjestelmän puolesta toimiville. Maatalouden ilmasto-ohjelma kokoaa yhteen uusimman tutkimustiedon ruuan tuotannon ja kulutuksen ilmastoasioista, niin ilmastonmuutokseen sopeutumisen kuin hillinnänkin näkökulmasta.

Ilmastonmuutos vaikuttaa viljelyedellytyksiin kaikkialla maailmassa. Siksi tarvitaan lisää tehokkaita toimia ilmastonmuutokseen sopeutumiseksi ja kasvihuonekaasupäästöjen vähentämiseksi. Muuttuva ilmasto tuo myös uusia mahdollisuuksia ruokajärjestelmälle. Mahdollisuuksien hyödyntämiseksi tarvitaan kuitenkin aktiivisia toimia.

Maatalouden ilmasto-ohjelmassa tunnistetaan kahdeksan tärkeintä ruuantuotannon ja -kulutuksen ilmastonmuutokseen sopeutumista lisäävää ja/tai ilmastonmuutosta hillitsevää askelta.

Kahdeksan tärkeintä toimenpidettä ovat:

1. Hiilen sitominen maaperään
2. Turvemaiden käyttöön liittyvät toimet
3. Kasvinjalostus
4. Kasvin- ja eläinterveys sekä haitallisten vieraslajien leviämisen estäminen
5. Lannankäsittely ja typpilannoituksen tarkentaminen
6. Energiatehokkuus sekä uusiutuvan energian tuotanto ja kulutus
7. Ruokahävikin vähentäminen koko ruokajärjestelmässä
8. Ruokavaliomuutokset kasvispainotteisempaan suuntaan

Osa maatalouden ilmasto-ohjelman toimenpiteistä edistetään jo muun muassa Maaseudun kehittämissuunnitelman avulla. Osa toimenpiteistä on ehdotuksia, joiden edistämistä ruokajärjestelmän toimijoiden tulisi pohtia. Monet esitetyistä toimenpiteistä ovat kytköksissä toisiinsa. Esimerkiksi lannankäsittelyä lisäämällä voidaan lisätä maatalojen uusiutuvan energian tuotantoa. Maataloudessa ilmastonmuutokseen sopeutuminen edistääkin usein myös ilmastonmuutoksen hillintää.

Maatalouden ilmasto-ohjelman uusi kokonaisvaltainen ajattelutapa vie kohti ilmastoystävällistä ruokaa.

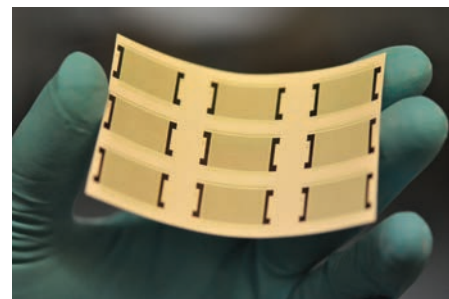
Maatalouden ilmasto-ohjelma - Askeleita kohti ilmastoystävällistä ruokaa on luettavissa osoitteessa www.mmm.fi/ilmastoystavallinenruoka.

teksti: Hanna Mattila, ylitarkastaja, maa- ja metsätalousministeriö

Uusia ratkaisuja pakkausalalle Åbo Akademiä

Åbo Akademin tutkijat ovat kehittäneet painettua elektroniikkaa hyödyntävän teknologia-alustan elintarviketeollisuuden pakkaussovelluksiin. Painetun teknologian avulla voidaan havaita esimerkiksi ruoan pilaantumisesta vapautuvia kaasuja tai seurata muutoksia pakkauksen ilmakehässä (happi, kosteus, lämpötila), ja näin lisätä sekä kuluttajien turvallisuutta että elintarvikkeiden käyttöaikaa. Sensorit voidaan painaa sekä muovipohjaisille materiaaleille että paperille käyttäen olemassa olevia painatustekniikoita, mikä mahdollistaa massatuotannon ja edulliset valmistuskustannukset. Painetulle elektroniikalle kehitetty paperinen pohjamateriaali tarjoaa muovista ekologisemman materiaalivehtoehdon kertakäyttöisille tuotteille.

Sensoriteknologiasta ja paperisubstraatista on kehitetty prototyyppisiä sekä elintarvikkealalle että muille painettavan elektroniikan sovelluskohteille. Etsimme nyt teknologialle kaupallisia hyödyntäjiä tai yhteistyökumppaneita tuotekonseptien jatkokehitykseen.



Lisätietoja
Åbo Akademin teknologiansiirtöpäällikkö Saara Inkinen
saara.inkinen@abo.fi

Lähiuokatoimijoiden sopimusopas valmistunut

Jotta pienyrittäjä voi menestyä, hänen on tehtävä yhteistyötä niin suurten kuin pienten kumppanien kanssa. Yhteistyön tekeminen vaatii sopimista yhteisistä käytännöistä. Sopimusten laadintaa ja sopimustekniikkaa pidetään kuitenkin yleisesti vaikeana ja erityisosaamista vaativana asiana. Mutta tärkeintä olisi saada yhteistyötä tekevien pienyrittäjien arkipäivän työt, vastuut ja tilanteet yhteisesti hyväksytyyn ja ymmärrettyyn muotoon, ja näin välttää mahdolliset erimielisyytilanteet yhteistyön edetessä. MMM:n rahoittama ja Lappeenrannan teknillisen yliopiston (LUT) Tuotantotalouden tiedekunnan tutkimusryhmän toteuttama **Lähiuokatoimijoiden sopimusopas** auttaa lähiuokaketjun toimijoita laittamaan paperille tyypillisimpiä yhteistyösopimuksia.

Lähiuokatoimijoiden sopimusopas on syntynyt keräämällä ajatuksia ja hyviä käytäntöjä haastattelussa ja työpajoissa sekä testaamalla tutkijoiden ajatuksia käytäntöä tuntevien kanssa. Opas tuo esiin hyvän sopimisen käytännön, joka korostaa kirjallisen sopimuksen laatimisen ja avoimen keskustelun roolia osapuolten keskinäisen ymmärryksen ja luottamuksen ilmapiiriin saavuttamisessa ja ylläpidossa.

Konkreettisenä tukena yhteistyöhön opas esittelee neljä erilaista, ja tyypillistä, sopimus- ja yhteistyötilannetta: 1) tuotantoresurssiyhteistyö, 2) myyntiyhteistyö, 3) jatkojalostus- ja jälleenmyyntiyhteistyö sekä 4) myyntiedustajayhteistyö. Kukin sopimustilanne käydään oppaassa läpi esimerkin ja esimerkkisopimuksen avulla. Oppaan esimerkkitalanteita ja -sopimuksia voi soveltaa ja käyttää tukena omissa sopimuksen laatimisessa ja varmistaa että tilanteen vaatimat, tärkeät osa-alueet on käyty läpi.

