

Aitoja makuja

1/2019

Vieraskynä

Pk- ja vienti-
neuvonta
jatkuu
Ruokaviras-
tossa

Hankinta-
lähettiläs
s. 4

Kansainvälistä menestystä ja aluetalouteen
panostamista Lapista s. 14



Aitoja makuja -tiedotuslehti

Aitoja makuja -tiedotuslehti kertoo elintarvikealan kehittämistyöstä. Lehti ilmestyy vuonna 2019 neljä kertaa verkkolehdenä aitojamakuja.fi.

Mikäli haluat tilata verkkolehden, jätä yhteystietosi www.aitojamakuja.fi/lehti.php

Aikataulu

Nro	Materiaalin dl	Julkaisupäivä
1	4.3.	15.3.
2	27.5.	7.6.
3	26.8.	6.9.
4	18.11.	29.11.

Tilaaaja

Maa- ja metsätalousministeriö

Julkaisija

Turun yliopiston Brahea-keskus
20014 Turun yliopisto

Toimituskunta

Heidi Valtari, Päivi Töyli

Yhteystiedot

Lehden toimitus:

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

ISSN 2343-3736 (verkkojulkaisu)

Sähköinen versio

aitojamakuja.fi
aitojamakuja.fi
issuu.com

Kansikuva: Päivi Niemi / Vastavalo.fi

SISÄLTÖ

Vieraskynä.....	3
Tervehdys hankintalähettiläältä.....	4
Lisää osaamista ja verkottumista Elintarvikeviennin Osaaja -koulutuksella..	4
Hankintatreffeillä keskustellaan ja kohdataan.....	6
Satokauden eväät noudetaan Foodhubista.....	6
Raaka-aineet tehokkaasti tuotteiksi ja hyötykäyttöön.....	8
Ruoka-alan hankkeista lisäpuhtia Varsinais-Suomen ruokaketjulle.....	9
Palautteita kuunnellen toisen onnistuneen tapahtuman yhteistoteutus - Ruokayrittäjän talvipäivät.....	10
Lähiruoka & luomu -messut yhdistää tuottajat ja kuluttajat.....	11
Luomu- ja lähiruualle povataan positiivisia tulevaisuudennäkymiä.....	12
Tunne asiakkaasi, niin markkinointi sujuu menestyksellisemmin.....	13
Kansainvälistä menestystä ja aluetalouteen panostamista Lapista.....	14
Surdegsbröd på kulturspannmål en nygammal trend.....	16
Ammattimaisen tavarankuljetuksen voi aloittaa yhtä helpommin.....	18
Matregion Nyland	19
Tulevaisuuden ympäristöystävällisiä pakkausratkaisuja kehitetään yhdessä..	20
Rahaa jaossa pohjoismaiseen ruoka-alan yhteistyöhön.....	21
Artesaaniruoan mestaruudet ratkotaan Jyväskylässä syyskuussa 2019.....	22
Kontiomehu vuoden 2018 à la carte yritys.....	23





Neuvonta- ja koulutustyö kotimaan ja viennin asioissa jatkuu myös Ruokavirastossa

Elintarvikealalla on paljon vaatimuksia ja olennaisimmat asiat saattavat joskus hukkaa massaan. Olemme tehneet Elintarvikealan pk-yritysten neuvonta ja vientiosaamisen parantaminen -hankkeessa nyt muutama vuoden töitä sen eteen, että yrittäjät saisivat tarvitsemansa tiedon aiempaa mutkattomammin.

Toimintatapamme on selkeä: teemme helppokäyttöistä materiaalia yrityksille ja valvojille – esimerkkeinä tästä **opas ravintolan perustamiseen** ja **maakohtaisten vientivaatimusten koonti nettisivuillemme**. Koulutamme niin kasvokkain kuin verkossakin, tästä esimerkkinä olkoon verkkokurssit **pakkausmerkinnöistä** ja **viennin pelisäännöistä**. Annamme myös yrityskohtaista vientineuvontaa.

Nettisivujemme lisäksi meidät löytää Twitteristä **@Oiva-ruoka** ja **@Export_team**. Lisäksi helmikuussa ensimmäistä kertaa julkaistu Ruokaketjun uutiskirje kokoaa yhteen uutiset elintarvikeeturvallisuudesta, viennistä ja muista ruokaketjun aiheista.

Työlle on ollut tilausta

Pk-hankeemme on yksi Sipilän hallituksen kärkihankkeista (**Suomalainen ruoantuotanto kannattavaksi, kauppatase ja sininen biotalous nousuun**). Pk-hanke toteutettiin Elintarvikeeturvallisuusvirasto Evirassa vuosina 2016–2018 maa- ja metsätalousministeriön rahoituksella.

Frisky & Anjoy Oy selvitti pk-hankkeen vaikuttavuutta viime syksynä. Arvioinnin lopputuloksena todettiin, että pk-hankkeen toimille on ollut tarvetta. Arvioijat suosittelivat hankkeen toiminnan jatkamista myös vuoden 2019 alussa toimintansa aloittaneessa Ruokavirastossa.

”Käytännössä tämä tarkoittaa kehittämishankkeissa synnytettyjen toimintamallien juurruttamista uuteen virastoon pysyviksi tehtäviksi sekä näiden toimintojen riittävää resursointia”, arvioinnissa todetaan.

Tähän me todella tähtäämme. Siksi neuvonta- ja koulutus-toimintaa kehitetään ja jalkautetaan osaksi Ruokaviraston perustoimintaa maa- ja metsätalousministeriön erillishoituksella vielä vuoden 2019 ajan. Ilokseni voin todeta, että uusia työtapoja on jo otettu laajasti meillä käyttöön.

Suuret kiitokset toiminnassamme mukana olleille, palautetta antaneille ja meitä eteenpäin auttaneille. Olettehan yhteydessä myös jatkossa!

- www.ruokavirasto.fi/vienti – vienti@ruokavirasto.fi
- www.ruokavirasto.fi/pkneuvonta – pk-neuvonta@ruokavirasto.fi
- **Uutiskirjeen tilaus**

Saara Lönnroth, Ruokaviraston vientijaosto

PS. Järjestämme jo perinteeksi muodostuneen **elintarvikealan vientivalmennuspäivän yhdessä Food from Finland -ohjelman kanssa 4.4.2019** – tervetuloa mukaan!

Tervehdys hankintalähettiläältä

Aloitin tammikuussa maa- ja metsätalousministeriön ruokaosastolla ”hankintalähettiläänä” tehtävänäni edistää julkisten elintarvike- ja ateriapalveluhankintojen vastuullisuutta kuluvan vuoden aikana.

Tulin tehtävään Vantista eli Vantaan tilapalvelut Oy:stä, jossa toimin ateriapalvelun suunnittelijana sekä ravitsemus- ja hankinta-asiantuntijan tehtävissä mm. elintarvikehankinnoissa. Syntyjuureni ovat Kainuussa ja Pohjois-Savossa, ukkini oli maanviljelijä ja mummoni pitokokki. Terveellinen ja vastuullisesti tuotettu ruoka on lähellä sydäntäni. Arvostan kotimaisia ja lähellä valmistettuja laadukkaita elintarvikkeita, joita pyrin valitsemaan lautaselle myös kotikeittiössä kahden kouluikäisen lapsen äitinä.

Työni tehtäväkenttä hankintalähettiläänä on laaja ja vaatii toimia usealla sektorilla. Tarkoitukseni on vierailla sekä yksittäisissä kunnissa että maakuntatilaisuuksissa eri puolilla Suomea, ja keskustella alan toimijoiden kanssa. Työ on vaikuttamista kunnan päättäjiin, hankintayksiköihin ja -renkaisiin sekä ateriapalveluihin vastuullisuuskriteerien käytöstä sekä lähiruoan huomioimisesta hankinnoissa. Yksi osa työtäni on periaatepäätöksen tunnettavuuden lisääminen sekä saada ruoka ja kestävät elintarvikehankinnat osaksi kuntastrategiaa ja pitkän

tähtäimen suunnittelua. Haluan rohkaista tuottajia tarjoamaan tuotteitaan suoraan paikalliselle ateriapalvelulle ja kehittämään tuotteitaan paremmin suurkeittiöön sopiviksi. Käyn myös vuoropuhelua tukkujen suuntaan vastuullisuudesta tukkujen toiminnassa sekä pientuottajien lähi- ja luomutuotteiden tarjonnan parantamisesta julkisiin keittiöihin.

Tavoitteeni on pyrkiä poistamaan kestävien hankintojen esteitä ja korvaamaan ennakkoluulot oikealla tiedolla. Haluan jakaa hankintojen hyvät käytännöt ja onnistumiset, ”helmet”, jotta pyörää ei tarvitse keksiä joka kerta uudelleen.

Tulen julkaisemaan vuoden aikana hankinta-aiheisia blogikirjoituksia mmm:n sivuilla ja twitteristä minut löytää @hankintalahetti -tunnuksella.

Kutsukaa minut rohkeasti käymään kunnassanne, jos kaipaatte sparrausta ja keskustelua vastuullisista julkisista hankinnoista, ja esimerkiksi lähi- ja luomuruoan huomioimisesta hankinnoissa. Kertokaa teidän hankintojen onnistumisista ja hyvistä käytännöistä, niin laitetaan yhdessä hyvät ideat ja toimintatavat kiertämään!

Auli Väänänen, auli.vaananen@mmm.fi

Lisätietoja: <https://mmm.fi/ruoka>

Lisää osaamista ja verkottumista Elintarvikeviennin Osaaja -koulutuksella

Suomalaisten elintarvikkeiden vientiä voitaisiin kasvat-
taa huomattavasti. Viennin käynnistäminen vaatii kuiten-
kin osaamista. Syksyllä 2018 alkanut Elintarvikeviennin
Osaaja -koulutus on suunnattu juuri tähän osaamisen ke-
hittämisen tarpeeseen. Koulutus on suunniteltu pk-yrityk-
sille niiden tarpeet huomioiden. Nyt jo toinen ryhmä on
aloittanut koulutuksen; ensimmäinen aloitti syksyllä Mik-
kelissä ja tammikuussa oli toisen ryhmän vuoro aloittaa
viennin saloihin tutustuminen Oulussa.

Tammikuun kirpeässä pakkassäässä aloittanut ryhmä on
tavannut jo toisenkin kerran. Ryhmän osallistujien kirjo
on laaja. Ryhmässä on osallistujia niin luonnontuotealalta
kuin lihantuotannostakin. Onpa ryhmässä osallistujia yri-
tyksistä, jotka jalostavat tuotteita pitkällekin. Esimerkiksi
Willimaku-kuohujuomat ovat alkoholittomia kotimaisista
luonnonantimista valmistettuja juomia, joiden vientipoten-
tiaalia pohtii Eetu Tikkanen.

