

Aitoja makuja

3/2018

Vieraskynä

Ajankohtaista
MMM:n
käytäviltä

Markkinointi-
vinkkejä
ruokayrityksille
s. 11

Lisää vientiosaamista koulutuksen,
tapahtumien ja markkinatiedon kautta s. 8-10

Elintarvike-
viennin
ABC
-webinaari
21.9.

Aitoja makuja -tiedotuslehti

Aitoja makuja -tiedotuslehti kertoo elintarvikealan kehittämistyöstä. Lehti ilmestyy vuonna 2018 neljä kertaa verkkolehdenä aitojamakujalehti.fi.

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

Aikataulu

Nro	Materiaalin dl	Julkaisupäivä
1	5.3.	16.3.
2	28.5.	8.6.
3	27.8.	7.9.
4	19.11.	30.11.

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

aitojamakujalehti.fi
aitojamakuja.fi
issuu.com

Kansikuva: Päivi Niemi / Vastavalo.fi

SISÄLTÖ

Vieraskynä.....	3
Yhteisöllisen elintarvikekehityksen tuloksia ja toimintamalleja Pohjanmaalta..	4
Virta venhettä vie – Lähiruoan koordinaatiohanke muutaman vedon päässä satamasta.....	6
Elintarvikeviennin osaajaksi!.....	8
Vientitietoa saatavilla.....	9
Elintarvikeviennin ABC -webinaari.....	9
Ruokakulttuuriyhteistyötä ruohonjuuritason – Terra Madre Nordic.....	10
Lähiuokakoordinaatiolta markkinointivinkkejä ruokayrityksille.....	11
Savon silmut pienten elintarvikeyritysten apuna Pohjois-Savossa.....	12
Reko-renkaista tieteellinen artikkeli.....	13
Osta tilalta! -päivää juhlietaan 15.9.....	13
Keski-Suomessa ruokaketjun ja -matkailun kehittämistä yhteistyöllä.....	14
Päiväkodit ja koulut julkisten keittiöiden asiakkaina Etelä-Savossa.....	17
Parasta pöytään Pirkanmaalta verkkojulkaisu.....	18
Lisää lähiruokaa julkisiin ruokapalveluihin?.....	19
Kaninliha kiinnostaa kuluttajia.....	20
Prolocalis kerää pientuottajat samaan appiin.....	22
Pakkausmerkinnät verkkokurssi.....	23
Lähiuoka ravintoloissa.....	23



Ajankohtaista MMM:n käytäviltä

Vuosi 2018 jää muistiin hyvin haastavasta kasvukaudesta. Myöhäinen kevät sekä helteinen, kuiva kesä ovat romahduttaneet satotoiveet useilla viljelykasveilla eri puolilla Suomea. Viljailoille tämä on katastrofi, mutta myös kotieläintilat ovat vaikeuksissa rehupulan vuoksi. Useiden kotieläintilojen ennakoidaan myös luopuvan tuotannostaan rehutilanteen ollessa se viimeinen niitti pidempään jatkuneeseen kannattavuuskriisiin. Osassa tuoteryhmiä pystymme tänä vuonna ylläpitämään omavaraisuutemme, osassa se ikävä kyllä laskee.

Budjettiriihessä etsittiin ratkaisuja tämän vuoden tilanteeseen. Maatalouden uudistumista ja toimintaedellytyksiä on kuitenkin katsottava pitkälle tulevaisuuteen, jotta kannattavuuskehitys saadaan positiivisille urille. Hallitus päätti kesällä kutsua vuorineuvos Reijo Karhisen selvityshenkilöksi pohtimaan keinoja kannattavuuskehityksen suunnan muuttamiseksi. Osana selvitystyötä on käynnistetty koko loppuvuoden avoinna oleva verkkokeskustelu, jolla halutaan saada mahdollisimman laajalta vastaajajoukolta näkemyksiä ja konkreettisia kehittämisideoita suomalaisen maatalouden ja koko ruokaketjun edistämiseksi ja siitä, minkälaista ruuantuotantoa meillä tulevaisuudessa pitäisi olla. Kannustan kaikkia antamaan omia ehdotuksiaan siitä, mitä maataloudessa ja koko ruokaketjussa pitäisi tehdä, jotta jatkossakin saamme kotimaista raaka-ainetta. Keskusteluun pääset www.ruuantuotantokannattavaksi.fi.