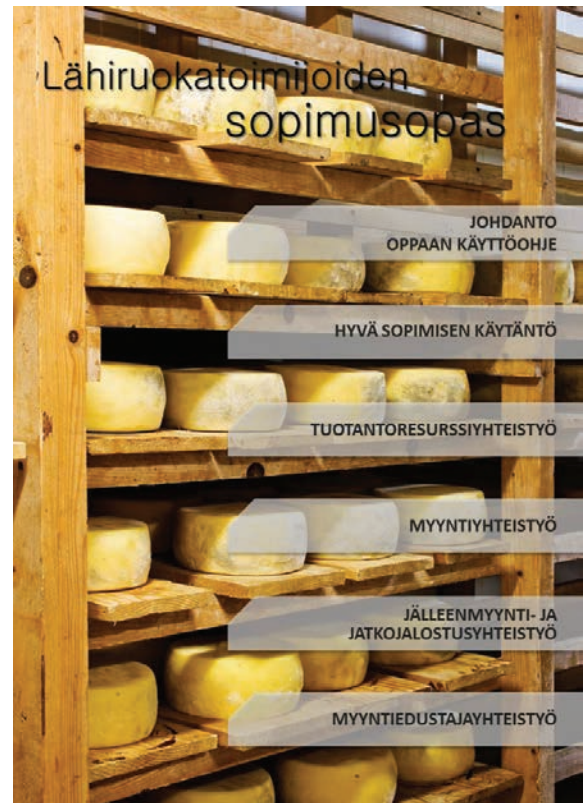
Opasta voi käyttää materiaalina yrittäjien koulutuksissa. 36-sivuinen opas on ladattavissa pdf-muotoisena osoitteesta:

<http://www.lut.fi/tuotantotalouden-tiedekunta/arverkostojen-johtaminen/lahiruokaprojektit>

Toimitamme myös (ainakin toistaiseksi veloittamatta) painettuja oppaita jaettavaksi yrittäjille tiedotus- ja koulutustilaisuuksissa. Oppaita voi tilata sähköpostitse petri.niemi@lut.fi, p. 0400 153 011 tai leena.myyrylainen@lut.fi.

Petri Niemi

LUT-Tuotantotalous / Arverkostojen johtaminen, Lappeenrannan teknillinen yliopisto



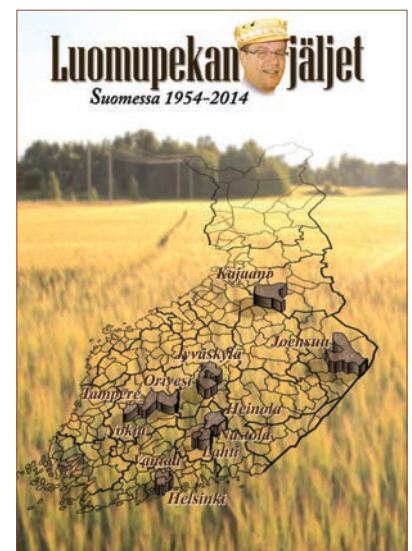
Haluatko hyödyntää "hiljaista tietoa"?

"Luomupekan jäljet Suomessa" -kirja ilmestyi 8.11.2014 klo 13 Heinolassa WPK- talolla. Kirjassa on kymmeneltä paikkakunnalta Suomessa, erilaisissa liikkeenjohdon tehtävissä kertynyttä "hiljaista tietoa" ja visioita tulevaisuudesta. Kirjassa kerrotaan miten S- Ryhmän ja lähiruoan nousu kentällä saatiin aikaan. Miten ja miksi Lähiuokatori Heila syntyi. Millaiset olivat Luomupekan kokemukset kunnallispolitiikasta.

Kirjan voi tilata s-postilla pekka@suomenluomupekk.fi, lähetetään jälkivaatimuksella. Kirjan hinta on 25€ + postikulut. Kirjan hinnasta lahjoitetaan yksi euro Syöpäyhdistykselle.

Terveisin Pekka Rusila

Luomupekkä, Eduskunnan lähiruokatyöryhmän jäsen, www.suomenluomupekk.fi



Oskarin Aitta - lähituotteiden verkkokauppakeskus avattu

Oskarin Aitasta löydät rakkaudella ja kestävästi tuotettua aitoa ruokaa, joka on itse tehty suomalaisista raaka-aineista, eikä matkusta tuhansia kilometrejä. Oskarin Aitan tuotteet ja palvelut edistävät suomalaista työtä ja yrittämistä.

Me Oskarin Aitan puuhanaiset Hanna, Elina ja Sara olemme tehneet ohjelmistotalo Provianet Oy:n kanssa yhteistyössä uudenlaisen verkkokaupan, jonka tavoitteena on koota suomalaiset lähituottajat yhteen paikkaan verkossa.

Oskarin Aitta on monikauppiasverkkokauppa, jossa jokainen kauppias laittaa tuotteensa/palvelunsa myyntiin omaan verkkokauppaansa ja määrittelee itse tuotteiden hinnat. Asiakas valitsee kaikista Oskarin Aitan verkkokaupoista tuotteet ostoskoriin sekä maksaa tuotteet ja kuljetuksen verkkomaksulla. Maksupalvelut tuottaa Checkout Finland Oy.

Kauppias saa tiedot tilauksesta sähköpostiin ja toimittaa tilauksen asiakkaalle sovitulla tavalla. Kauppias ei maksa kuljetuksesta vaan kuljetusmaksu tilitetään suoraan asiakkaalta logis-

tiikkatoimittajalle. Posti ja Matkahuolto kuljettavat tilatut tuotteet kauppialta asiakkaan lähipalvelupisteeseen tai tuotteet voidaan myös noutaa kauppialta. Kylmäkuljetuksiin käytämme Postin Termoa. Osa kauppiaista tarjoaa myös kotiinkuljetusta lähialueille. Kehitämme myös noutopisteverkkoa.

Haluamme tarjota kuluttajille vaivattoman tavan ostaa lähituotteita. Tämän lisäksi Oskarin Aitta on myös lähituotteiden ja -palvelujen ystävien yhteisö verkossa. Asiakaskirjeissä ja sosiaalisessa mediassa jaamme tietoa lähituotteista ja -palveluista sekä niiden tuottajista ja vinkejä niiden käyttöön. Järjestämme myös tilavierailuja ja tutustumisretkiä kauppiaidemme yrityksiin ja tiloille.

Lähituotteiden tuottajille on tarjolla valmiiksi mietitty ja toimiva verkkokauppakonsepti. Kauttamme voivat myydä yhtä lailla pienet kuin suuret lähituotteiden ja -palveluiden tuottajat. Osaava taustatiimi hoitaa yhteistä osallistavaa markkinointia kuluttajille erityisesti sosiaalisessa mediassa ja kehittää verkkokauppaa eteenpäin. Kauppiat saavat ohjeita ja neuvontaa verkkokaupan kehittämiseen.



Oskarin Aitalla on selkeät säännöt ja toimintaohjeet sekä asiakkaita varten palveleva puhelin.

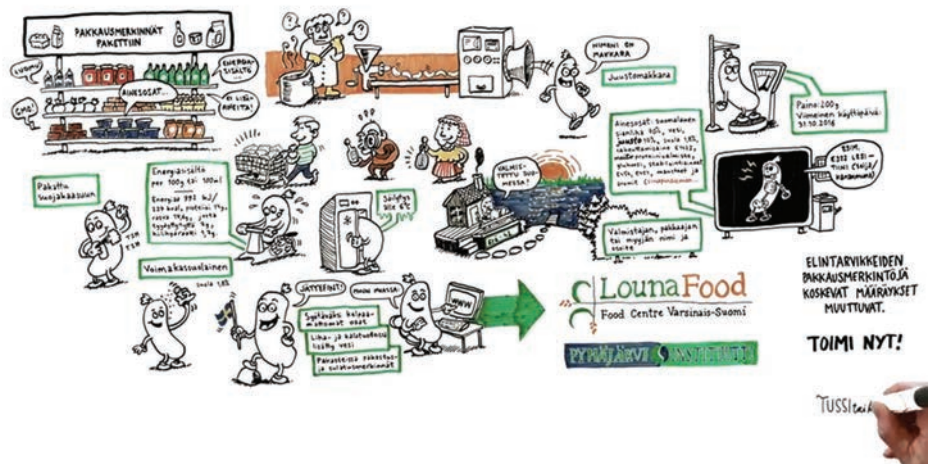
Ensimmäiset kauppiat ovat Hämeen ja Pirkanmaan alueelta, mutta Oskarin Aitan toiminta laajenee koko maahan.