– Tavoitteena on lisätä omaa osaamista, vaikka varsinaisiin vientitoimintoihin aika ei riitäkään. On kuitenkin hyvä olla tietoinen asioista, esimerkiksi viennin sudenkuopista, toteaa Eetu Tikkanen omista koulutukselle asettamistaan tavoitteista.

Koulutuksen ovat suunnitelleet ja toteuttavat yhteistyössä neljä ammattikorkeakoulua: Haaga-Helia ammattikorkeakoulu, Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu, Kareliala-ammattikorkeakoulu ja Oulun ammattikorkeakoulu. Yhdessä toimien on saatu monenlaista näkemystä ja osaamista koulutuksen tärkeiltä aloilta mm. elintarvikealasta ja vientiin liittyvistä liiketoimintaosaamisen alueista. Rahoitus koulutukseen tulee sekä maa- ja metsätalousministeriöltä että osallistuvilta ammattikorkeakouluilta.

Ensimmäinen tapaaminen alkoi katseella tulevaan. Tapauksissa mietittiin tulevaisuutta ja pohdittiin niitä muutoksia, jotka voivat vaikuttaa elintarvikealan tulevaisuuteen. Asiantuntijana toimi Leena Jokinen, Turun yliopiston Tulevaisuuden tutkimuskeskuksesta. Samassa tapaamisessa pohdittiin Eeva-Liisa Liljan ja Jukka-Pekka Inkisen johdolla kysynnän trendejä maailmanlaajuisesti ja tiedonhankintaa kohdemarkkinoista. Jonkin verran päivien aikana puhututti myös juuri samaan aikaan olleet Grüne Woche -messut Berliinissä. Niiden todettiin olevan kuluttajamessut, joilla aloittava elintarvikeviejä voisi lähinnä 'haistella' kuluttajien suhtautumista omiin tuotteisiinsa.

Helmikuussa olikin sitten vuorossa uusi tapaaminen uusine aiheineen: tällä kertaa keskityttiin nimeomaan asiakaslähtöiseen tuotteistamisosaamiseen. Kahden tiukan päivän aikana mietittiin, mitä kaikkea vientiin tarkoitetun elintarvikkeen tuotteistamisprosessissa pitää ottaa huomioon eri kulttuureissa ja erilaisilla markkinoilla. Jo ensimmäinen koulutuspäivä nosti esiin uusia ideoita:

– Aivot jatkoivat pohtimista ja yö jäi lyhyeksi. Ihan uusiakin ideoita syntyi ja pohdittiin niitä Emmin kanssa vielä illalla, sanoo Eetu Tikkanen torstai-illan koulutuksen jälkeen.



Samaan aikaan, kun Oulussa keskusteltiin asiakaslähtöisestä tuotteistamisesta, Mikkelissä oltiin jo ehditty viidenteen lähijaksoon. Aiheena olivat eri markkina-alueiden erityispiirteet, joista päivien aikana keskityttiin erityisesti Ranskan, Saksan, Kiinan, Venäjän ja Japanin elintarvike-markkinoihin.

Useita lähijaksoja on vielä tulossa, mutta jo tähänkin mennessä koulutus on tarjonnut runsaasti konkreettista tietoa siitä, miten pk-yritykset voivat aloittaa ja kehittää elintarvikevientiään. Lisäksi koulutus tarjoaa loistavan tilaisuuden verkostoitua muiden elintarvikealan toimijoiden kanssa, ja tämä onkin leimannut koulutusta vahvasti. Verkostoitumisen etuja ei voi korostaa liikaa, sillä maailmalla suomalaiset yritykset ovat kovin pieniä globaaleihin toimijoihin verrattuna. Koulutuksen tueksi on perustettu Facebook-ryhmä [Elintarvikeviennin Osaaja](#), johon voi liittyä, vaikka ei osallistuisikaan koulutukseen. Ryhmä on osoittautunut toimivaksi tavaksi jakaa tietoa ja huomioita sekä elintarvikealaan että elintarvikkeiden vientiin liittyvistä asioista.

Sari Alatalo
sari.alatalo@oamk.fi

Hankintatreffeillä keskustellaan ja kohdataan

Kevättalvella järjestettiin Maaseudun toimijoiden hankinta-osaaminen vahvaksi MAHVA-hankkeen toimesta hankintatreffejä Satakunnassa, Keski-Suomessa ja Pirkanmaalla. Iltapäivien aikana tärkeässä roolissa oli keskustelu ja tutustuminen toisiinsa.

Tilaisuuksiin osallistui joukko alueen yrittäjiä, tuottajia, kuntien edustajia sekä neuvonta- ja kehittämistoimijoita. Tarjolla oli yleistä hankintatietoutta muun muassa markkinavuoropuhelusta ja pienhankinnoista sekä esittelyjä hankintakriteereistä. Lisäksi kuultiin tarkemmin myös juuri sille alueelle sovitusta teemoista, jotka Satakunnassa olivat ruokakuljetukset ja viher- ja ympäristöurakointi, Keski-Suomessa ruoka ja ruokakuljetukset sekä Pirkanmaalla ruoka ja energia.

Paikalliset yrittäjät esittelivät yritystoimintaansa ja kunnat kertoivat, millaisia kilpailutuksia on tulossa ja mistä niistä löytää tietoa. Keski-Suomessa yrittäjät intoutuivat esittelyiden lomassa pohtimaan mahdollista yhteistyötä yritysten

kesken esim. raaka-aineiden hankintaan liittyen. Pirkanmaalla pohdittiin, että voiko leipomon käyttämä energia toimia vaatimuksena, kun se ei suoraan kohdistu itse tuotteeseen.

Olennaiseksi nähtiin, että kuntapäätäjien sitoutuminen asioiden edistämiseen ja niiden kirjaaminen kunnan strategiaan helpottaa varsinaisten hankintoja tekevien työtä. Markkinavuoropuhelun käyminen riittävän ajoissa ja avoimesti auttaa sekä hankintoja tekeviä työstämään tarjouspyyntöjä että tarjoajia miettimään omien palveluiden ja tuotteiden kehittämistä siitä näkökulmasta, että ne vastaisivat paremmin ostajien tarpeeseen.

Maaseudunhankinnat.fi -sivuilta löytyy hankintatreffien esitykset ja muuta materiaalia teemaan liittyen. Hanke järjestää avoimia webinaareja ja muita tilaisuuksia, joten kannattaa seurata tapahtumakalenteria.

Teksti: Päivi Töyli

Satokauden eväät noudetaan Foodhubista

Uudenmaan ruoan Foodhub-projekti laajentaa toimintaansa avaamalla uuden noutopisteen Espoossa. Palvelu tähtää kestävän kulutuksen edistämiseen, satokauden mukaiseen ruokailuun ja paikallisten tuottajien tukemiseen.

Vuosi sitten Uudenmaan ruoan perustama Foodhub on perustamassa toista jakelupistettään. Pilottina toimineen Herttoniemen kirjaston jakelupisteen lisäksi toiminta laajenee Espoon Nihtisillan kierrätyskeskukseen.

– Noutopisteiden sijainnit ovat strategisia, sillä kirjaston ja kierrätyskeskuksen asiakaskunta on kiinnostunut kestävästä kulutuksesta, kertoo Foodhubin tiimin Olli Repo.

Foodhubin tarkoituksena onkin kannustaa kuluttajia kestävään kuluttamiseen. Ruokakauppojen tarjotessa vuoden ympäri kaikkia mahdollisia elintarvikkeita painottaa Foodhub satokauden mukaisia tuotteita. Lisäksi Foodhub pyrkii saamaan kuluttajia enemmän mukaan tuotantoon. Tilatesaan tuotteita jo hyvissä ajoin etukäteen kantaa kuluttaja riskiä yhdessä tuottajan kanssa ja saa vastavuoroisesti tilaamansa tuotteet silloin, kun ne ovat parhaimmillaan.

– Satokaudessa mukanaolo edellyttää sitoutumista ja joustavuutta sekä kuluttajalta että tuottajalta, tiivistää Repo. Kyselyn perusteella Foodhubin asiakkaat pitävät osallistumisensa tärkeimpänä syynä pienten maatilojen tukemista. Erityiskiitosta Foodhub on saanut hinnoittelun avaamises-

ta. Jokaisen tuotteen kohdalla on eroteltu, mikä osuus hinnasta menee tuottajalle, veroihin ja Uudenmaan ruoalle.

Toimintamalli on pitkän kehitystyön tulosta

Foodhubin palveluprosessi ja tekninen puoli on saatu hiottu toimiviksi. Tilaus tehdään verkkokaupassa ja noutopisteen oven avaus, palautteen anto ja kulunvalvonta toteutuvat puhelimitse.

– Meillä on pohjalla pitkä kokemus ruokapiireistä, joiden pyörittämisessä olemme kokeilleet erilaisia malleja. Ruokapiirit ovat olleet liian työllistäviä, minkä vuoksi lähdimme pohtimaan erityisesti tuotteiden noutoprosessia, kertoo Repo.

FoodHub-verkostossa on tällä hetkellä mukana noin 20 tuottajaa ja tuotevalikoima kattaa toistasataa tuotetta. Verkostoa ja sen tuotevalikoimaa ollaan laajentamassa, vaikka kasvu halutaankin pitää maltillisena. Tuottajien saaminen mukaan Foodhub-verkostoon on osoittautunut melko

helpoksi. Toisin kuin ruokapiireissä, listaavat ja hinnoittelevat tuottajat myymänsä elintarvikkeet itse Foodhubin nettisivuille.