Kannattavuuskehityksessä luomutilat pärjäävät muita tiloja paremmin. Myös tuotteitaan suoraan myyvillä tiloilla on positiivinen vire. Tarvitsemme jatkossakin luomu- ja lähiruokasektoreiden systemaattista ja pitkäjänteistä kehittämistä. Luomu- ja lähiruokaohjelmien jatko on linjattu viime vuonna hyväksytyssä ruokapoliittisessa selonteossa. Maa- ja metsätalousministeriössä on päätetty, että ohjelmia ei kirjoiteta uusiksi, vaan ne päivitetään tulevaisuuden tarpeiden mukaisiksi. Päivitystyöhön saamme hyvää aineistoa ja kentän näkemystä kesän ja syksyn aikana käynnissä olevista ao. ohjelmien ulkopuolisista arvioinneista.

EU-ohjelmakausi 2014-2020 on jo pitkällä, ja lähiruokasektorilla on toteutettu hyviä alaa eteenpäin vieviä hankkeita. Uusiakin ehtii vielä käynnistyä ennen kauden loppua. Hallinto kääntää tässä vaiheessa katseet jo tulevaan, ja uuden ohjelmakauden valmistelu on käynnissä. Valmistelu tulee perustumaan kentän osallistamiseen kuulemisten ja työpajojen kautta. Työtä rytmittää strategiaryhmän lisäksi kolme substanssityöryhmää: maataloustuotanto, maaseudun kehittäminen ja markkinat.

Kirsi Viljanen
Erityisasiantuntija
maa- ja metsätalousministeriö

Yhteisöllisen elintarvikekehityksen tuloksia ja toimintamalleja Pohjanmaalta



Projektit saattavat yhteisen pöydän ääreen niin yrityksiä, tutkijoita kuin ruokaharrastajia. Kuva Nanna Rintala.

Elintarvikeyritykset, tutkijat ja ruokaharrastajat ovat kohdanneet yhteisöllisen ruokakehittämisen parissa työpaikoissa Seinäjoella ja Vaasassa kevään 2018 aikana. Tuoteideoita, demotuotteita ja jo lanseerattujakin tuotteita on tutkailtu niin maun, tulevaisuuden trendien kuin kestävän kehityksenkin näkökulmista. Aistinvaraiset arvioinnit tuotteista ovat kuuluneet teoriaosuuksien lisäksi jokaisen työpajan ohjelmaan, ja kuluttajapalautteista on keskusteltu yritysten kanssa työpajapäivien jälkeen tuotekehityksen tueksi.

Työpajoista ovat vastanneet yhteistyössä Food Bait ja Blue Products -projektit, joiden tavoitteina on ollut mm. auttaa elintarvikealan yrityksiä uudistamaan tuote- tai palvelukonseptiaan entistä kannattavammaksi asiakasnäkökulma huomioon ottaen. Kalastuksen innovaatio-ohjelma Blue Productsissa kehitetään erityisesti lisäarvotuotteita vähemmän hyödynnetyistä kalalajeista.

- Osallistuvat yritykset ovat saaneet tutkijoiden ja ruokaharrastajien panoksen tuotekehitykseensä sekä tutkimustietoa tukemaan omaa tuotekehitysprosessia. Tukena ovat myös yritysverkosto ja uudet kumppanuudet. Työpa-

jasarjan tavoitteena on ollut yhteiset tuotelanseeraukset ja yritysten sekä projektien yhteiset näkyvyyskampanjat tapahtumissa niin Suomessa kuin Ruotsissa kesän ja syksyn aikana, kuvailee tutkimusprofessori Anu Hopia Turun yliopiston Funktionaalisten elintarvikkeiden kehittämiskeskuksesta.