Tervetuloa mukaan kauppiaksi tai lähituoteostoksille!
 Oskarin Aitan puuhanaiset Elina Leiponen, Sara Syyrakki ja Hanna Leiponen-Syyrakki
www.oskarinaitta.fi
 Facebook: <https://www.facebook.com/oskarinaitta>
 Blogi: <http://oskarinaitta.fi/blogi>

Pakkausmerkinnät pakettiin -video

Pakkausmerkintöihin liittyvä lainsäädäntö on muuttunut ja ensimmäinen siirtymävaihe pakkausmerkintöjen päivittämiseksi päättyy vuoden 2014 loppuun. Ohjeet pakkausmerkintöjen päivittämiseen löytyvät uunituoreesta videosta, jonka on tuottanut Tiedolla ja osaamisella, aitoja makuja Lounais-Suomesta -hanke.

Katso Pakkausmerkinnät pakettiin -video: <http://youtu.be/EsLiQg1setE>



Ruokaa Suomesta -verkkokauppapalvelu tuo lähiruuan tuottajat nettiin

Lähiruuan tulevaisuus on netissä, mikäli LähiPro Oy:n perustajia on uskominen. Ruokaa Suomesta -verkkokauppapalvelua on nyt kehitetty vuoden päivät ja näyttää siltä, että ostoksille päästään vielä tämän vuoden puolella.

Verkkokaupan tarkoitus on auttaa lähiruuan tuottajia ja kuluttajia löytämään toisensa paremmin. Palvelun kautta kuka tahansa tuottaja voi myydä tuotteitaan ja lisätä näkyvyyttään alueensa kuluttajille.

Mitkä ovat palvelun hyödyt tuottajalle?

Verkkokaupassa jokaisella myyjällä on oma profiilisivu, jossa on tuottajan tiedot, myytävät tuotteet ja reaaliaikainen varastotilanne. Palvelun kautta tuottaja saa nettisivut, verkkokaupan, maksupalvelut, markkinointikanavan ja asiakaskunnan.

Palvelu on tehty kaikenlaisia tuottajia ajatellen. Esimerkiksi pienetkin toimijat voivat tulla mukaan: tuottaja voi myydä tuotteita sen verran kuin haluaa ja esimerkiksi vain satokauden ajan.

Koska ruuan kulkema ketju lyhenee, paranee myös tuottajan saama kate.

- Väliportaita jää pois, joten tuottajalle jää enemmän käteen. Kun tuottaja myy suoraan kuluttajalle, hän saa rahat suoraan itselleen, toimitusjohtaja Eero Kananen kertoo.

Mitä kuluja tuottajalle tulee palvelusta?

Palveluun tuottaja pääsee kuukausimaksulla ja jokaisesta maksusuorituksesta veloitetaan pieni provisio. Kokonaisuudessaan tämä tulee tuottajalle paljon halvemmaksi kuin myymälä esimerkiksi jälleenmyyjälle, joiden ottamat provisiot voivat olla todella suuria. Ja toisaalta, jos tuottajalla olisi oma verkkokaupansa, esimerkiksi pelkän maksupalvelun hankkiminen erikseen voi maksaa enemmän kuin koko paketin hankkiminen meiltä.



Eero Kananen esittelee ruokaasuomesta.fi-palvelua ja näkee lähiruuan tulevaisuuden valoisana.

Mitkä ovat palvelun edut kuluttajalle?

Palvelu kysyy ensin käyttäjän sijaintia ja sen jälkeen näyttää lähialueen tuottajat. Asiakas voi ostaa tuotteita useilta eri tuottajilta yhdellä kertaa ja valita itselleen mieluisan toimitustavan. Palvelusta on tehty niin helppokäyttöinen, että kuka tahansa pystyy käyttämään sitä.

- Kaikki tuotteet ja tiedot niistä löytyvät samasta paikasta. Asiakas voi tilata yhdeltä tuottajalta perunat, toiselta joulukinkun ja kolmannelta vaikka marjahilloa. Pyrimme tarjoamaan kuluttajille kaikki tarvittavat ominaisuudet, jotta ostotapahtuma olisi mahdollisimman helppo ja miellyttävä, Kananen lupaa.

Palvelun myötä kuluttaja tietää tarkalleen, mistä ruoka on tullut ja miten se on kasvatettu.

Myöhemmin palveluun on tulossa oma osionsa ruokapiireille. LähiPro on mukana myös Sitran Lähiruokaa resurssiviisaasti -hankkees-

sa, jonka tarkoituksena on edistää lähiruuan käyttöä esimerkiksi kouluissa ja muissa julkisissa keittiöissä.

- Jatkossa palvelun kautta voidaan mahdollisesti tilata tuotteita myös keittiöihin ja ravintoloihin. Lähiruuan tulevaisuus näyttää valoisalta.

Teksti ja kuva: Kati Kumpulainen

Lisätietoa

Eero Kananen, LähiPro oy,
eero.kananen@ruokaasuomesta.fi
puh. 040 5862850

Verkkokauppa avataan osoitteessa
<http://ruokaasuomesta.fi>
Ajankohtaisia asioita voi seurata myös Facebookissa.



EkoCentrian Kestävät Hankinnat -hankeessa lisätään lähiruoan ja luomun hankintaosaamista kokoamalla hyviä käytänteitä kahdeksassa pilotissa eri puolella Suomea. Hyviä kokemuksia on saatu mm. tukemalla strategista päätöksentekoa (esim. Pohjois-Karjala, Meri-Lappi), tuotetestauksella (esim. Naantali, Lappeenranta), pohtimalla yhdessä tuotekoh- taisia laatukriteerejä (esim. Espoo).

Osallistuimme tämän vuoden tammikuussa Malmössä ruotsalaisen Livsmedelsakademin, tanskalaisen Madkulturenin ja yhteispohjois- maisen Ny Nordisk Matin työpajaan, jossa pohdittiin lähiruoan ja luomun käyttöä julki- sissa ammattikeittiöissä. Todettuamme asian olevan ajankohtainen kaikissa pohjoismaissa lähdimme kokoamaan yhteistyötä. EU vah- vисти viime keväänä uuden hankintadirektiivin ja Suomessa hankintalain kansallinen valmis- telu on käynnissä - kuten myös muissakin Pohjoismaissa.

Pohjoismaisessa yhteistyössä on voi- maa

Pohjoismainen verkosto kokoontui Helsingissä 23.-24.10.2014 pohtimaan yhdessä ratkaisuja siihen, kuinka lisätä lähiruoan ja luomun käyt- töä julkisissa ammattikeittiöissä. Osallistajat olivat hankinta- ja ruokapalveluasiantuntijoi- ta, yrittäjiä ja päättäjiä. Seminaariin ja työpä- joihin osallistui noin 100 henkilöä kuudesta eri maasta. Suosio kertoo pohjoismaisen yhteis- työn tarpeesta ja se koetaan erinomaisena ta- pana vahvistaa ymmärrystä julkisten elintar- vikehankintojen merkityksestä kestävämpien ruokaketjujen luomiselle ja pitkällä tähtäyk- sellä yleisen hyvinvoinnin luomiselle.

Pohjoismailla on yhteinen tahtotila vastuul- listen elintarvikehankintojen lisäämiseen. Suomen vahvuuksia ovat mm. kansallinen strateginen linjaus asiasta (hallituksen lähi- ruoka- ja luomualan kehittämisohjelmat). Tanskassa luomua käytetään eniten julkisissa

ammattikeittiöissä. Ruotsissa hyödynnetään paljon ympäristökriteereitä julkisissa elintar- vikehankinnoissa.