Ruokakulttuuria rikastamassa

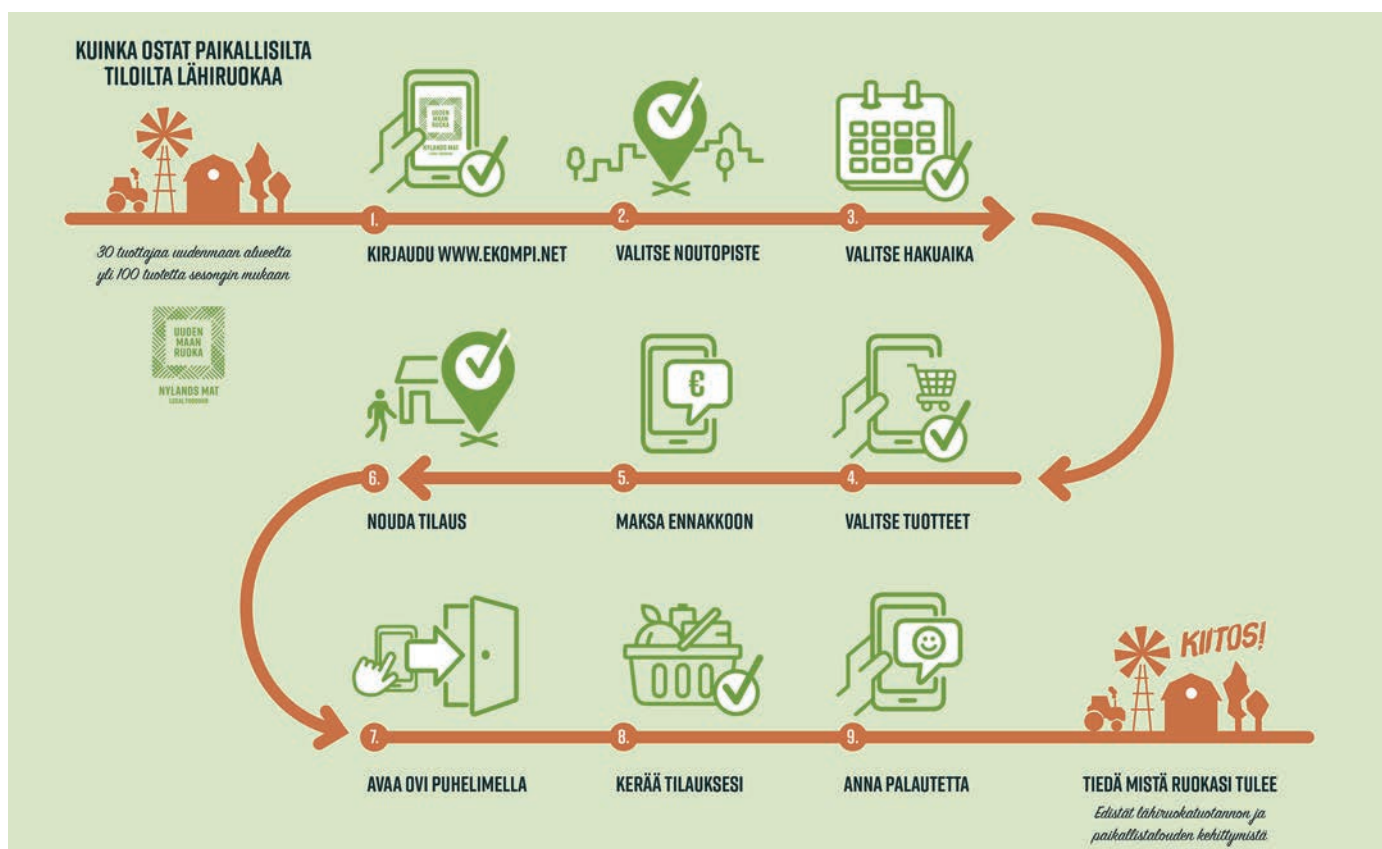
Voisiko Foodhub laajentua Uudenmaan ulkopuolelle?

– Uskon, että eri alueiden tuottajien elintarvikkeita voitaisiin myydä paikallisissa Foodhubeissa. Pienten tuottajien tukemisen lisäksi olisi tärkeää saada takaisin ylpeys paikallisuudesta ja säilyttää ruokakulttuurin rikkaus, toteaa Repo.

Tulevaisuudesta puhuttaessa Repo arvioi ruoan kotiinkuljetuksen yleistyvän jossakin vaiheessa. Hän myös toivoi suomalaiselta ruokakeskustelulta avarakatseisuutta.

– Esimerkiksi lihan ja kasvisruoan vastakkainasettelu ei ole niin yksinkertaista. Meidän tulisi Suomessa ymmärtää, että ruokaan liittyvät ongelmamme ovat erilaisia kuin maailmalla, summaa Repo.

Teksti: Johanna Monnonen



Raaka-aineet tehokkaasti tuotteiksi ja hyötykäyttöön

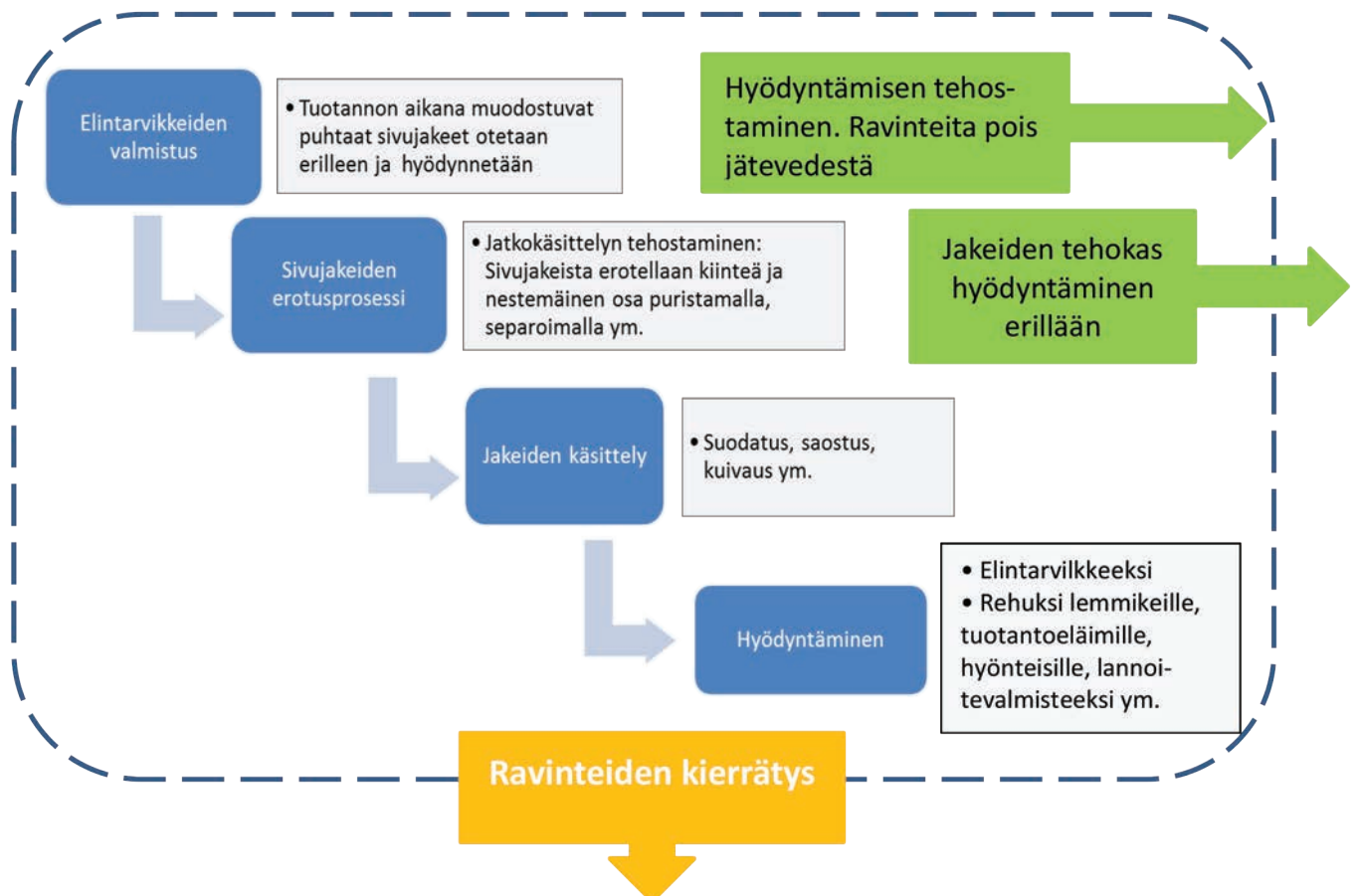
Elintarvikkeiden prosesseissa käytetään runsaasti vettä ja niissä muodostuu paljon sekä kiinteitä että nestemäisiä sivujakeita. Prosesseja voitaisiin tehostaa siten, että ravinnepitoiset sivujakeet otetaan puhtaina erilleen ja hyödynnetään. Erilaatuiset sivujakeet kerätään usein yhteen, jolloin niiden hyödyntäminen tehokkaasti on vaikeaa. Nestemäiset sivujakeet johdetaan usein laimeampien nesteiden ja jätevesien sekaan, jolloin ne nostavat koko vesimäärän ravinnetasoa, kuormittavat jätevedenkäsittelyprosesseja, huonontavat sivujakeiden hyödynnettävyyttä sekä lisäävät niiden käsittelykustannuksia ja riskiä ravinteiden pääsystä vesistöihin.

Elintarvikkeiden prosessien erilleen kerättyjen sivujakeiden hyödyntäminen – Sivukierto -hankkeen (<https://sivukierto.wixsite.com/sivukierto>) tavoitteena on kehittää elintarvikkeiden prosessointia ja sivujakeiden talteenottoa prosessin eri vaiheissa, sivujakeiden käsittelymenetelmiä sekä hyödyntämistä. Hankkeen katsantokanta on laaja

ja se ulottuu yli tuotantosuuntien. Hankkeessa pääpaino on kasvien, lihan ja maidon käsittelystä tulevista sivujakeista, kuten kasvisnesteistä ja kiintojakeesta, veressä, rasvoissa ja herassa. Tilannetta, jossa jakeita ei erotella, verrataan tilanteeseen, jossa ravinnepitoiset jakeet kerätään ja käsitellään erillään. Vertailussa mitataan jätevesien ravinnepitoisuuksia ja sivutuotteiden määriä sekä ravinteiden kiertoa.

Sivukierto-hanke alkoi vuoden 2018 lopussa ja päättyi 31.10.2020. Hankkeen toteuttavat Luonnonvarakeskus ja Helsingin yliopisto. Hankkeessa on mukana yrityksiä, joiden kanssa ratkaisuja pohditaan yhteistyössä. Aiheesta kiinnostuneet yritykset voivat ottaa yhteyttä.

Yhteyshenkilö
Marja Lehto
marja.lehto@luke.fi



Ruoka-alan hankkeista lisäpuhtia Varsinais-Suomen ruokaketjulle

Varsinais-Suomen Ruoka-ala kasvuun -tilaisuudessa esiteltiin useita alueellisia ja valtakunnallisia lähiruokaan, luomuun ja luonnontuotteisiin liittyviä hankkeita. Yleisesti ottaen ruokaketjun merkitys on Varsinais-Suomen alueella isompi kuin muualla Suomessa. Turun yliopiston Brahea-keskuksen Johanna Mattila kertoi tilaisuudessa alueen elintarvikealan yritysten kehittämistarpeista, joihin lukeutuvat muun muassa yhteistyön lisääminen vähittäiskaupan, muiden yritysten ja ravintoloiden kanssa, suoramyyntin lisääminen sekä ruokamatkailuun liittyvä tuotekehitys.

Luomutuotteista tilaisuudessa kertoivat Pro Luomun Minna Nurro, Livian Ville Korpelainen ja Luonnonvarakeskuksen Tuomo Tupasela. Luomun tulevaisuudennäkymät ovat positiiviset, sillä sen kysyntä kasvaa ja myynti ja tuotanto lisääntyvät. Varsinais-Suomessa luomutoimijoita on alkutuotannossa 455. Luomun kehittämiseksi tuotantoa tarvitaan kuitenkin lisää ja viljelijöiden osaamista on edistettävä. Huomiota on kiinnitettävä myös tuotteistamiseen ja markkinointiin.