Uusia yrityksiä ja kuluttajia mahtuu vielä mukaan syksyn toimintaan

Alkukesän Food Business Summitissa Seinäjoella tuote-esittelyssä olivat mukana Alavuden öljynpuristamon Punajuuripesto, Laidun Herefordin teuvalaista nyhtönautaa, Snickars Delin kotimainen kalaherkku (röra) Raippaluodosta, Pietarsaarelaisen Pesma Tmi:n kalamakkara "Lahnakkara", Pirjon Pakarin Hannun 100 % HYVÄJYVÄ Kauhajoen leipomolta sekä Jalasjärveläisen West Mills Oy:n kauramuru. Ruokien vastapainoksi mukana oli myös Lappajärveltä Tiinan Kokkituvan kuusenkerkällä maustettua Kraatterijärven vettä. Yhteisesite tuotteista löytyy projektien verkkosivuilta.

Vaikka ensimmäiset tuote-esittelyt kehittämissä mukana olleista tuotteista on tehty, projektien toimintaan voi hyvin vielä osallistua syksyn ja ensi kevään aikana. Työpajatoiminta laajenee Seinäjoelta ja Vaasasta myös Turun seudulle. Keskiössä ovat edelleen kuluttajien osallistaminen toimintaan sekä aistilähtöiset menetelmät tuotteiden kehittämisen tukena. Aikataulut ja yhteystiedot toimintaan osallistumiseksi löytyvät projektien sivuilta, joten kannattaa lähteä mukaan, olipa sitten kiinnostunut kuluttaja tai kehittävä yrittäjä!

Teksti

Susanna Ihanus

susanna.ihanus@utu.fi

Food Bait -projekti

- lisää elintarvikesektorin pienten ja keskisuurten yritysten kilpailukykyä
- kuluttajat tukena tuotekehityksessä, aistilähtöistä arviointia
- uusia liiketoiminnan ekosysteemejä Merenkurkun alueelle, verkostoitumista
- toimijoina Turun yliopisto, Seinäjoen ammattikorkeakoulu ja Uumajan yliopisto
- Hanke päättyy 30.6.2019.

Lisätietoa: www.foodbait.fi

Blue Products

eli Kalastuksen innovaatio-ohjelma

- tavoitteena Suomen kalastuselinkeinon taloudellinen kasvu
- lisäarvotuotteita silakasta ja vähäarvoisista kalalajeista sekä niiden sivuvirroista
- konsortiota koordinoi Österbottens Fiskarförbund ja hallinnoi Aktion Österbotten
- toimijoina Teknologian tutkimuskeskus (VTT), Turun yliopisto ja Luonnonvarakeskus

Lisätietoa: <http://kalainnovaatiot.blogspot.fi>, www.merijakalatalous.fi



Food Bait -projektin yritysysteistyössä mukana mm. Lappajärveltä kotoisin oleva Kokkitupa ja heidän tuotteensa kuusenkerkällä maustettu kraatterijärven vesi. Kuva Katja Marttunen.



Yritysverkostojen kehittäminen on yksi projektien tavoitteista. Tässä annoksessa yhdistyy Laidun Herefordin nyhtönauta, Pirjon Pakarin leipä sekä Alavuden öljynpuristamon punajuuripesto maukkaaksi annokseksi. Kuva Katja Marttunen.

Virta venhettä vie - Lähiruoan koordinaatiohanke muutaman vedon päässä satamasta

Kolme vuotta sitten lähdettiin innokkaasti kokoamaan voimia yhteen ja edistämään lähiruoka-alan kehittämistä. Hankkeen keskiössä olivat alan toimijoiden välisen yhteistyön lisääminen ja vahvistaminen, yhteisen ja kaikkia hyödyntävän materiaalin ja tiedon tuottaminen sekä viestintä eri muodoissaan unohtamatta läheisiä ja teemaa tukevia toimialoja.