Tilaisuudessa esiteltiin eurooppalaista, poh- joismaista ja kansallista näkökulmaa han- kintadirektiiviin ja kansalliseen hankintalain uudistukseen sekä ympäristö- ja sosiaalisten näkökulmien huomioimiseen elintarvikkeiden hankintaprosessissa. Lisäksi kerrottiin lähiruo- an hankinnan aluetaloudellisista vaikutuksista sekä vaihdettiin kokemuksia parhaista poh- joismaisista käytänteistä.

Julkisilla elintarvikehankinnoilla on merkittävä vaikutus talouteen ja hyvin- vointiin

Suomessa on n. 23 000 ammattikeittiötä, joista 9000 julkisia - ja jotka joutuvat kilpai- luttamaan elintarvikehankintansa. Julkisen sektorin ruokapalvelut tuottavat yli 400 milj. ruoka-annosta vuodessa, joista koulu- ja op- pilasruokailussa n. 800 000 annosta/ päivä. Raaka-aineostoihin käytetään verovarvoja vuo- sittain 400 milj. €. Pohjoismaissa yhteensä tarjotaan joka päivä yli 6 miljoonaa ateriaa yli 60 000 julkisessa ammattikeittiössä. Raaka- aineostoihin Pohjoismaissa käytetään n. 2,7 miljardia euroa.

Suuren volyyminsä ansiosta julkisten elintar- vikehankintojen ohjaamisella paikallistuot- teisiin parannetaan työllisyyttä, vahvistetaan aluetaloutta ja elinkeinoa kerrannaisvaikutus- ten kautta. Paikallistuotteiden käyttö vaikut- taa myös ruokaturvaan ja ruokakulttuurin säi- lyttämiseen. Julkinen ruokapalvelu on myös tärkeä tekijä yhteiskuntamme muutoksessa kestävämpään suuntaan.

Hankintalaki ei estä lähi- ja luomuelin- tarvikkeiden hankintaa

Vieläkin uskotaan, että hankintalaki on se il- keä peikko, joka rajoittaa lähi- ja luomuruoan

hankintaa julkisissa ammattikeittiöissä. Näin ei kuitenkaan ole, vaan avainasemassa han- kintojen onnistumiselle sekä lähi- ja luomu- ruoan käytön lisäämiseen julkisissa ammatti- keittiöissä on hankintaosaaminen.

On paljon mahdollisuuksia suunnitella han- kinta siten, että tarjouksia saataisiin myös alu- eellisilta toimittajilta, vaikka tarjouspyynnössä ei saa mainita lähiruoka-sanaa. Luomutoive puolestaan on mahdollista laittaa tarjous- pyynnössä vaikka jokaiseen tuotteeseen. Kun tiedetään, mitä halutaan ostaa, keinoja han- kintaan löytyy.

Kunnissa ja muissa julkisissa hankintakohteis- sa, joissa on onnistuttu lähi- ja luomuruoka- hankinnoissa, taustalta löytyvät aina tahtotila ja strateginen päätös hankkia paikallisia tuot- teita. Lisäksi näissä tapauksissa hankintojen suunnittelu on aloitettu hyvissä ajoin huolelli- sella sesongit huomioivalla ruokalistasuunnit- telulla. Tämän jälkeen paikallisten tuotteiden saatavuus on kartoitettu ja varmistettu enna- koivalla vuoropuhelulla tuottajien, ammatti- keittiön edustajien, hankintaorganisaation ja kuntapäätäjien kesken.

Seuraava askel on vahvistaa pohjoismaista verkostoa ja laatia yhteinen toimintasuun- nitelma vuosille 2015-2016. Seminaarin jär- jestivät Kestävät Hankinnat -hanke sekä laaja yhteistyöverkosto, johon kuuluvat Ny Nordisk Mat, Livsmedelakademin i Skåne, Copenhagen House of Food, MMM, MTK, MTT, Kuule Oy, Ammattikeittiöosaajat ry, Kuntaruokailun asi- antuntijat ry ja Terveystieteiden tutkimuskes- kys

Lisätietoja
Hanne Husso
puh. 045 1364130
hanne.husso@sakky.fi
www.kestavathankinnat.fi

Satoa ruokakulttuurifestivaali ylitti odotukset ja keräsi kehuja

17 000 ruoka-annosta annosta kahdessa päivässä, kävijöitä yli 20 000!

Ensimmäinen SATOA - ruokakulttuurifestivaali järjestettiin 29.8.- 30.8.2014 KLO 11 – 21 Kuopion Kauppakadulla, Kauppahallin ja Lyseon välisellä katuosuudella.

Tapahtumassa myytiin kahden päivän aikana 17 000 ruoka-annosta ja järjestäjien arvion mukaan kävijämäärä oli yli 20 000. SATOA tapahtumaa markkinoitiin ennakkoon yhteisöllisenä tapahtumana ja siinä se onnistui loistavasti. Ensimmäistä kertaa Kuopion toriremontin jälkeen eri-ikäiset kävijät nauttivat hyvästä ruoasta, musiikista, viinistä ja viettivät aikaa yhteisen pitkän pöydän ääressä uudella kävelykatuosuudella.

Pääosassa tapahtumassa oli ruoka, ravintolat ja niiden osaava henkilökunta. Mukana oli kaksitoista ravintolaa: SalaCavala, Rustik, Ehta, Fransmanni, Kummisetä, Vintti, Loimutar, konttiravintola Morton, Dos Amigos, Isä Camillo ja Musta Lammas sekä Via Gourmet. Kaikkien annoksia keuhuttiin ja asiakkaat pääsivät maistelemaan herkullisia ruoka-annoksia hintaan 3-8 eur/annos. **Tätä lisää**, kuului monen kävijän suusta.

Hyvän ruoan lisäksi katusoittajat, katutanssijat ja yhteisten taideteosten rakentaminen lisäsivät viihtyvyyttä. Myös sää suosi tapahtumaa vaikka oli hiukan koleaa. Tapahtumaan oli vapaa pääsy.

SATOA - ruokakulttuurifestivaali on VUODEN ILMIÖ Kuopiossa

Kuopion kaupunki jakoi kaupungin perustamispäivänä erilaisia huomionosoituksia. SATOA- ruokakulttuurifestivaalin puuhanaiset yrityskoordinaattori Ilona Sares ja hankepääällikkö Helena Lehtoaro ProAgria Pohjois-Savosta, maa- ja kotitalousnaisista sekä tuottaja, yrittäjä Anja Lappi, Anja Productions Ky saivat Vuoden Ilmiö -kunniakirjan tunnustuksena suuren suosion saavuttaneen SATOA - ruokakulttuurifestivaalin toteuttamisesta.

SATOA -tapahtuman tuotannosta ja konseptin suunnittelusta vastasi kulttuurituotantoihin erikoistunut Anja Lappi, Anya Productions Ky. SATOA -ruokakulttuurifestivaali on osa Pohjoissavolaiset maut matkalla kansainvälisyyteen -hanketta, jossa etsitään uusia tapoja kansainvälistymiseen elintarvike-, matkailu- ja luovien alojen yritysten yhteistyössä. Pohjois-Savon maaseutustrategian visiona on, että Pohjois-Savo on vuonna 2020 valtakunnallisesti ja kansainvälisesti tunnettu ruokamaakuntana.