Luomumpi Varsinais-Suomi on alueellinen tiedonvälityshanke luomutuotannon käytännöistä ja mahdollisuuksista, jonka tavoitteena on lisätä tietoisuutta luomutuotannosta. Myös Luomubuumi-hankkeen tarkoituksena on rohkaista viljelijöitä näkemään luomun mahdollisuudet ja lisätä luomutuotteiden tuotantoa.

Juha Rutanen Ruralia-instituutista kertoi luonnontuotealaa liittyvästä kehittämistyöstä ja -tarpeista. Luonnontuoteala on vahvassa kasvussa, joskin kasvua vahvistaisi entisestään raaka-aineasioiden eteneminen ja yhteistyö matkailu-, hyvinvointi- ja metsäalojen kanssa.



Haaga-Helian ja Visit Finlandin yhteistyönä toteutettavasta Hungry for Finland -hankkeesta oli kertomassa Kristiina Havas. Hanke tähtää ruokamatkailun tuotteistamiseen ja ruuan nostamista tärkeäksi ja elämykselliseksi osaksi Suomen matkailua. Hankkeen osana järjestetään Ruokamatkakilpailu.

Hyvinvointituotteiden, kuten kasvis-, luomu- ja hyönteistuotteiden, alalla Foodwest Oy:n Superhyvä-hanke auttaa elintarvikealan pieniä yrityksiä kehittämään uusia tuotteita markkinatiedon, uuden raaka-aineosaamisen, tuotekehityksen ja valmistusteknologioiden avulla.

Tilaisuudessa esiteltiin myös Ruokaviraston pk-neuvontahanke, jonka puitteissa viranomaiset ja muut tahot neuvovat pk-yrityksiä elintarvikealan toiminnan vaatimuksista ja edellytyksistä. Erilaisten elintarvikealaan liittyvien opaiden ja verkkokoulutusten lisäksi Ruokavirasto tarjoaa yrityksille myös vientineuvontaa.

Ruokasektorin koordinaatiohanke on järjestänyt ja järjestää vastaavia tilaisuuksia eri maakunnissa. **Tulevat tilaisuudet**

Teksti: Johanna Monnonen



**RUOKASEKTORIN
KOORDINAATIOHANKE**
lähiruoka · luomu · luonnontuotteet

Palautteita kuunnellen toisen onnistuneen tapahtuman yhteistoteutus – Ruokayrittäjän Talvipäivät

Tiedolla ja osaamisella kasvuun – elintarvikealan yhteistyöhanke (TIEDOKAS) järjesti jo toisen kerran Ruokayrittäjän Talvipäivät. Tapahtuma oli nimensä mukaisesti juuri ruoka-alan yrittäjille kohdennettu erikoistapahtuma, jossa tarkoituksena on saada yrittäjät kokoontumaan yhteen, tutustumaan toisiinsa ja saada uusia ajatuksia liiketoiminnan kehittämiseen. Tänä vuonna tapahtuman ajankohta oli 31.1.-1.2.2019 ja tapahtumapaikkana Kultaranta Resort Naantalissa. Aika ja paikka on aina huolellisesti mietitty ja kaksipäiväinen tapahtuma toimii näin myös yrittäjille pieninä irtiottona arjesta.

Tapahtumaa on ollut järjestämässä lähiruoan kehittäjät eri maakunnista, yhteistyötahot, jotka toteuttavat myös Tiedokas -hanketta eli Turun yliopiston Brahea-keskus, Hämeen ammattikorkeakoulu, Ahlman sekä Pyhäjärvi-instituutti. Tapahtumalle on luotu aina omat teemansa, tämän vuoden tapahtuman tarkoituksena oli tuoda esille uusia ruokasektorin yrityksiä, niiden tuotantotapoja ja tuotteita, asiakasnäkökulmaa ja innostavia ideoita – yrittäjän hyvinvointia unohtamatta.

– Näin ison ja monipuolisen tapahtuman järjestäminen ei onnistuisi ilman yhteistyökumppaneita ja yhdessä tekemistä, kertoo Sanna Vähämiko, Tiedokas -hankkeen vetäjä. Tapahtuman suunnittelu alkaa jo edellisenä syksynä, samalla päätetään työnjaosta ja vastuualueista. Hyvä suunnittelu ja jokaisen oma vastuualue, esimerkiksi se, että jokaisella teemalla on oma vastuuhenkilönsä, on toiminut hyvin. Käytännön järjestelyt ovat olleet myös aina jonkun meistä vastuulla ja sama henkilö on vastannut koordinoivista tapahtumapaikkaan päin.

Ruoka-alan tapahtuma vaatii hiukan enemmän myös tapahtuman tarjoiluilta - halutaanhan esiin tuoda myös paikallista ruokaa ja paikallisuutta itse tapahtumassa. Vielä tässä on ollut hiukan tekemistä, mutta tapahtuman jälkeen asiaan on varmasti alettu kiinnittää enemmän huomiota. Naantalissa ruoka nautintona ja elämyksenä otettiin yhdeksi teemaksi, ihan konkreettisesti. Ensimmäisen päivän illallinen kulki Alkujuurilla nimellä, ja ravintolan menuehdotuksesta otettiin illallisen teemaksi lammas ja tähän liittyvät



Tapahtuman järjestäjiä Naantalissa, Sanna Lento Hämeen ammattikorkeakoulusta ja Sanna Vähämiko Brahea-keskuksesta.

elämykset. Ohjelmaan merkitty pukukoodi oli villasukat. Tämä aiheutti jopa muutaman kyselyn, mutta koodi otettiin ilolla vastaan, se ehkä hieman pehmensi ja rentoutti myös tunnelmaa. Oli aika mahtava näky, kun illallisvieraat tassuttelivat hienoissa villasukissaan ravintolassa...

Talvipäiville osallistui yhteensä 67 henkilöä, joista 39 henkilöä oli ruoka-alan yrityksistä. Osallistujilta kerättiin palautetta päivistä sekä ensimmäisen että toisen päivän jälkeen. Kaikki vastaajat halusivat osallistua jatkossakin vastaavanlaisiin tapahtumiin. Tapahtuman aiheet koettiin kiinnostavina (64 % vastauksista), 78 % sai tapahtumasta uusia ideoita työn ja liiketoiminnan kehittämiseen sekä 57 % sai uusia kontakteja ja yhteistyötahoja.

”Kiitos, taas jaksaa jatkaa. Hyvä huomata, että meitä on muitakin, oli yhden osallistujan palaute”.

Tapahtuman puheenvuoroista lyhyt kooste löytyy Kasvua Hämeessä blogista sekä poimintoja somesta; #ruokayrittäjantalvipäivät, #ryt2019.

Kirjoittaja

Sanna Lento, sanna.lento@hamk.fi



*Ruokayrittäjän Talvipäivien lammasteemainen somistepöytä ja vieraita villasukkapukukoodilla.
Kuvat Sanna Lento ja Jenni Heikkilä.*

Lähirooka & luomu -messut yhdistää tuottajat ja kuluttajat

Tänä vuonna seitsemännen kerran järjestettävät Lähirooka & luomu -messut tuo suomalaiset pientuottajat, sertifioidut luomutuotteet ja lähellä tuotetun ruoan Helsingin Messukeskukseen 4.–7.4.

Tapahtumassa voi tehdä ostoksia, saada reseptivinkkejä sekä tutustua lähi- ja luomuruokaa tuottaviin yrityksiin ja pienyrittäjiin. Mukana olevien yritysten valikoimissa on muun muassa lihatuotteita, juustoja, viljatuotteita, perinnerkkuja ja jäätelöä.

– Lähirooka ja luomu ovat vahvistaneet asemansa kuluttajien ruokakorissa. Niiden valikoimat ovat laajentuneet ja myyntikanavat ovat moninaistuneet. Tämä kertoo osaltaan, että ruokaketju on muuttumassa aidoksi ruokajärjestelmäksi, jossa kuluttajalähtöisesti tuotetulla ruoalla on monta reittiä pellolta pöytään, sanoo maa- ja metsätalousministeriön lähirookakoordinaattori Kirsi Viljanen, joka toimii myös Lähirooka & luomu -messujen kehitysryhmän puheenjohtajana.

Ruoalta odotetaan nykyisin monia seikkoja; oikean hinnan lisäksi sen tulee olla elämyksellistä ja vastata omiin arvoihin. Lähirooka ja luomu vastaavat moniin isoihin kuluttajarendeihin, kuten kestävyys, jäljitettävyyteen, aitouteen ja merkityksellisyyteen.

– Tutkimusten mukaan lähirooan suurin ostomotiivi on halu tukea paikallisia tuottajia ja yrittäjiä. Halutaan myös tietää, kuka ruoan on tuottanut ja miten. Lähirooka & luomu -messuilla on oiva tilaisuus saattaa yhteen tuottajat ja kuluttajat.

Lähirooka ja luomu -messut ovat avoinna torstaista lauantaihin 4.–6.4. klo 10–18 ja sunnuntaina 7.4. klo 10–17. Samaan aikaan Messukeskuksessa on käynnissä myös Kevätmessut sekä erityisruokavalioita esittelevä Lautaselä-tapahtuma, joka on avoinna perjantaina ja lauantaina.

www.lahiruokaluomu.fi

Luomu- ja lähiruualle povataan positiivisia tulevaisuudennäkymiä

Joulukuussa järjestetyssä miniseminaarissa pureuduttiin ruoka-alan ajankohtaisiin kuulumisiin. Miniseminaarissa TNS Kantarin Anne Kallinen kävi läpi maatalojen kehitysnäkymiä vuoteen 2025. Kahden vuoden välein toteutettavan tutkimuksen teemoina olivat luomu ja lähiruoka. Tutkimuksesta kävi ilmi, että luomutiloilla kuva oman tilan nykyisestä ja tulevasta kannattavuudesta on tavanomaisia tiloja positiivisempi. Luomutiloilla nähdään olevan kasvupotentiaalia ja niiden määrän ennustetaan kasvavan noin sadan tilan vuosivauhtia vuoteen 2022 mennessä.

Tällä hetkellä 3 000 tilaa myy tuotteitaan suoraan kuluttajille. Suoramyynti on yleisempää luomutiloilla kuin tavallisilla tiloilla. Suoramyyntiin odotetaan yleistyvän lähivuosien aikana, vaikka kasvunäkymät ovat hieman maltillisemmat verrattuna parin vuoden takaisin suunnitelmiin. Suoramyyntin kautta myydään eniten vihanneksia, juureksia, marjoja, kananmunia ja lammasta. Erityisesti nuoret viljelijät ovat kiinnostuneita jatkojalostuksesta ja suoramyyntistä, ja suoramyyntiin liittyvien investointien odotetaan lisääntyvän

Taloustutkimuksen Merja Lintunen käsitteli esityksessään Suomi Syö 2018 -tutkimusta, jossa selvitettiin, mitä kuluttajat ajattelevat luomu- ja lähiruuasta. Tutkimuksesta kävi ilmi, että kuluttajat ovat kiinnostuneita lähiruuasta, mutta kiinnostus on hieman laskenut vuodesta 2016. Myös lähiruuan viikoittainen ostaminen on laskenut. Sekä lähiruuan kiinnostavuudessa että ostamisessa on isoja aluekohtai-

sia eroja. Lähiruoka kiinnostaa selkeästi eniten Itä- ja Pohjois-Suomessa sekä Länsi-Suomessa, kun taas pääkaupunkiseudulla kiinnostus ja ostaminen on vähäisempää.