Viereisellä sivulla esitellään muutamia hankkeen tuloksia. Eri teemojen ympärillä järjestetyt hanketreffit mahdollistivat lähiruoka-alan kehittäjien kokemusten vaihdon ja tapaamiset kasvokkain. Matkan varrella nousi esiin tarve kohdata jonkin tarkemman asian ympärillä ja siksi esim. pk-yritysten elintarvikeviennin kanssa toimivien tahojen ja hankkeiden tapaamisia järjestettiin puolivuositain.

Ruoka-alan yritysten toiminnassa elintarvikelainsäädännöllä on tärkeä rooli. Niinpä koordinaatiohankekin oli tiiviisti mukana hallituksen toimeenpanemassa byrokratian purkutalkoissa erilaisissa työryhmissä ja elintarvikelain uudistukseen liittyvissä keskusteluissa. Jotta voimaantulleet helpotukset olisivat kaikilla tiedossa, järjestettiin useita webinaareja esim. suoramyynä ja REKO-toimintaan liittyvän lainsäädännön sekä uusien Eviran pk-neuvontahankkeen oppaiden sisällön avaamiseksi. Lainsäädäntötyön osana valmistui viranomaisyhteistyönä ”pienimuotoinen ja vähäriskinen toiminta, josta ei tarvitse tehdä elintarvikehuoneistoilmoitusta” -ohjeistus.

Lyhyet ketjut ja vaihtoehtoiset myyntikanavat kulkivat luontevasti mukana lähiruoka-alan toiminnoissa webinaarien ja nyt kolmatta kertaa järjestettävän Osta tilalta! -päivän muodossa. Tokikaan laidan yli ei heitetty perinteisiäkään myyntikanavia vaan autettiin eri tahoja yhteistyöverkostojen luomisessa.

Vielä hankkeen alussa ei ollut näköpiirissä, että hyönteisten elintarvikekäyttö olisi hyväksyttyä. Nyt se ei ole enää mikään uusi juttu. Aika näyttää, mitä uutta tulevaisuus tuo tullessaan ja tuleeko esim. aiemmin käytetystä kaninlihasta uudelleen suosittua. Kaninlihan markkinanäkymiä avaa tässä lehdessä asiaan liittyvä opinnäytetyö.

Hankkeen viestinnässä hyödynnettiin tutuksi tullutta aitojamakuja.fi -verkkosivustoa ja sen sosiaalisen median kanavia, joiden käyttöä vielä laajennettiin tämän hankkeen aikana. Muutaman vuoden tauon jälkeen julkaistiin myös jalostavien elintarvikeyritysten tilasto vuoden 2017 lopulla.

Hankkeen slogan ”Yhdessä tehden parempiin tuloksiin” viitoitti ja toimi perustana kaikelle toiminnalle alusta lähtien. Näitä tuloksia ei olisi saatu aikaan yksin ja yhden hankkeen toimesta vaan tulokset tehtiin vahvan, toimivan ja innostavan verkoston kanssa.

Vaikka lähiruoan koordinaatiohanke nyt saapuukin satamaan, niin matka jatkuu ja samassa veneessä jatketaan luomu- ja luonnontuotealojen kehittämisen kanssa. Yhteinen, kolmivuotinen Ruokasektorin koordinaatiohanke alkaa tänä syksynä. Päättävänä on tehostaa ruokasektorin kehittäjien ja yrittäjien keskinäistä yhteistyötä ja aktiivisuutta kehittämistoiminnoissa. Hankkeessa panostetaan a) yhteistyöhön ja yhteispeliin sekä yhteisten kokonaisuuksien rakentamiseen, b) saavutettujen tulosten ja vaikutusten esiin nostamiseen yritys- ja hanketason lisäksi maaseudun kehittämisohjelman tasolla sekä c) ruokasektorin toimijoiden yhteistyöllä lisäarvotuotteiden kehittämisen tukemiseen. Pk-elintarvikesektorin kehittämistyö jatkuu siis laajennetulla yhteistyöverkostolla.