Helena Lehtoaro, Pohjoissavolaiset maut matkalla kansainvälisyyteen – hanke



Ravintoloiden herkkuannekset olivat pieniä ja edullisia, joten niitä saattoi maistella useita. Kuvassa Punajuurispelttiä ja Peltolan Blue -juustoa, ravintola Musta Lammas



Kävijät nauttivat hyvästä ruoasta, musiikista, viinistä ja viettivät aikaa yhteisen pitkän pöydän ääressä

Mikkelin ammattikorkeakoulu ja EkoCentria luomun jäljilä

Luomu on yhä enemmän vallannut alaa ammattikeittiöissä. Tällä hetkellä esimerkiksi Portaat Luomuun ohjelmaan kuuluu yli 200 ammattikeittiötä. Myös kuluttajat ovat yhä kiinnostuneempia ruoan alkuperästä ja turvallisuudesta.

Luomu ja säädökset

Luomutuotantoon ja luomutuotteiden valmistukseen liittyvä toiminta on tarkoin valvottua. Elintarviketurvallisuusvirastolla (Evira) on vastuu markkinavalvontaan liittyvistä asetuksista. Pakkauksissa on oltava luomusta kertova EU:n lehtimerkki. Lisäksi tulee näkyä valvontavirranomaisen tunnus, esim. FI-Eko-201 sekä alkuperämaatieto.

Tuotelähetysten mukana tulee olla saateasiakirjat, kuten lähetylista, jossa on luomutuotteen kohdalla oltava valvontaviranomaisen tunnus. Pakkaamattomien tuotteiden mukana pitää toimittaa asiakirjaselvitys, joka todentaa että toimitetut tuotteet ovat luomua.

Ruokapalvelutoimijoilla tärkeä sääntö luomuviestintään liittyen on, että asiakasta ei saa johtaa harhaan. Harhaanjohtamisella tarkoitetaan sitä, että kuluttajan tulee tietää mikä lautasella on luomua. Ruokalistoilla tulee nimetä luomutuotteet niin, että ne erottuvat ruoan nimestä, jos ruoassa on käytetty muutakin kuin luomutuotteita.

Selvitys toimittajien ja ammattikeittiöiden toiminnasta

Tutkimusmateriaalia kerättiin ammattikeittiöille ja valvontaviranomaisille tehtyjen kyselyjen kautta. Lisäksi tutkimusta varten haastateltiin eri ruokapalvelutoimijoiden edustajia ja tutustuttiin mm. tukkutoimittajien, lähialueen tuottajien sekä vähittäiskaupan valikoimiin. Samalla selvitimme eri toimijoiden käytänteitä luomumerkintöihin ja viestintään liittyen.

Selvitys osoitti sen, että eri toimittajilla käytänteet luomutuotteiden merkintöihin sekä aitoudesta informoiviin merkintöihin olivat vaihtelevia. Usealla toimittajalla näytti olevan aina jossain kohden logistiikkaketjua puutteita. Myöskään sillä ei näyttänyt olevan merkitystä, oliko toimittajana isompi tukkuliike vai pienempi lähituottaja. Luottamus ammattikeittiösektorin ja tukkutoimittajien välillä kuitenkin on tutkimuksen mukaan hyvä.

Ammattikeittiöissä luomutuotteiden näkyvyys ruokalistoilla on mainostamista parhaimmillaan. Asiakkaat saavat tietoa tarjottavista ruoista ruokalistalta mm. nettisivujen kautta tai paikanpäällä. Tällä hetkellä luomu kuitenkin näkyy ruokalistoilla heikosti. Kyselyssä selvisi, että ammattikeittiöt luottavat siihen, että esille laitettujen luomutuotteiden ja suullisesti jaettu tieto riittävät kertomaan luomutuotteiden käytöstä.

Vaikka luomussa valvonta on tiukkaa, eivät luomutuotteiden valvontaan, merkintöihin ja tiedottamiseen liittyvät asiat ole eri toimijoille vielä täysin selvät. Todellinen ymmärtämys asiasta syntyy usein ihan konkreettisten esimerkkien antamisen avulla.

Teksti

Merja Ylönen, tuotantoassistentti, Mikkelin ammattikorkeakoulu

Lisätietoja

Teija Rautiainen, projektipäällikkö, Mikkelin ammattikorkeakoulu
puh. 0400 872 759, teija.rautiainen@mamk.fi



Kuluttajan tulee saada tietää, mitkä tuotteet lautasella ovat luomua. Kuvat: Timo Vainikka



Menulistat ovat oiva keino luomun mainostamiseen. Kuva: Timo Vainikka

Luomua vai ei -hanke

Mikkelin Ammattikorkeakoulu ja EkoCetria toteuttivat vuonna 2014 Luomua vai ei -tiedotushankkeen maa ja metsätalousministeriölle.

Hankkeen aikana kerätyn tiedon pohjalta tuotettiin tiedotusaineistoa luomuviestinnästä ja luomun asiakirjoista.

Tiedotusaineistot löytyvät jatkossa maa- ja metsätalousministeriön (www.mmm.fi/luomu), Mikkelin ammattikorkeakoulun, EkoCentrian ja Portaat luomuun -ohjelman sivuilta.

Lähirookakauppa syntyi joulutorin jalanjäljissä

Paikallisten tuottajien iloksi litan lähipuoti pyörii Saarijärvellä yrittäjäkaksikon voimin. Asiakkaat arvostavat lähellä tuotettua.

Mira Koivunen ja Miila Sopenan pyörittävät Saarijärvellä lähirookakauppa litan lähipuotia. Lähipuoti avasi ovensa vuoden 2013 pääsiäisenä. Kuluneen puolentoista vuoden aikana heille on tullut tutuksi niin kaupankäynti kuin siihen liittyvä byrokratia. Silti päätös yrittäjäksi ryhtymisestä ei ole kaduttanut. Kaikki sai alkunsa joulutorilta, jota pidettiin Saarijärvellä vuonna 2012.

”Siellä oli myynnissä paikallisten tuottajien tuotteita. Tuolloin pääpaino oli käsitöissä ja elintarvikkeita oli vain jonkun veran. Tuolloin kyseltiin paljon, että mistä näitä saa jatkossa. Me nappasimme siitä idean ja lähdimme suunnittelemaan”, Koivunen kertoo.

Tuoreet yrittäjät päättivät luonnollisesti myydä käsitöitä, mutta molemmilla oli hinku laajentaa elintarvikkepuolta. Viimeinen niitti yrityksen alkuun syntyi juuri tästä lähirooan kysynnän määrän kasvusta. Kaksikko oli miettinyt yrityksen perustamista jo aikaisemmin, mutta lähitorilta se löysi lopullisen muotonsa.

Paikallista tuotetta arvostetaan

litan lähipuodissa myytävät tuotteet tuottajineen olivat tulleet Koivuselle ja Sopaselle tutuiksi jo joulutorilla. Lisäksi he tunsivat entuudestaan tahoja, joita kysyivät mukaan.

”Kun sana kevään aikana levisi, tulivat monet tuottajat itse tarjoamaan tuotteitaan. Nykyään haemme jonkun verran itse uutuustuotteita, mutta pääasiassa tuottajat tarjoavat meille tuotteitaan myyntiin”, Koivunen sanoo.

Yritys on löytänyt asiakaskuntansa, joka arvostaa paikallisia tuotteita. Lisäksi tekijät kiittävät, että puodin kautta on löytynyt väylä misä myydä. Käsintehty, kestävä ja laadukkaat tuotteet keräävät arvostusta.

”Totta kai nykyinen taloustilanne näkyy, mutta meillä on uskoa siihen, että ajat muuttuvat. Saarijärvi on pieni paikkakunta, joten toisinaan sitä miettii miten asiakaskuntaa riittää. Onneksi olemme mökkipaikkakunta, joten kesän ja joulun tuotoilla elää hiljaiset ajat”, Koivunen kertoo.