Tärkeimmiksi lähiruuan ostamista tukeviksi syiksi nousivat muun muassa halu tukea lähialueiden tuottajia, työllisyyttä ja taloutta sekä tuotteiden tuoreus ja laatu. Lähiruuan ostamisen suurimpina esteinä puolestaan nähdään tuotteiden kallis hinta ja epävarmuus siitä, mitkä tuotteet ovat lähiruokaa. Kuluttajat kaipaavat selkeämpiä lähiruuasta kertovia merkintöjä kauppojen hyllyihin ja tuotteisiin.

Luomutuotteita ostetaan erityisesti pääkaupunkiseudulla. Luomun ostamisen tärkeimpinä syinä pidetään tuotteiden puhtautta, luonnollisuutta, hyvää makua ja laadukkuutta sekä halua tukea pienviljelijöitä. Hinta nähdään myös luomutuotteissa suurimpana oston esteenä.

Kaiken kaikkiaan ympäristöön liittyvä huoli vaikuttaa kuluttajien asenteisiin ja ruokavalintoihin. Tutkimuksessa päätelläänkin kotimaisen ruuan, lähiruuan, luomun, Reilun kaupan tuotteiden ja kasvisruuan merkityksen kasvavan lähitulevaisuudessa.

Tutustu miniseminaarin esityksiin.

Teksti: Johanna Monnonen



Tunne asiakkaasi, niin markkinointi sujuu menestyksellisemmin

Terveiset ensimmäisestä Delicioats-somevalmennuspäivästä Helsingistä! 15.1. otettiin niskalenkki asiakasymmärryksestä ja somesta osana markkinointistrategiaa. Kaura-alan yritykset ideoivat, miten kauratuotteita markkinoidaan sosiaalisen median kautta maailmalle.

Jotta sisältömarkkinoinnissa voi onnistua, pitää tuntea henkilö, jolle markkinointia tehdään. Asiakas on ykkönen. Kävimme läpi projektin teettämät Saksaan ja Etelä-Afrikkaan suuntautuneen kuluttajatutkimuksen tulokset. Saimme tietää, ketkä ovat mahdollisia kauratuotteiden käyttäjiä, mitä tarpeita heillä on, ja millainen on kuluttajien elämäntyyli.

Yritykset olivat valinneet Saksan ja Etelä-Afrikan kohde-
maiksi, koska niihin suuntautuu nyt voimakas vienninedistämisen panostus kaurapohjaisissa kuluttajatuotteissa.

– Kohdennettu some-markkinointi on taktisesti fiksu valinta. Some sopii erityisesti silloin, jos yrityksellä ei ole käytävissä suurta budjettia kuluttajamassojen aktivointiin. Somemarkkinointia voi räätälöidä tarkkaan tietyille kohderyhmälle. Kohdennetussa somemarkkinoinnissa asiakkaan tuntemus ja tutkimustiedon merkitys korostuu entisestään, sanoo Innolinkin tutkimusjohtaja Mikko Ulander.

Tutkimuksista ilmeni kiinnostavia seikkoja. Kauramyönteiset edelläkävijäkuluttajat Etelä-Afrikassa kaipaavat markkinoille korkean proteiinipitoisuuden tuotteita ja vitamiinirikastettuja tuotteita. Saksassa laajaa kysyntää löytyy erityisesti alhaisen sokeri- ja rasvapitoisuuden tuotteille sekä kuitupitoisuudelle ja lisäaineettomuudelle.

Tutkimus opasti, miten kauratuotteista kiinnostuneita kannattaa lähestyä sosiaalisessa mediassa. Saksassa kuluttajat hakevat somesta erityisesti informatiivista tietoa. Eteläafrikkalaiset seuraavat hyvinvointi- ja terveys-, ruoka-, urheilu-, liikunta-, perhe- ja kauneusteemoja sekä julkisuuden henkilöitä. Tarkastellut kuluttajamarkkinat olivat kaikinensa varsin erilaisia. Tätä selittää osaltaan kuluttajien erilainen ikäprofiili. Saksassa kauratuotteista kiinnostuneiden kuluttajien mediaani-ikä sijoittuu noin 46 vuoteen. Etelä-Afrikassa noin 26 vuoteen.



Delicioats-valmennuksen järjestäjät Kubosta, Innolink Researchista ja Fennopromosta kannustavat yrityksiä perehtymään ajankohtaiseen somemarkkinointiin.

Seuraavaksi projektissa yritykset luovat ostajaprofiilit, jolle he kohdentavat somemarkkinointiaan. Markkinointia on mahdollista käynnistää tutkimuksen kohdemaihin. Tai yritykset voivat hyödyntää samaa somemarkkinoinnin mallia mihin tahansa maahan suuntautuvassa viennissä.

Delicioats-valmennukseen ehtii vielä mukaan! Jos haluat oppia kansainväliseksi somemarkkinoinnin osaajaksi, liity joukkoon. Projektin päärahoittajana toimii MMM ja toteuttajana Fennopromo Oy.

Lisätietoja

Eeva-Liisa Lilja

www.delicioats.fi

Kansainvälistä menestystä ja aluetalouteen panostamista Lapista

Alkuvuodesta joukko lappilaisia yrittäjiä yhdisti voimansa ja osallistui maailman suurimmille elintarvikemesseille eli Grüne Wochelle. Messut järjestettiin Berliinissä 17.–26.1.2019, ja ne keräsivät arviolta noin 400 000 kävijää. Suomi oli messujen pääpartneri messujen suurimmalla osastolla. Lappilaiset yrittäjät eivät esiintyneet Suomen osastolla kuitenkaan omalla ulkoasullaan ja nimellään, vaan yhteisen **Lapland Food Club -brändin** alla. Lapland Food Club -brändi sai alkunsa samannimisestä EAKR-hankkeesta, jossa koottiin yhteen viennistä kiinnostuneita yrittäjiä. Maaseutuklusterissa puolestaan tuotettiin LFC:lle näyttävä **markkinointivideo**, joka pyöri messuilla Suomen osaston pääscreenillä ja taukoamatta LFC:n osastolla.

Kokemukset Grüne Woche -messuista olivat rohkaisevat. Lapin osaston myynti oli koko Suomen osaston kolmanneksi paras, mikä jo itsessään on fanfaarien arvoinen saavutus. Lapin osasto oli kooltaan 30 m² ja se sijaitsi paraatipaikalla Suomen osaston päälavan vieressä. Osaston iso koko ja käytännöllinen muoto mahdollisti sen, että osastolla oli jopa 25–30 henkilöä kerrallaan maistelemassa, tutkimassa ja kuulemassa lisää tuotteista sekä lopulta ostamassa viemisiä myös kotiin. Myynnissä oli seuraavat huipputuotteet: Arctic Warriorsin erilaiset marjajauheet ja yrttieliiksiirit, Arctic Superfoods sin Wilder-patukat, Lapin Marjojen marjamehut, -marmeladit ja poronliha sekä Wild from Arctic vaahtokarkit ja alkoholittomat kuohujuomat. Lisäksi Lapland Food Clubin mukana oli Arctic Meat -yritys, jonka ylämaannaudan kärjistystä tarjottiin messujen alussa Visit Finlandin VIP-tilaisuudessa.

Tuotteista parhaiten kaupaksi kävivät Lapin Marjojen marjamehut, -marmeladit ja poronliha. Mehuja saatiin myytyä hyvin, koska niistä tehtiin pieniä shotteja myyntiin. Shotteissa oli yhdistetty vodkaa ja lappilaista kylmäpuristettua marjamehutiivistettä. Tämä oli selvästi eksoottista messukävijöiden mielestä, ja useimmat ylistävät shottien makua. Shottien myynnin yhteydessä oli helppo esitellä alkoholit-



Grüne Woche -messuilla (lähde: Maaseutuklusterin viestintä).

tomia marjamehuja. Myös shottien nimet olivat tarkkaan mietitty ja ne muodostivat myyntivaltin jo itsessään: Polarlicht (revontuli), Ruf der Wildnis (erämaan kutsu) sekä Rentierkuss (poron suukko) ja monet halusivatkin maistaa punaista poronsuukkoa! Poronliha puolestaan meni euron maistiaiskuppina kaupaksi hyvin, sillä poronliha kiinnosti messukävijöitä, eikä sitä ollut kovin monella muulla osastolla tarjolla. ”Porosnacksin” lisäksi myynnissä oli poroa fileenä pienissä pakkauksissa, joten poroa sai ostettua myös kotiin asti. Poro oli suosittu tuote ja sitä olisi varmasti mennyt myös muissa muodoissa kaupaksi. Lapin osaston vahvuus oli selvästi se, että tuotteet olivat terveellisiä ja luonnonmukaisia, kuten Arctic Warriorsin yrttieliiksiirit. Muiden maiden osastoilla päätuotteita olivat erilaiset makeiset, makkarat ja alkoholi.