Teksti:

Päivi Töyli

Lähiruoan koordinaatiohanke

Poimintoja
tuloksista

Lähiruoan valtakunnallinen koordinaatiohanke 2015–2018



14

Teemallista, alueellista
ja valtakunnallista
hanketreffiiä



79

Verkostotapaamista
maakunnallisesti
ja valtakunnallisesti



1840

Tilaisuuksiin
osallistunutta



Elämyksellistä,
paikallista ja kestävää.
Lähiruokaviestinnän
tueksi kuvia ja
viestintämateriaalia.



16

Webinaaria
lainsäädännöstä,
suoramyyntistä,
yritysryhmistä
ja markkinoinnista



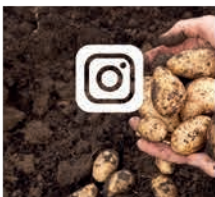
Hyviä käytänteitä,
kansainvälistä
yhteistyötä,
Osta tilalta! -päivä



2859

Jalostavaa
elintarvikeyritystä

Viestintää eri kanavissa:



240

Tiedotetta,
uutiskirjettä,
julkaistua juttua



aitojamakuja.fi
LÄHIKO-ryhmä

Lähiruokakoordinaatio
tiedottaa

150

sähköpostia

250

vastaanottajalle



YouTube-videoita
mm. yritysten
yhteistyöstä

aitojamakuja.fi



Turun yliopisto
University of Turku



Elinkeino-, liikenne- ja
ympäristökeskus



Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutualueisiin

Elintarvikeviennin osaajaksi!

Suomalaisista elintarvikealan pk-yrityksistä vain harvat toimivat kansainvälisillä markkinoilla, ja vientiä jo harjoittavilla pk-yrityksilläkin viennin osuus liikevaihdosta on pieni. Yhä useammalla yrityksellä on mahdollisuus tavoitella myös vientimarkkinoita, ja jo vientiä harjoittavat olisi saatava kansainvälistymään entistä laajemmin. Tarve saada uutta osaamista ja ammattilaisia elintarvikealan vientiin on tunnistettu ja tuotu esiin useilla eri tahoilla. Suomesta on puuttunut elintarvikeviennin osaamisen kehittämistä tukeva koulutus.

Uusi vientikoulutus elintarvikealan toimijoille

Neljä ammattikorkeakoulua on tarttunut tähän haasteeseen ja toteuttaa valtakunnallisen Elintarvikeviennin Osaaja -hankkeen, jonka tavoitteena on lisätä pk-yritysten vientiosaamista ja innostaa yrityksiä näkemään uudenlaisia vientimahdollisuuksia maailmalla. Maa- ja metsätalousministeriön rahoittaman hankkeen toteuttavat Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu, Haaga-Helia ammattikorkeakoulu, Karelia-ammattikorkeakoulu ja Oulun ammattikorkeakoulu. Hankkeessa tuotetaan ja pilotoidaan elintarviketoimialan erityistarpeisiin ja lähtökohtiin perustuva Elintarvikeviennin Osaaja (30 op) -koulutusohjelma. Koulutus on tarkoitettu ensisijaisesti elintarvikealalla toimiville pk-yrityksille ja henkilöille, joilla on soveltuva amk-tasoinen tutkinto tai vankka kokemus elintarvikealalta.

Käytännönläheinen koulutusohjelma käynnistyy lokakuussa

Koulutusohjelma toteutetaan kaksi kertaa hankkeen aikana. Ensimmäinen ohjelma alkaa Mikkelissä lokakuussa 2018 ja toinen ohjelma Oulussa tammikuussa 2019. Koulutuksessa perehdytään monipuolisesti eri aihealueisiin. Ohjelmassa on mm. asiakaslähtöinen tuotteistamisosaaminen, markkinointiviestintä ja brändäys, myyntitaidot, kohdemarkkinoiden tuntemus ja vientiprosessien hallinta. Kouluttajina on työelämän ja elintarvikealan asiantuntijoita sekä elintarvikealaa ja -vientiä tukevien organisaatioiden asiantuntijoita. Lähipäivien lisäksi koulutukseen kuuluu myös oppimistehtäviä, työpajoja sekä verkko-opetusta, ja koulutuksen aikana osallistujat tekevät omaan työhön ja yritykseen liittyvän kehittämistehtävän.