Kauppaa myös sähköisesti

Kauppan pyörittämisen myötä ovat lain kiemurat tulleet yrittäjille tutuiksi. Varsinkin elintarvikkepuolella säädökset ovat tiukkoja ja tarkkoja. Sen puitteissa kaikkiin asiakkaiden esittämiin toiveisiin ei pystytä vastaamaan välittömästi.

”Meiltä on toivottu paljon muun muassa tankkimaitoa myytäväksi, mutta siinä säännökset tulevat vastaan. Varsinkin elintarvikkepuolella esitetään monenlaisia toiveita”, Koivunen sanoo.

Tulevaisuudessa kaupan toimintaa on tarkoitus kehittää. Koko Saarijärvellä on menossa yhteinen verkkokauppanhanke, jonka myötä verkkokaupan pitäisi avautua ennen joulua.

”Lisäksi olemme varovaisesti miettineet omaa tuotantoa ja sitä mitä me kaksi voisimme tehdä. Miten kasvatettaisiin lita nimen alle sopivia tuotteita. Suunnitelmia on paljon, kunhan ne ehtisi toteuttaa”, Koivunen nauraa.

Teksti: Saara Kärki

Elintarvikkeiden koostumustietopankki Finelia päivitetään

Ensimmäiset tulokset kansallisen elintarvikkeiden koostumustietopankin Finelin päivittämisprojektissa on julkaistu. Maa- ja metsätalousministeriön rahoittamassa projektissa analysoidaan suomalaisten peruselintarvikkeiden ravintosisältöjä. Ensimmäisenä valmistui Tullilaboratorion tekemät natriumanalyytit.

Fineliä käytetään mm. elintarviketeollisuudessa elintarvikkeiden ravintoainepitoisuuksien laskemisessa, pakkausmerkinnöissä ja tuotekehityksessä. Lisäksi Fineliä käytetään ravitsemustutkimuksissa, joukkoruokailun suunnittelussa ja ravitsemusterapiassa.

EU:n uusi elintarviketietoasetus muuttaa elintarvikkeiden pakkausmerkintöjä. Elintarvikkeiden ravintoarvomerkintä tulee pakolliseksi viimeistään 13.12.2016 energian-, kokonaisrasvan, tyydyttyneen rasvan, hiilihydraatin, sokerin ja proteiinin osalta. Jos ravintoarvoja halutaan ilmoittaa vapaaehtoisesti, ne on ilmoitettava elintarviketietoasetuksen määräämällä tavalla jo 13.12.2014 lähtien.

Nyt julkaistavat tulokset kasvipäristen elintarvikkeiden natriumpitoisuuksista tulevat tarpeeseen, sillä suolan määrän laskentatapa on muuttumassa. Aiemmin suolalla on tarkoitettu vain lisättyä ruokasuolaa. Uuden asetuksen mukaan on ilmoitettava elintarvikkeen kokonaissuolapitoisuus, johon vaikuttaa lisätyn ruokasuolan lisäksi myös raaka-aineiden luontainen ja mahdollisten lisäaineiden sisältämä natrium. Käytännössä ilmoitettavan suolan määrä siis nousee hieman.

Vuoden 2014 aikana analysoidaan useista elintarvikkeista mm. sokeri-, ravintokuitu- ja vitamiinipitoisuuksia. Ensimmäiseksi valmistuneet Tullilaboratorion tekemät kasvipäristen elintarvikkeiden natriumpitoisuudet julkaistaan nyt taulukkona. Finelin tietokantaan ja laskuriin ne lisätään muiden analyysien valmistuttua.

[Natrium-tulokset \(http://www.fineli.fi/download/natrium_ennakkotulokset.pdf\)](http://www.fineli.fi/download/natrium_ennakkotulokset.pdf)

Venäläismatkailija median käyttäjänä

Kapustat Kaakkoon -hanke on ollut mukana venäläisten matkailijoiden median käyttöä selvittäneessä tutkimuksessa. Se toteutettiin haastattelemalla kesä-heinäkuun 2014 aikana 1006 Suomesta poistuvaa venäläismatkailijaa. Tutkimuksella kartoitettiin venäläismatkailijoiden mediakäyttäytymistä kotimaassaan sekä Suomen-matkalla. Elintarvike- ja ruokapalveluyritys voi hyödyntää tuloksia oman viestintänsä suunnittelussa.

Suomi-kävijät käyttävät nettiä

Suomessa kesällä 2014 käyneistä venäläismatkailijoista 98 % kertoi, että heillä on mahdollisuus käyttää Internetiä joko kotonaan tai työpaikallaan. Internetiä kerran viikossa tai useammin käyttää 96 % matkailijoista. Kerran viikossa tai useammin radiota kuuntelee 83 % ja televisiota katselee 70 %. Sanomalehtiä lukee viikoittain 44 % ja aikakauslehtiä 30 % venäläismatkailijoista

Lähes puolet käyttää nettiä myös matkan aikana

Suomessa kesällä käyneistä venäläismatkailijoista 40 % sanoi käyttävänsä matkansa aikana Internetiä. Useimmin Internetiä käytettiin hyödyntämällä majoitusliikkeen tarjoamaa Internet-yhteyttä (21 %) ja ravintolan tai kahvilan Internet-yhteyttä (14 % matkustajista). Internetiä matkan aikana käytettiin useimmin yhteydenpitoon (21 %) sekä reitti tai karttapalveluihin (10 % matkustajista).



Kapustat Kaakkoon -hanke: tuoteinfo venäläisille matkailijoille Lappeenrannan Prisma, Svetlana Ctchegoleva ja Sari Paajanen ProAgriasta.

Ruokapalveluja käytetään Suomessa

Suomessa vierailleista venäläismatkailijoista lähes 60 % käytti kesällä 2014 ravintolapalveluita ja 80 % osti maastamme elintarvikkeita. Elintarvikkeet ovatkin ylivoimaisesti tärkein tuoteryhmä ostosmatkoja Suomeen tekeville venäläisille.

Lisätietoja

Pasi Nurkka, pasi@tak.fi

ja Tuula Repo, tuula.repo@proagri.fi

Lähi- ja Luomu -messut 26 -29.3.2015

Lähi- ja luomuruokaan keskittyvä yleisötapahtuma Lähi- ja luomu järjestetään Helsingin Messukeskuksessa nyt kolmatta kertaa, tällä kertaa samanaikaisesti Kevätmessukokonaisuuden eli Kevätpuutarha-, OmaKoti-, Oma Mökki- ja Sisusta!-tapahtumien kanssa 26.-29.3.2015. Edellinen vastaava Kevätmessutapahtuma keräsi yli 58 000 kävijää. Lähi- ja luomu on muiden samanaikaisten tapahtumien tapaan alansa paras paikka kohdata ostovoimaiset pääkaupunkiseudun asukkaat. Lähi- ja luomu -messuille tullaan tekemään ostoksia ja etsimään tuotteita, joita ei joka kaupasta saa. Messuihin nivoutuu loistavasti myös Vuoden Kokki -kilpailu, joka järjestetään samanaikaisesti hallissa 2. Paikkojen myynti on kovassa vauhdissa, varaa oma paikkasi ja kysy lisätietoja:



Jarmo Myllysilta, Suomen AMT
puh. 040 5516584
jarmo.myllysilta@amt.fi

Suomalais-venäläistä ruoka-alan yhteistyötä

Karjalan Keittiömestarit, Suomen Keittiömestarit, Venäjän Keittiömestarit, Venäjän Myynti ja talous -yliopisto ja Holiday Club Saimaa sopivat marraskuun alussa Viipurin ja Lappeenrannan tapaamisissaan laajasta yhteistyöstä, jonka tarkoituksena on tarjota suomalaisille ja venäläisille keittiömestareille mahdollisuuksia tutustua ja työskennellä kummankin maan keittiöissä, mahdollistaa toimiva opiskelijavaihto sekä järjestää erilaisia suomalais-venäläisiä kulinaarisia tapahtumia ja vierailuja. Varsinainen sopimus allekirjoitettiin Viipurissa ja sen muotoja tarkastettiin Karjalan Keittiömestareiden kokouksessa Holiday Club Saimaalla.