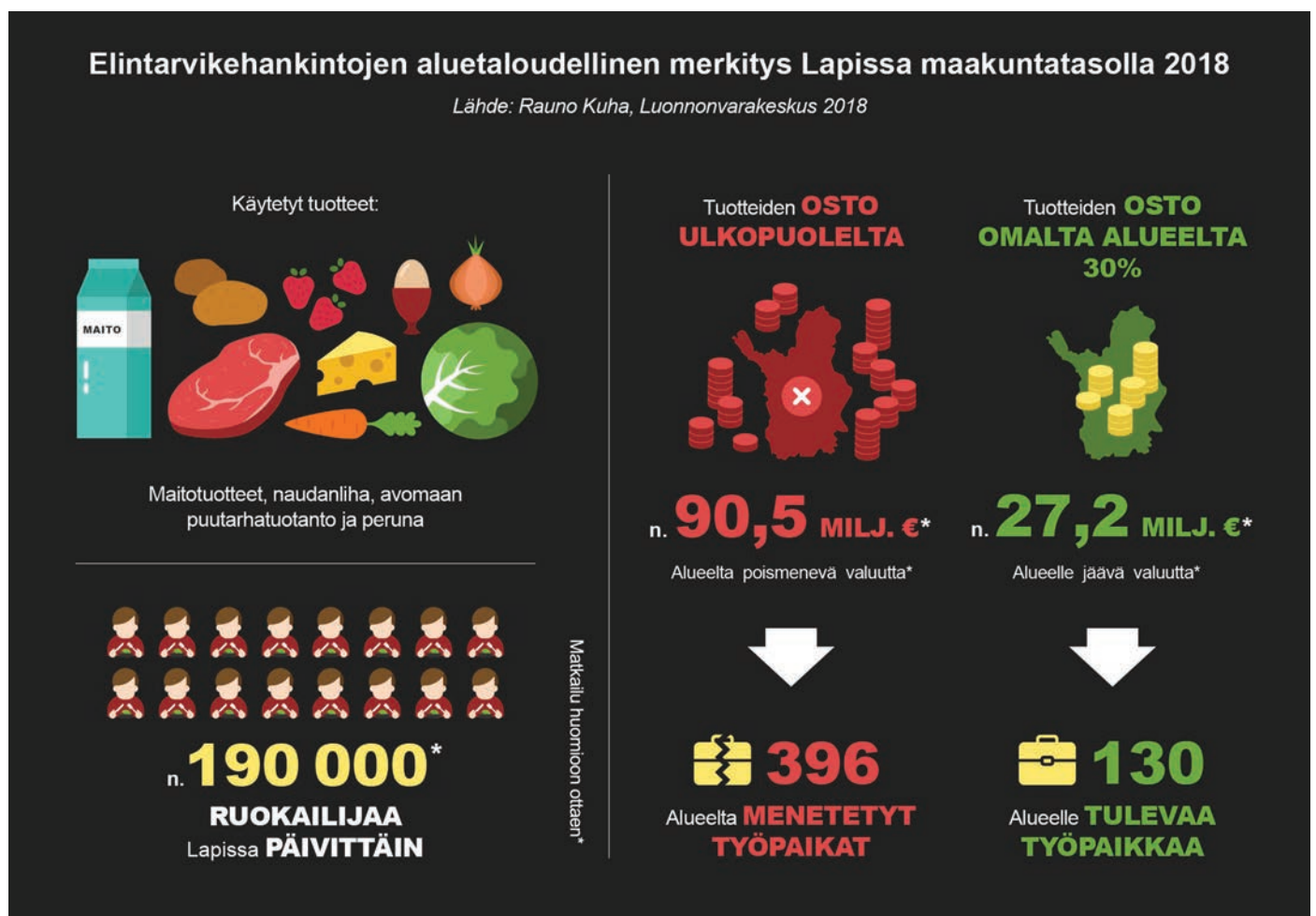
Tutustu Maaseutuklusterin viestintä -hankkeen laatimaan kattavaan ja informatiiviseen **matkaraporttiin**. Raportista löydät paljon lisätietoa Lapland Food Clubin matkasta Grüne Woche -messuilla.

Lapissa on puuhattu monenlaista muutakin lähiruoan kannattavuuden parantamiseksi. Maaseutuklusterin kuntakierroksella on jalkauduttu Lapin kuntiin ja kerrottu tilaisuuksissa kuntapäätäjille mm. elintarvikehankintojen aluetaloudellisista vaikutuksista. Erilaiset infograafit ovat puhuttaneet kovasti kuntapäätäjiä ja paikalla olleita kuntalaisia sekä alan yrittäjiä. Vapaasti hyödynnettävät infograafit ladattavissa dropboxissa. Tällaisia lähihankintoja tukevia infograafeja kannattaa tehdä jokaisessa maakunnassa, sillä ne innostavat yleisöä ja siten myös päätäjiä tekemään oikeanlaisia ratkaisuja.

Korvan taakse kannattaa pistää Levillä 15.3. järjestettävä **Hungry for Lapland -ruokamatkailutapahtuma**. Tapahtuman teema on yhdessä tekoja! Ruoka tärkeäksi ja elämykselliseksi osaksi Lapin matkailua. Ruokakokemuksen myötä matkailija tutustuu paikalliseen elämäntapaan, kulttuuriin, perinteisiin, lähiruokaan ja luonnonantimiin. Lapissa halutaankin nyt panostaa ruokamatkailun kehittämiseen, ja kirjoituksen alla on myös Hungry for Lapland -hankeaiho.

Lisätietoa muun muassa Lapin elintarvikealan kehittämisestä löydät **Biotalousuutisista** ja Lapin liiton sivuilta www.lappi.fi/lapinliitto/arktinen-biotalous !

Kirjoittanut: Johanna Asiala, Lapin liitto



Infograafit sähköisesti

Surdegsbröd på kulturspannmål en nygammal tred

De senaste 10-15 åren har fler och fler urbana, trendkänsliga människor också blivit alltmer glutenkänsliga. Att undvika gluten (och laktos för den delen) har, för många, blivit lösningen på mag- och matsmältningsproblemen. I många fall tror jag att det verkligen finns fog för rädslan att utsätta sig för vetemjöl i olika former. Varför?

För 70 år sedan började en medveten förädling av vetesorterna i Norden. Nytt avelsmaterial togs in från USA och Kanada. Med Manitoba Cream vetet som förebild ville man få fram glutenstarka vetesorter för att underlätta för den växande bageriindustrin. Med hårdare gluten fick man hårdare degar som inte kladdade i maskinerna. Med den snabba industrialiseringen och återuppbyggnaden av Europa efter kriget behövdes alla, män som kvinnor, ut i arbetslivet. Vi behövde kunna köpa industribröd efter arbetsdagens slut. Vi fick allt mer hårdsmält bröd, framförallt vitt bröd. Tack och lov har rågbrödet hållit sin ställning i finsk matkultur trots allt (men läs innehållsförteckningen; ofta är det tillsatt vetegluten också i rågbröden). På 80-talet förädlade man fram proteinet alpha-gliadin (gliadin är det ena proteinet i gluten, det andra är glutenin), vilket ger ett ännu hårdare gluten. Ännu tuffare för våra magar. Så jag har full förståelse för att folk slutar äta vete. Men här kommer de gamla vetesorterna, kulturspannmålen in i bilden. Det är nämligen skillnad på vete och vete. Enkorn, Spelt (eller Dinkel), Emmer, Kamut (eller Khorosan) m.fl. av alla dessa mångtusenåriga vetesorter har en helt annan glutenkvalitet än modernt vete. Mjukare gluten, med en dna-struktur som gör det mycket skonsammare för magen, speciellt om man bakar med surdeg. Varför är då surdegsbröd på gamla kulturspannmål bättre än jästbröd på moderna spannmål bättre?

För det första ger surdegens enzymer en mycket bättre bakteriebalans i brödet och därmed i våra magar. Vår matsmältning behöver inte jobba så hårt med en massa obearbetad spannmål. Jag brukar säga att matsmältningen av spannmålen började igår, men inte i din mage utan i mitt degtråg. Ättiksyras- och mjölksyrabakterierna är i princip desamma som finns i alla syrade matprodukter. De skapar en gynnsam miljö för matsmältningen. Dessutom



Kuva Samuel Petterssonin vetämältä hapanjuurikurssilta leipomo Backers Bakerilla (Pohja). Kurssilaiset ja Samuel tarkistavat taikinan lämpötilaa ja kypsyyttä. Kuva Marianne Elfving.

bryter dessa enzymer ner fytinsyran i spannmålen. Fytinsyran är spannmålens egen "fallskärm" för att överleva hoppet ut, eller snarare in, i våra eller djurens matsmältningskanaler. Fytinsyran förhindrar mineraler och andra näringsämnen att upptas i tarmen för att eventuellt ha så mycket näringsämnen kvar så att det kan gro och föröka sig när det väl kommer ut ur matsmältningen. Jäser man surdegsbröd över natten (eller två) bryts fytinsyran ner och vår kropp kan tillgodogöra sig näringen i brödet. En jämförande studie som gjordes förra våren på Örebro Universitet mellan "köpebröd" och våra surdegsbröd på tre urvetesorter, svedjeråg och naketkorn visade att 100 gr surdegsbröd innehöll 30-35% av dagsbehovet av bl.a. magnesium, mangan, järn, zink, medan köpebrödet låg

mellan 8-12%. Räkna då in att det snabbjasta köpebrödet knappt brutit ned nån fytinsyra alls, och man förstår att kroppen inte får speciellt mycket näring av sådant bröd.

För det andra ger den långa fermenteringen betydligt djupare smaker och därmed godare bröd. För att få ut den fulla potentialen med surdegsbakning bör den glade bagaren baka på stenmalet fullkornsmjöl av gamla lantsorter som t.ex. Spelt (Dinkel), Emmer eller Enkorn. Dessa har långa rötter som ger en mycket rikare variation av smakbärande mineraler etc. i mjölet. Att dofta i en nyöppnad säck ny-malt Enkorn är som att vandra över en gotländsk sommaräng full av vilda örter och gräs. Svenska vetesorter som Ölands-, Hallands- eller Dalavete är också utmärkta alternativ. Redan 20-30% fullkorn av ovannämnda sorter ger ett mycket smakrikt bröd. Gamla finska rågsorter som Svedjeråg eller Petkus med sina långa och komplexa rot-system tar naturligtvis upp mycket av jordens mineraler och spårämnen.

Sist men inte minst ger långfermenterat bröd en mycket längre färskhållning utan några som helst tillsatta konserveringsmedel. Insvept i en torr handduk i en brödlåda med lite ventilation håller ett välbakat surdegsbröd med kraftig och krispig skorpa en vecka utan problem. Smakerna och syran mognar och utvecklas under tiden medan köpebröd måste innehålla fetter, konserveringsmedel, malt mm. för att hållas färskt samt att det måste förvaras i plastpåse, vilket gör skorpan trist och tråkigt. Ett välbakat surdegsbröd behöver andas. Den kraftiga skorpan är ett naturligt fuktbevarande hölje som håller fukten kvar inne i brödet vilket torkar långsamt utifrån och in. Sätter man det i plastpåse stannar brödets fukt i skorpan som blir mjuk och släpper därmed ut resten av fukten ur brödet.

Sam Pettersson

Projektipäällikkö Ruokamaakunta Uusimaa

samuel.pettersson@novia.fi

[Hankkeen facebook](#)



Lähikuva hapanjuuritaikinasta leivontakurssilla. Kuva Marianne Elfving.

Artesaaniruoan SM-kilpailuissa 2018 kultamitalinvoittajan joululimppuja, "Vörtlimpa". Kuva Samuel Pettersson.

Ammattimaisen tavarankuljetuksen voi aloittaa yhä helpommin

Liikennepalvelulain muutos viime syksynä mahdollistaa uutta liiketoimintaa ja uusia konsepteja ammattimaiseen tavarankuljetukseen lupajärjestelmän keventyessä. Muutoksen myötä ajoneuvojen vaatimat järjestelyt tavarankuljetuksen aloittamiseksi voi jakaa kolmeen luokkaan:

1. Ammattimainen tavarankuljetus kokonaismassaltaan yli 3 500 kiloisella ajoneuvolla tai yhdistelmällä edellyttää tavaraliikennelupaa. Traktorilla saa kuljettaa tavaraa ilman liikennelupaa, jos traktorin suurin sallittu nopeus on enintään 60 kilometriä tunnissa.
2. Ammattimainen tavarankuljetus kokonaismassaltaan yli 2 000, mutta enintään 3 500 kiloisella, ajoneuvolla tai yhdistelmällä edellyttää ilmoituksen tekemistä Traficomille. Ilmoitus on yrityskohtainen. Myös liikenneluvan haltijan tulee tehdä ilmoitus, jos se suorittaa ammattimaista tavarankuljetusta yli 2 000, mutta enintään 3 500 kiloisella ajoneuvolla tai yhdistelmällä.