Elintarvikeviennin Osaaja -koulutusohjelman pilotoinnin ja siitä saatujen kokemusten pohjalta haetaan lupaa toteuttaa vastaava koulutusohjelma ammattikorkeakoulutasoisena erikoistumiskoulutuksena vuodesta 2020 alkaen.

Lisätietoja ja hakulomake:

www.xamk.fi/elintarvikevienninosaaja

Merja Ryökäs

Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu

merja.ryokas@xamk.fi



Vientitietoa saatavilla

Valtakunnallinen Finnish Food Innovations -ohjelma (FFI) päättyi kesäkuun lopussa. Useat yritykset olivat mukana tekemässä innovatiivista tuotekehitystä vientimarkkinoita ajatellen ja uusia tuoteideoita syntyi ohjelman aikana useita satoja.

Osallistujille tehdyn haastattelun mukaan yli 40 % yrityksistä teki nykyisiin tuotteisiinsa tuoteparannuksia tuotteiden vientikilpailukyvyn lisäämiseksi. Lähes 20 % yrityksistä puolestaan pystyi innovoimaan suoraan hyödyntämiskelpoisia uutuusvientituotteita. Yli 80 % yrityksistä oli saanut tietoa markkinoista, mikä auttoi heitä jatkossa valmistamaan uusia vientituotteita ja lähes 70% sanoi hyötynneensä verkostoitumismahdollisuudesta toisten yritysten ja asiantuntijoiden kanssa. Kaikkiaan ohjelmaan osallistui 251 yritysten edustajaa 121 yrityksestä ja 140 asiantuntijaa 83 organisaatiosta.

CoDesign -menetelmä elintarvikealan käyttöön

Ohjelman yhtenä tärkeimpänä tuloksena pilotoitiin uusi tuotekehityksen CoDesign-menetelmä elintarvikealan käyttöön. CoDesign on käytettävissä jatkossakin ja se tuo myös pienten ulottuville perinteisesti vain suurten yritysten saatavilla olleet tuotekehitysresurssit ja osaamisen. Yritykset voivat jatkossa käyttää menetelmää esim. yritysryhmä-hankkeissa. Alan kehittäjät saavat mallista uuden, testatun ja tulokselliseksi havaitun työkalun käyttöönsä. Mallista on toteutusohje www.finnishfoodinnovations -sivuilla.



FFI-ohjelman toteutustiimi hankkeen päätöstunnelmissa.

Vientiasiantuntemusta ja markkinatietoa

Yritykset voivat etsiä asiantuntijoiden apua vientituotteiden tuotekehitykseen. FFI-ohjelmaan osallistuneiden asiantuntijoiden listaus löytyy www.finnishfoodinnovations.fi -sivuilta. Ulkomaista markkinatietoa on saatavilla myös tulevaisuudessa. FFI-ohjelma korosti markkinatiedon tärkeyttä tuotekehityksen perustana. Tiedonhankinta jatkuu MarketWise -projektissa syyskuun 2018 alusta alkaen noin kahden vuoden ajan. MarketWise kokoaa markkinatietoa maailmalta ja jakaa tietoa some-kanavissa sekä tilaisuuksissa. MarketWisen edustajan Fennopromo Oy:stä voi pyytää puhujaksi tapahtumiin!

Elintarvikeviennin ABC -webinaari 21.9.2018

Webinaarissa kuulet perustietoa siitä, mitä viennin viranomaisvaatimuksista tulee tietää. Käsitellään mm. mitä pk-yrityksen on hyvä huomioida, kun suunnittelee tuotteidensa vientiä sisämarkkinoille tai EU:n ulkopuolelle. Webinaarissa Eviran ylitarkastaja Saara Lönnroth käy läpi viennin askeleet. On mahdollista myös lähettää tarkempia aiheitoiveita ennen webinaaria sähköpostitse pk-vienti@evira.fi.