– Sopimus tuo meille uudenlaisia mahdollisuuksia harjoittaa kansainvälistä yhteistyötä Venäjän suuntaan. Käytännössä yhteistyö tarkoittaa opiskelijavaihdon lisäksi monenlaisen tietotaidon vaihtamista organisaatioidemme välillä, Suomen Keittiömestareiden puheenjohtaja Ulla Liukkonen arvioi.

– Sopimuksen allekirjoittajana toimii Karjalan Keittiömestarit, mutta koska se on Suomen Keittiömestareiden alueyhdistys, sopimus laajenee koskemaan kaikkia Suomen alueyhdistyksiä ja siis koko Suomen Keittiömestarit yhdistystä. Näin kaikki alueyhdistyksemme voivat tehdä hyvää yhteistyötä venäläisen osapuolen kanssa, Liukkonen iloitsee.



Viipurissa allekirjoitustilaisuudessa olivat mukana Karjalan Keittiömestareiden ja Suomen Keittiömestareiden puheenjohtaja Ulla Liukkonen (oik.), Pietarin Myynti ja Talous -yliopiston edustaja Natalia Barsukova ja Karjalan Keittiömestareiden Anatoly Lvov. Kuva: Kari Martiala

Kirsi Viljanen (toim.)



ELINTARVIKEJALOSTAJAN

Luomuaskeleet

Elintarvikejalostajan luomuaskeleet -opas

Elintarvikejalostajan luomuaskeleet -opas on laadittu yrittäjille luomutoiminnan aloittamisen sekä luomutuotekehityksen tueksi lähialueen luomuraaka-aineita hyödyntäen. Oppaan ideoista hyötyvät myös neuvojat ja kehittäjät. Siinä on selkeitä esimerkkejä eriateisesta luomutuotteiden valmistamisesta sekä luomuraaka-aineiden käyttämisestä. Elintarvikejalostajia kannustetaan ottamaan luomuaskelia ja varmistamaan mukanaolonsa kasvavilla luomumarkkinoilla. Vaikka pääpaino on ollut Pohjois-Karjalan alueen yritysten luomutoiminnan vahvistaminen, niin oppaan pakolliset, sujuvat ja joustavat askelkuviot soveltuvat käytettäväksi valtakunnallisesti.

Pohjois-Karjalassa lähiruoka on parhaimmillaan lähiluomua

Useat elintarvikejalostajat kokevat luomutuotteiden valmistamisen hankalaksi erityisesti luomuun kohdistuvan lainsäädännön ja luomujalostuksessa vaikeaksi koetun lupakäytännön ja maksullisuuden vuoksi. Näistä syistä johtuen Pohjois-Karjalassa, kuten myös muualla Suomessa valmistetaan paljon ”piiloluomua”, jolloin luomun lisäarvo jää hyödynnettämättä. ”Piiloluomu” on sitä, kun luomuraaka-aineet päätyvät tavanomaisten raaka-aineiden joukkoon. Oppaan tavoitteena onkin auttaa korjaamaan luomutuotteiden valmistamisen hankaluuteen liittyviä mielikuvia.

Vihkonen on ladattavissa www.ekocentria.fi > aineistot > oppaat tai suoraan linkistä: http://ekocentria.fi/resources/public/Aineistot/Ekocentria_elintarvikejalostajan_luomuaskeleet_web.pdf

Lisätietoja

Sari Väänänen

puh. 044 785 4025

sari.vaananen@sakky.fi

Projektet Bra Mat i Västnyland - studieresa i Piemonte, Italien

Trettio glada och entusiastiska personer var anmälda till studieresan till Italien och i gruppen ingick primärproducenter, förädlare och restaurangägare. Gruppen reste till Piemonte och var i Italien vecka 43. Resan började på ett lite oväntat sätt då Lufthansas piloter hade bestämt sig att strejka på vår avfärdsdag. Denna strejk orsakade stor ovisshet och orolighet bland deltagarna. Kommer vi iväg eller inte! Efter många om och men fick reseledaren allt arrangerat och resan fortsatte mot Italien med två olika plan. Ena gruppen landade i Turin och den andra i Milano, varefter grupperna fortsatte med bussar mot den lilla staden Cortemilia där vårt hotell var beläget. Vi nådde vårt hotell sent på kvällen där vi blev väl mottagna av hotellägaren, Carlo Zarri som hade ordnat lite smått och gott åt oss, vilket var väl uppskattat.

Följande morgon då vi tittade ut genom fönstren såg vi en fantastisk vy av höga berg och charmiga byggnader som omgav oss. Vår första destination, Cissone, var odlar-konsortiet Agri Bio Notizie. Den är en förening/konsortium med 15 anställda och 1100 medlemmar. Föreningen säljer största delen av medlemmarnas produkter och förser medlemmarna med teknisk hjälp och ordnar kurser i eko- och biodynamisk odling. Verksamhetsledare presenterade hela verksamheten och den biodynamiska odlingens hemligheter på ett passionerat sätt. I samma byggnad finns en butik där en del av konsortiets produkter säljs.

Vi fortsatte vår färd till byn Monesiglio där vi besökte det lilla mejeriet Cora Formaggi. I mejeriet välkomnades vi av en leende ung kvinna som nu hade tagit över ansvaret för mejeriet efter sina föräldrar. I mejeriet tillverkas olika typer av färskostar och lagrade ostar av getmjölk från den egna gårdens 300 getter. Utöver de egna ostarna köper man ostar från andra mejerier i regionen vilka man preparerar och sedan får dessa ostar ytterligare mogna i mejeriets kylar.

Tiden är ett flexibelt begrepp i Italien, så försenade fortsatte vi vår resa vidare till vår föl-

jande destination företaget Nicciole D'Elite. Vägen till företaget gick genom en by vars gator var extremt smala och busschauffören fick ha tungan rätt i munnen för att komma fram utan skråmor i karossen. Företaget hade specialiserat sig på produkten som är kännetecknande för regionen Piemonte, dvs. hasselnöten. På företaget sorterar man nötterna enligt storlek, de rostas och packas. Nötter av sämre kvalitet används för att tillverka hasselnötskräm eller (nötschokladkräm) och hasselnötspasta.

På onsdag vi tog riktning mot staden Bra. Staden Bra ligger på slätten mellan alperna och det bergiga området där vi övernattade. Vi började med att besöka en gård där man föder upp nötkreatur för den lokala specialiteten. Vår värd på gården var slaktare Tibaldi, som berättade om hur man föder upp djuren. Många viktiga matevenemang pågår i Piemonte under året - Salone del Gusto som ordnas av organisationen Slow Food i Turin, tryffelfestivalen med auktion i staden Alba, en ostfestival i staden Bra, m.m.

Sen vi ett besökte bageriet Falogna där vi mottogs av en av bagarna. Smakprov på den lokala jul delikatessen Pannettone bjöds vi på. Under samma besök fick vi även träffa en honungsproducent som var lantbrukare och biodlare och han presenterade två av sina honungsprodukter. Bageriet använde dessa honungsprodukter i sina bröd. Redan nu bakade man olika julspecialiteter som skulle presenteras på bl.a. tryffel auktionen i Alba där tryffel-fans från hela världen samlas årligen i månadsskiftet oktober-november.