Tavaraliikenteen harjoittajaksi ilmoittaudutaan Traficomin sähköisessä palvelussa: www.traficom.fi/fi/asioi-kanssamme/ilmoittaudu-taksi-tavaraliikenteen

Voimassaoleva tavara- tai henkilöliikennelupa antaa mahdollisuuden alkaa harjoittaa tavaraliikennettä heti, kun ilmoitus on saapunut Traficomiin. Alalle tulevana uutena toimijana voi tehdä ilmoituksen samalla, kun hakee tavara- tai henkilöliikennelupaa.

3. Ammattimainen tavarankuljetus kokonaismassaltaan enintään 2 000 kiloisella ajoneuvolla tai yhdistelmällä ei edellytä liikennelupaa, eikä ilmoituksen tekemistä.

Lisätietoa tavaraliikenneyrittäjäksi ryhtymisestä saa Traficom sivuilta: www.traficom.fi/fi/tavaraliikenneyrittajaksi

Elintarvikekuljetusten toimijaksi?

Elintarvikkeiden kuljetus on aina ilmoitettavaa elintarvikehuoneistotoimintaa, jota kuvataan yrityksen omavalvontasuunnitelmassa. Eri elintarvikeryhmille on omat kuljetus- ja lämpötilavaatimukset, joihin voi tutustua Ruokaviraston sivujen kautta: www.ruokavirasto.fi/yritykset/elintarvikeala/kuljetus

Markkinoille on myös ilmestynyt uusia kylmäkuljetuksiin liittyviä ratkaisuja, jotka sopivat myös pienille toimijoille.

Kuopiolainen Heavyline Oy tuo maahan hollantilaisia VebaBox -kuljetuskontteja lämpötilasäädelyihin kuljetuksiin. Kontit mahtuvat pakettiauton kuljetustilaan ja niitä voi siirrellä. www.heavyline.fi

Turkulainen Cold World Oy myy Don Cool -kylmäsäiliöitä, jotka eivät vaadi erillistä kylmäkuljetuskalustoa. Yhteystiedot: info@coldworld.fi

Vad är typisk och unik gastronomi för regionen i mitten av norra Franrike vars huvudstad är Reims? Är det getost? Är det lufttorkad skinka? Är det ett bakverk? Nej, det är naturligtvis Champagne. Drycken som vida överstigit regionens ryktbarhet. Alla vet vad Champagne är men få kan rita in regionen på kartan. Champagne är världens mest välkända region som få vet om.

Detta är ett exempel på vad unikiteten och kvalitet kan medföra för ett område och dess premiumprodukt. Matregion Nyland – Ruokamaakunta Uusimaa projektet, som startade i augusti 2018, ska arbeta fram en strategi som kan bidra till att Nyland kan växa och profilera sig som en gastronomisk region både i Finland och internationellt. Den nyss utkomna rapporten av Reijo Karhinen förstärker också tanken på att öka förädlingsgraden och innovationerna inom livsmedelssektorn. Projektet arbetar utgående från fyra fokusområden eller ”tallrikar”.

1. Den offentliga tallriken Skolmat, äldremat och offentlig förtäring av alla de slag ingår här. Inte minst skolmaten är ständigt på tapeten i alla kommuner flera gånger i året. Jag har under hösten stött på minst fem kommunala kostchefer vars budskap är att de inte kan köpa lokala, närproducerade rotsaker eftersom de inte kan få dem färdigt tvättade, skalade och t.o.m. tärnade i en plastpåse. Detta eftersom de uppfattar att hygienlagarna förbjuder det. Så är inte fallet. Dessutom uppfattar många, både kostchefer och producenter att hela kommunens inköp måste upphandlas i bulk för hela året mer eller mindre på en gång. Här finns stora kunskapsluckor att fylla och pilotprojekt att inspireras av i många kommuner.

2. Turisttallriken. Här finns ett stort behov av en småskalig grossist för alla små och medelstora mathantverkare och producenter av premiumprodukter. Detta främst för fine dining-restaurangernas behov i huvudstadsregionen, men också för en bredare krets inte minst för catering och offentlig representation. Konceptet Ät som en Kung för Kungsvägens alla turistföretag kan bli ett viktigt samlande namn, kanske främst utanför huvudstadsregionen. En tanke och önskan är t.ex. att huvudstadsregionens HoReCa

företag kunde enas kring ett gemensamt, nytt, nyländskt varumärke för att tydligt ange vad som är helt nyländskt på deras menyer.

3. Exporttallriken Vad kan enkelt exporteras? Spannmål? Ja, men låt oss öka förädlingsgraden och exportera t.ex. knäckebröd, fryst bake-off bröd, havreinnovationer, drycker... kött? Inte så lätt men vi kan exportera renskav, viltskav, viltfond, ost. Absolut, ta Aostaregionens Fontina som exempel. Nya innovationer och förädling är en nyckel till framgång på exportmarknaden.

4. Nylänningens tallrik Här har naturligtvis REKO redan en nyckelställning. Självklart kan man begära att detaljhandeln ska göra mer för att lyfta fram lokal produktion, låt oss hoppas att sånt också sker.

Genom alla tallrikar går hållbarhet som en röd tråd. Vi kan inte fortsätta med den fossilberoende verksamhet vi idag driver. Cityodling i vertikala torn med LED-belysning kan säkert producera färska kryddväxter för några restauranger i storstäderna, men det som har gett människan mat i tusentals år är en frisk matjord, regn och sol i ett naturligt kretslopp.

Sam Pettersson

Projektipäällikkö Ruokamaakunta Uusimaa
samuel.pettersson@novia.fi

[Hankkeen facebook](#)



Tulevaisuuden ympäristöystävällisiä pakkausratkaisuja kehitetään yhdessä

Uusiutuvasta raaka-aineesta valmistettujen ekologisten pakkausratkaisuiden kysyntä on voimakkaassa kasvussa. Kuluttajakäyttäytymisen muutos, digitalisaatio ja pakkausmateriaalien kiristyvät ympäristövaatimukset tuovat haasteita pakkaaville yrityksille ja pakkausvalmistajille. Siirtyminen uusiin ekologiisiin pakkausratkaisuihin avaa sekä pakkaaville että koneita ja laitteita valmistaville yrityksille uusia liiketoimintamahdollisuuksia.

Lappeenrannan teknillisen yliopiston Pakkaustekniikan laboratorion ja Lahden ammattikorkeakoulun Muotoiluinstituutin yhteishankkeessa kehitetään tulevaisuuden ympäristöystävällisiä pakkausratkaisuja elintarvikealan PK-yritysten tarpeisiin. Korkeakouluilla on korkeaa pakkausosaamista pakkausmateriaaleihin, muotoiluun ja pakkausten valmistukseen liittyen.

KUPARI - Kuitupohjaisten pakkausratkaisuiden integrointi PK-yritysten tarpeisiin -hankkeessa yritysten on mahdollisuus päästä kokeilemaan LUT:n ja LAMKn kehittämiä pakkausratkaisuja elintarvikkeiden pakkaamiseen. Vaihtoehtona tarjotaan kotimaisista raaka-aineista valmistettuja kuitu- ja biopohjaisia pakkausratkaisuja.

KUPARI -hankkeeseen kuuluu 4 ympäristöystävällistä tuotepakkaamista kehittävää toimenpidekokonaisuutta:

Yritysten tarpeiden kartoittaminen

Hankkeessa kartoitetaan elintarvikkeita pakkaavien PK-yritysten tuotepakkaamiseen liittyviä haasteita haastatteluissa ja työpajoissa Etelä-Karjalan ja Päijät-Hämeen alueella. Tutkimustulokset kootaan diplomityössä tiedoksi kehitystyötä varten.

Pilointimahdollisuus omien tuotteiden pakkaamiseen

Hankkeessa haetaan yhteistyökumppaneita kuitupohjaisten pakkausratkaisuiden pilotointiin. Hankkeen aikana on mahdollisuus kokeilla tuotteenne pakkaamista LUT:illa kehitettyihin vuoka- ja pussimallisiin kartonkipakkauksiin.

Biomateriaaleja eri pakkausformaateille

Puukuitupohjaiset pakkausmateriaalit tarjoavat ekologisemman vaihtoehdon muoville edistäten pakkausten ympäristömyönteisyyttä ja kiertotalouden periaatteiden toteutumista. Hankkeessa kehitetään elintarvikepakkaamiseen soveltuvia biomateriaaleja ja tuotantoteknisiä ratkaisuja paremman tuoteturvallisuuden sekä monipuolisen käytettävyyden saamiseksi.

Ekologisia pakkausmuotoiluratkaisuja PK-yrityksille

Hankkeen aikana suunnitellaan uusia pakkauskonsepteja ja tehdään niistä prototyypit hyödyntäen ekologisia materiaaleja ja hankkeessa kehitettäviä valmistustekniikoita.

Yritys saa tietoa kuluttajien käyttäytymistä ohjaavista tekijöistä ja tulevaisuuden pakkausratkaisuksista.

Yritykset saavat tietoa, millä tavoin kuluttajien tarpeita voi täyttää kestäväällä tavalla ja luoda samalla kestävämpää tuotekehitystä ja brändiarvoa.

Osallistamalla toimenpiteisiin PK-yritykset saavat käyttöönsä viimeisintä tietoa uusista ekologisista pakkausratkaisuksista, joita LUT:lla ja LAMK:lla on kehitetty.

Hankkeessa järjestetään työpajoja yrityksille. Helmikuussa järjestettiin ensimmäiset työpajat Lahdessa ja Lappeenrannassa. Aiheina olivat muun muassa kestävä kulutuksen ja pakkaamisen megatrendit ja niiden vaikutukset. Li-

säksi esiteltiin elintarvikealan PK-yritysten haastatteluihin nousseita tuotepakkaamisen haasteita ja kehitysideoita. Työpajassa esiteltiin myös tuotteiden pakkaamisen pilotointimahdollisuuksia. Kesäkuussa 2019 työpajatoiminta jatkuu sekä Päijät-Hämeen että Etelä-Karjalan alueella

Liittyminen mukaan tulevaisuuden pakkausratkaisuita kehittävään verkostoon on maksutonta. Hanketta rahoittavat EAKR (Päijät-Hämeen ja Etelä-Karjalan liitot) ja se toteutetaan ajalla 1.8.2018 - 31.12.2020.