Ilmoittaudu aitojamakuja.fi tapahtumakalenterissa olevan linkin kautta tai suoraan <https://link.webpolsurveys.com/S/52EEE8FC458AABDF>

Ruokakulttuuriyhteistyötä ruohonjuuritasolla - Terra Madre Nordic



Pohjoismainen Slow Food -verkosto järjesti 27.-29.4. 2018 ensimmäisen yhteisen ruokakulttuuritapahtuman Kööpenhaminassa. Pohjoismaiden ministerineuvoston rahoitus mahdollisti tapahtuman yhdistettynä runsaaseen talkootyöhön. Tavoitteena oli edistää pohjoismaisten toimijoiden keskinäistä yhteistyötä sekä yritysten ja tuotteiden tunnettuutta kuluttajien keskuudessa. Näytteilleasettajina oli noin 80 laadukkaita ruokatuotteita vastuullisella ja kestäväällä tavalla valmistavaa pk-elintarvikeyritystä. Osallistujia oli kaikista Pohjoismaista sekä itsehallintoalueilta, lisäksi mukana Slow Food Sápmi. Tapahtuma keräsi noin 5000 kävijää.

Tapahtuma noudatti Slow Food -tapahtumamallia – tuotteiden esittelyn, maistattamisen ja myynnin lisäksi tärkeään osaan ohjelmaa nousivat erilaiset keskustelutilaisuudet ja maistelutyöpajat. Esimerkiksi Slow Fish -alueella Marja Komppa kertoi tuotteesta ja maistatti Järki Särkeä esimerkkinä kestävästä vähemmän arvostetun järvikalan hyödyntämisestä. Keskusteluteemojen kirjo oli valtava ja teemoihin pyrittiin löytämään edustus kattavasti eri tahoilta.

Suomesta mukana tapahtuman suunnittelussa oli mukana kymmenkunta toimijaa: Slow Food -ryhmät (Helsinki, Keski-Suomi, Itä-Uusimaa, Västnyland), korkeakoulut (Helsingin yliopisto Ruralia instituutti, Jyväskylän ammattikorkeakoulun restonomikoulutus, Turun yliopiston Brahea-keskuksen lähiruuan koordinaatiohanke, Novia ammattikorkeakoulun Kustens Mat) sekä tukena muita tahoja (Food from Finland, Visit Finland, ELO-säätiö, MTK).

Suomesta oli mukana tuottajia eri puolelta maata: Bäckers (Raasepori), Ollinmäki (Anttola), Komppa-Seppälän tila/Järki Särki (Korpilahti), Malmgård (Pernaja), Sunspelt, (Tampere/Mikkeli), Kal's Specialty Foods (Hindersby), Coconut Street Restaurant (Helsinki), Finnish Plant FP Kotaja (Vampula). Suomalaisia tuottajia esittelyssä ja



JAMK:n kestäväen gastronomian restonomiopiskelijat.

myynnissä avustivat Jyväskylän ammattikorkeakoulun restonomiopiskelijat.

Tapahtumassa Slow Food -verkosto keskusteli myös uudesta yhteispohjoismaisesta kestäväen ruuan julkilausumasta. Tämä keskustelu jatkuu Torinossa syyskuussa 2018 järjestettävässä Terra Madre Salone del Gusto -tapahtumassa 20.-24.9.2018.

Lisätietoja

Minna Junttila

minna.junttila@jamk.fi

www.tmn18.com



Lähiruokakoordinaatiolta markkinointivinkkejä ruokayrityksille

Lähiruoan valtakunnallinen koordinaatiohanke on koonnut markkinointioppaan yrittäjille. Oppaassa markkinointitietoutta käsitellään käytännönläheisesti, esimerkkien avulla. Kokonaisuus on suunnattu etenkin pienyrittäjille.

— Lähiruokakilpailuihin liittyvän selvityksen yhteydessä havaitsimme, että yrittäjä voisi hyödyntää kilpailuihin osallistumista vahvemmin oman näkyvyytensä lisäämisessä. Kun myös muissa yhteyksissä markkinointiin kaivattiin vinkkejä, päädyimme koordinaatiohankkeessa kokoamaan materiaalia. Yhteiseen käyttöön sekä yrittäjille että muille toimijoille tehdyn materiaalin koostaminen onkin ydintehtäviämme koordinaatiohankkeessa, toteaa Heidi Valtari Turun yliopiston Brahea-keskuksesta.