Dagens sista besök var på en vingård som låg högt upp i bergen i vinområdet Barbaresco. Skörden av vindruvorna hade nyligen avslutats och skal och kärnor hade tagits till vara och vi såg en del denna röda massa som var på väg till destillering för att bli Grappa.

Torsdag morgon väntade bussen på att ta oss vidare till Turin, där väntade den stora matmässan Salone del Gusto. Matmässan var

verkligen stor, flera stora hallar med italiensk mat från olika regioner och utöver detta fanns en internationell mässhall med intressanta internationella utställare. I de Italienska hallarna presenterade de olika regionerna sina produkter. Det fanns mat av alla de slag. Det bästa var att man fick smaka på allt. Vår grupps deltagare spriddes ut i hallarna och samlade intryck av det överväldigande utbudet.

På fredag morgon åkte alla iväg till torget Porta Palazzo della Repubblica som anses vara den största "mathallen/partihandeln" under bar himmel i Europa. Torget var imponerande, grönsaker och frukter i mängder, saluhaller fyllda med ost, kött och fisk en syn som man inte glömmer i första taget. Lite avundsjuk blev man på utbudet... På eftermiddagen fortsatte en del av oss till matmässan och andra bekantade sig med stadens utbud i olika livsmedelsbutiker. Kvällen och resan avslutades med en middag på Ristorante Solferino där vi kunde avnjuta en god middag tillsammans med några Västnyländska Slow Food entusiaster som var delegater för de finländska convierna på mässan.

Mera information

<http://bramativastnyland.novia.fi>

Elintarvikealan yritykset panostavat kilpailukykyyn ja kansainvälistymiseen

Elintarviketeollisuutta on pidetty suhdannevakaana ja suhteellisen hitaasti muuttavana toimialana. Poliittisen epävakauden ja kasvavan sääntelyn myötä liiketoimintaympäristön ennustettavuus on kuitenkin heikentynyt. Tämä on vaikuttanut kielteisesti myös kotimarkkinoihin. Elintarviketeollisuuden kasvumahdollisuudet ovat huonontuneet Ukrainan kriisin vuoksi, ja Venäjä-pakotteet ovat tyrehdyttäneet merkittävän osan elintarviketeollisuuden viennistä.

Nämä tiedot käyvät ilmi työ- ja elinkeinoministeriön Toimialapalvelun tuottamasta elintarviketeollisuuden toimialaraportista, joka julkaistiin 19.11.2014 Helsingissä.

- Kasvun aikaansaaminen pienillä, kypillä ja keskittyneillä kotimarkkinoilla vaatii aiempaa enemmän ponnisteluja. Päivittäistavaramarkkinoiden volyyminkehitys on viime vuosina ollut lähes nollassa. Kysyntää heikentää lisäksi kuluttajien vähentynyt ostovoima, toteaa elintarviketeollisuuden toimialapäällikkö **Leena Hyrylä** Kaakkois-Suomen ELY-keskuksesta.

Elintarvikeyritysten kilpailutilanne on kireä. Suhteellisen hidas markkinoiden kasvu, suuri elintarvikeyritysten määrä ja investointien myötä lisääntynyt tuotantokapasiteetti kiristävät kilpailua. Kilpailutilannetta ovat koventaneet myös lisääntynyt elintarvikkeiden tuonti ja kaupan omien tuotemerkkien laajentunut tarjonta ja suosio.

- Menestyminen edellyttää jatkuvaa toimintojen tehostamista hintakilpailukykyyn varmistamiseksi.

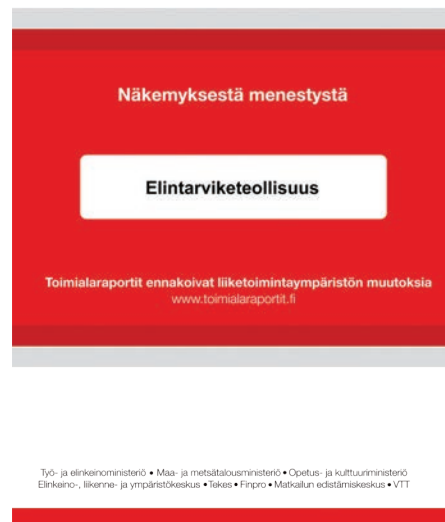
Yritykset hakevat kasvua muun muassa jalostusarvon nostamisesta, erikoistuotteiden ja innovaatioiden kehittämisestä sekä uusille markkina-alueille hakeutumisesta. Kilpailuetua tavoitellaan myös verkkokaupan ja uusien ketju- ja palvelukonseptien kehittämisellä, brändäyksellä ja lisäarvon tuottamisella asiakkaille, Hyrylä luettelee.

Team Finland -ohjelma vientiä vauhdittamaan

Suomen elintarvikeviennin arvo vuonna 2013 oli 1,6 miljardia euroa. Kansainvälisen elintarvikekauppamme arvo oli yhteensä noin 6 miljardia euroa, kun mukaan lasketaan suomalaisten yritysten tytäryhtiöiden liikevaihto. Elintarvikkeiden kauppataaseen vaje oli noin 2,7 miljardia euroa, sillä maahamme tuotiin viime vuonna elintarvikkeita 4,3 miljardilla eurolla.

Tähän asti Suomen elintarvikevienni on kohdistunut pitkälti Itämeren ympäristöön. Venäjän markkinoiden merkitys on ollut suuri. Nyt haussa on uusia alueita, joihin vientiä voitaisiin suunnata. Syksyllä 2014 käynnistyi Team Finland -toimijoiden, Elintarviketeollisuusliiton ja suomalaisten elintarvikealan yritysten yhteinen Food from Finland -vientiohjelma, joka tukee elintarvikeviennin kehittämistä. Vaikeuksista huolimatta elintarvikeala nähdään Suomessa kasvualana, joka menestyy kansainvälisessä kilpailussa ja voimakkaassa toimintaympäristön muutoksessa.

Elintarviketeollisuuden toimialaraportti on luettavissa verkossa osoitteessa www.temtoimi-



alapalvelu.fi tai suoraan linkistä http://www.temtoimialapalvelu.fi/etusivu/toimialaraportit/toimialaraportit_ja_tilastokuvia/elintarviketeollisuus/elintarviketeollisuus

Raportin julkistamistilaisuudessa kuullut esitykset löytyvät puolestaan linkistä http://www.temtoimialapalvelu.fi/etusivu/toimialapalvelu/seminaarien_ja_tilaisuuksien_aineisto/aineisto_2014

Lisätiedot
Leena Hyrylä
puh. 0295 029 047
leena.hyryla@ely-keskus.fi



Tapahtumat

8. - 9.12.2014	Suoramyntiohjeistus, Pohjois-Karjala (http://www.aitojamakuja.fi/blogi/?p=334)
10.12.2014	Mutkat suoriksi ja suoramyymään, Kajaani (http://kainuu.proagria.fi/tapahtumat/4288)
11.12.2014	Ratkaisuja jätevesipäästöjen minimointiin, Jyväskylä (http://www.lyyti.in/72440-621594574/fi)
17. - 18.3.2015	Maaseutumatkailuyrittäjien ja -kehittäjien 41. valtakunnallinen seminaari, Kaustinen
26. -29.3.2015	Lähirooka- ja luomumessut, Helsinki (www.lahiruokaluomu.fi) kts. s. 22
5.5.2015	Elintarvikepäivä, Helsinki (www.elintarvikepaiva.fi)
16. - 18.6.2015	Nordic View to Sustainable Rural Development Riga, Latvia (http://njfcongress.eu/)
2. - 4.7.2015	Farmari, Joensuu (www.farmari.net)