Lisätietoja:

Mika Kainusalmi, mika.kainusalmi@lut.fi

Kati Kumpulainen, kati.kumpulainen@lamk.fi

www.lamk.fi/kupari

Rahaa jaossa pohjoismaiseen ruoka-alan yhteistyöhön

Pohjoismaiden ministerineuvosto (PMN) haluaa lisätä ruoka-alan kestävä pohjoismaista yhteistyötä. Sen vuoksi se on avannut aiheesta hankehaun. Haun takaraja on tulevana vapunpäivänä, 1.5.2019 kello 23.59 Tanskan aikaa.

Hakujulistus, -ohjeet ja -lomakkeet on julkaistu englanniksi ja tanskaksi tässä osoitteessa: www.norden.org/en/funding-opportunities/open-call-nordic-cooperation-projects-sustainability-and-new-nordic-food

Viisitoistavuotiasta Ny nordisk mat/ Uusi Pohjoismainen ruoka -ohjelmaa (NNM) toteutetaan pääosin hankkeiden kautta. Tällä kertaa hankkeille on jaossa yhteensä enintään 1 500 000 Tanskan kruunua (noin 200 000 euroa). Hyväksytty hanke voi saada avustusta enintään 600 000 DKK (noin 80 000 euroa).

Kyseessä on nk. avoin haku, mutta ministerineuvosto on erityisen kiinnostunut seuraavista teemoista:

- julkiset ruokapalvelut: esimerkiksi lastentarhoissa ja kouluissa jne.

- pohjoismainen ruokakulttuuri ja uudet pohjoismaiset ruokavaliot: kestävä kehitys ja viestintä
- kestävä ruokamatkailu

Hankkeen pitää koskea vähintään kolmea pohjoismaata tai pohjoismaista itsehallintoaluetta (Ahvenanmaa, Färsaaret, Grönlanti). Hankkeen tulee käynnistyä vuoden 2019 aikana ja päättyä 1.5.2021 mennessä. Tarkemmat tiedot hankerahoituksen saamisen muista edellytyksistä, hankkeiden tavoitteista ja kriteereistä on kirjattu hakujulistukseen.

Hakemuksen voi laatia englanniksi, ruotsiksi, tanskaksi tai norjaksi. Hakemus liitteineen pitää toimittaa takarajaan, 1.5.2019, mennessä PMN:n sihteeristöön Mads Frederik Fischer-Møllerille, madmol@norden.org Hän myös antaa hausta tarvittaessa lisätietoja englanniksi tai tanskaksi. Hakijat saavat tiedon hankkeistaan koskevista ratkaisuksista kesäkuun puolivälissä.

Seija Ahonen-Siivola, seija.ahonen-siivola@mmm.fi

Suomen edustaja NNM-ohjelman ohjausryhmässä

Artesaaniruokan mestaruudet ratkotaan Jyväskylässä syyskuussa 2019

Neljättä kertaa järjestettävä avoin Artesaaniruokan suomenmestaruuskilpailu toteutetaan tänä vuonna Jyväskylän ammattikorkeakoululla Jyväskylässä 13.-14.9. Lisäksi palakitut tuotteet tulevat olemaan esillä Wemmi – Ween maanviljää -tapahtumassa Jyväskylän Paviljongissa 15.9.

Toukokuun 1. päivänä avautuva kilpailu on avoin kaikille pohjoismaisille ja Baltian maiden osallistujille. Kategorioita on kaikkiaan 11 ja arvioinnissa käytetään pääasiassa Ruotsin Eldrimneristä sovellettuja kilpailusääntöjä. Voittajat julkistetaan lauantai-iltana 14.9. järjestettävässä juhla-gaalassa Gradia Jyväskylän Ravintola Priimuksessa. Kilpailun yhteydessä järjestetään ajankohtaisia seminaareja, tapaamisia ja yritysvierailuja, jotka ovat avoimia kaikille ruoka-alan toimijoille ja ruoasta kiinnostuneille.

Kilpailun säännöt omistavan Suomen artesaaniruoka ry:n päämääränä on suomalaisen artesaaniruokan kehittäminen ja edistäminen Ruotsin artesaaniruokakeskuksen, Eldrimnerin, määritelmän mukaisesti:

”Artesaaniruoka luo ainutlaatuisia, maukkaita, korkealaatuisia ja yksilöllisiä tuotteita. Tuotteet valmistetaan pääasiassa paikallisista, huolella tuotetuista raaka-aineista pienimuotoisesti ja usein omalla tilalla. Artesaaniruokalle on

tunnusomaista, että ihmisen käsi ja osaaminen ovat mukana koko tuotantoketjussa. Lopputuloksena on terveellisiä tuotteita, jotka eivät sisällä tarpeettomia lisäaineita ja joiden alkuperä pystytään jäljittämään. Artesaaniruoka kunnioittaa perinteitä, käyttää nykyaikaisia menetelmiä ja luo innovatiivisia tuotteita.” (www.mathantverkarna.fi/?lang=fi)

Vuoden 2019 kilpailun järjestelyistä vastaa Jyväskylän ammattikorkeakoulun hallinnoima Keski-Suomen ruokaketjun koordinaatio 2 -yhteistyöhanke. Kilpailua rahoittaa hankkeen kautta Keski-Suomen ELY-keskus Euroopan maaseudun kehittämisen maatalousrahastosta sekä maa- ja metsätalousministeriö. Pääyhteistyökumppani on Suomen Artesaaniruokayhdistys - Mathantverk i Finland r.f. Muita yhteistyötahoja ovat muun muassa Yrkehögskolan Novia ja Suomen Keittiömestarit ry.

Lisätietoa kilpailusta, kategorioista ja käytännön järjestelyistä tullaan julkaisemaan maaliskuun aikana aitomaa-seutu.fi -sivustolla. Vuonna 2018 käytettyihin sääntöihin voit tutustua osoitteessa www.novia.fi/mathantverkfmi/kilpailun-saannot. Kilpailun johtajana toimii projektipäällikkö Leena Pölkki Jyväskylän ammattikorkeakoulun liiketoimintayksiköstä leena.polkki@jamk.fi



Kontiomehu vuoden 2018 Karelia à la carte yritys

Kontiomehu Joensuusta on valittu Vuoden 2018 Karelia à la carte -yritykseksi. Valinta tehtiin 60 Karelia à la carte -verkostoon kuuluvan yrityksen joukosta. Kontiomehu tunnetaan erityisesti alkoholittomista kuohujuomista: lehti-, karpalo-, puolukka- ja mustikkakuohusta. Suuren suosion saanut lehtikuuhu on mustaherukan lehdistä valmistettu, Marskin juomanakin tunnettu, hienostunut juhla juoma. Lehtikuuhun raikkaan maun lähteenä ovat Kiiskisten omalta sukulialta Kontiolahdelta käsin poimitut, keväiset herukanlehdet. Kullankeltainen lehtikuuhu on kerännyt suurta suosiota juoma-arvosteluissa ja noussut arvostetuksi alkoholittomaksi juhla juomaksi.

Kontiomehu on viime vuosina kasvanut perheyrityksestä seitsemän henkilöä työllistäväksi yritykseksi. Kesäaikana kausityössä Kiiskisten marjatilalla on noin 20-30 henkilöä. Liikevaihto on kohonnut yli 900 000 euroon. Viime vuonna valmistuneet upoudet toimitilat (800 neliometriä) sijaitsevat Joensuussa Hallbergintiellä. Yrityksen markkina-alue on koko Suomi. Tärkeimpiä myyntikanavia ovat keskusliikkeet (SOK, Kesko), tukkuliikkeet, Alko ja ravintolat. Kontiomehun tuotteissa toteutuvat erinomaisesti Karelia à la carte -arvot: paikallisuus, karjalaisuus, omaleimaisuus, vieraanvaraisuus ja luonto.

- Karelia à la carte -ruokamatkailuverkosto tunnetaan hyvin alan toimijoiden ja myös kuluttajien keskuudessa. Nyt ruoka nähdään tärkeänä osana matkailuelämystä, mistä kertoo myös se, että meillä on Valtakunnallinen Ruokamatkailustrategia, jossa Karelia à la carte on esillä esimerkiksi toimintatapana ja strategian jalkauttajana, toteaa puheenjohtaja Airi Timonen Karelia à la carte-verkostosta.

Karelia à la carte -verkosto on 27 -vuotias ruokamatkailuverkosto, johon kuuluu 60 pohjoiskarjalaista elintarvikkealan yritystä, matkailuyritystä ja ravintolaa. Karelia à la carte -verkostoa koordinoi ProAgria Pohjois-Karjalan Maa- ja kotitalousnaiset ja Karelia à la carte -valiokunta, joka koostuu 12 yrittäjäjäsenestä.

Airi Timonen

airi.timonen@gmail.com

Karelia à la carte -verkoston puheenjohtaja



2019

15.3.2019	Hungry for Finland – Ruokamatkailun tuotteistaminen, Levi
20. - 21.3.2019	Valtakunnallinen Maaseutumatkailuseminaari, Ähtäri
22.3.2019	Ruokaketjun tulevaisuustärskyt, Mikkeli
26. - 27.3.2019	Food Business Summit, Seinäjoki
27.3.2019	Tulevaisuuden ruoka Tietoprovinsissa, Seinäjoki
28.3.2019	Ruoka-ala kasvuun Pohjois-Pohjanmaalla, Oulu
3.4.2019	Hyvinvointituotteiden ja muiden erikoistuotteiden lainsäädäntöpäivä, Tampere
4. - 7.4.2019	Lähi ruoka & luomu-messut, Helsinki
4.4.2019	Elintarvikealan vientivalmennuspäivä
5. - 6.4.2019	Lautasella -messut, Helsinki
16.4.2019	Vienti suunnannäyttäjäksi luonnontuotealalla!, Oulu
23.4.2019	Ruoka-ala kasvuun Pohjois-Savossa, Kuopio
24.4.2019	Ruoka-ala kasvuun Pohjois-Karjalassa, Joensuu
26. - 27.4.2019	Tietysti kotimaista! pientuottaja- ja ravintoloitsijatapahtuma, Helsinki
7.5.2019	Elintarvikepäivä, Helsinki
15.5.2019	Ruoka-ala kasvuun, Etelä-Savossa
16.5.2019	Ruoka-ala kasvuun, Etelä-Karjalassa ja Kymenlaaksossa
23. - 24.8.2019	Lauhan Lähi ruokafestivaali 2019, Huittinen
4.9.2019	Suomalaisen ruuan päivä
4. - 7.9.2019	Riga Food 2019
13. - 14.9.2019	Artesaaniruuan SM-kilpailu 2019, Jyväskylä
14.9.2019	Osta tilalta! -päivä
2.10.2019	Luomuelintarvikepäivä, Helsinki
4. - 6.10.2019	Turun Ruoka- ja viinimessut

Katso lisätiedot ja lisää tapahtumia aitojamakuja.fi -tapahtumakalenterista