Markkinointityötä edullisesti?

Pienyrityksessä markkinointi jää useimmiten yrittäjälle itselleen. Aina kysymys ei kuitenkaan ole hintavista toimenpiteistä, vaan esimerkiksi verkon välityksellä voi tavoittaa asiakasryhmiä monin tavoin, pienilläkin panostuksilla. Vuorovaikutuksesta asiakkaan kanssa

kerrotaan muun muassa sisältö- ja jälkimarkkinointia käsittelevissä osioissa. Opas johdattaa myös tiedotteen, yrityksen tarinan ja markkinointisuunnitelman kirjoittamiseen. Markkinointivinkit sisältävät sekä perinteisiä että moderneja markkinoinnin keinoja.

Mielikuvat vaikuttavat myyntiin

Markkinointi ei ole irrallinen osa yritystä, päinvastoin, jopa pukeutuminen ja asiakirjojen ulkonäkö sisältävät markkinointiin, koska ne luovat mielikuvaa yrityksestä.

— Voidaan sanoa, että kaikki yrityksen toiminta on osa markkinointia, näkyvyyttä ja menekinedistämistä. Kun hetken pysähtyy miettimään asioita, voi monilla pienillä toimenpiteillä saada lisänäkyvyyttä ja uusia asiakkaita. Toivon, että vinkit ovat tässä apuna ja auttavat eteenpäin, muistuttaa projektipäällikkö Päivi Töyli Brahea-keskuksesta.

Markkinointivinkkejä elintarvikeyritykselle -opas löytyy Aitoja makuja -verkkosivuilta www.aitojamakuja.fi

Teksti Tiina Paananen

Savon silmut pienien elintarvikeyrityksien apuna Pohjois-Savossa

Miten omasta tuotekehitysideasta tai jo markkinoilla olevasta tuotteesta viilata huipputuote, kuinka saada lisää näkyvyyttä lähituotteelle ja mistä saada yksinyrittäjänä vertaistukea – näiden kysymysten kanssa monet pienyrittäjät painivat. Tähän haasteeseen on tarttunut Kehitysyhtiö SavoGrown ja Navitas Yrityspalveluiden yhteishanke, Savon silmut, joka käynnistyi keväällä 2018 Euroopan aluekehitysrahaston tuella.

Heti tositoimiin

Pia Tarvus kuuli Savon silmut -hankkeesta Navitaksen Armi Nissiseltä ja innostui heti. Hänellä on ollut ajatuksissa aloittaa aivan uudenlaisen tuotteen valmistus ja myynti, mutta tuotteen valmistusprosessissa on kohtia, joihin Pia tarvitsee alkuun apua. SavoGrown tuotekehittäjä Urpo Hirvonen tapasi Pian heinäkuussa ja yhteinen sävel löytyi nopeasti. Suonenjoella, uusituissa tuotekehitystiloissa, alkavat tuotetestaukset loppukesästä ja eiköhän syksyllä päästä maistelevaan ihka uutta tuotetta

Maakunnassa mainetta jo niittänyt Harri's Food Factory ja gourmet-annosten isä Harri Pynnönen haluaa myös kehittää street food -vaunusta myytäviä lähiruoka-annoksia ja laajentaa toimintaansa. Harrin ajatuksissa on lisätä sisävesikalojen käyttöä pikaruokamenuissa ja kehittää tuotteita, joiden säilyvyysaika on nykyistä pitempi.

Sparrausta ja verkottumista

Savon silmuihin otetaan mukaan myös ituja, toimijoita, joilla ei ole vielä yritystä, mutta joilla on jokin kiehtova idea lähiruokaan liittyen. Pieniä elintarvikealan toimijoita ohjataan yksilöllisesti, mutta hankkeen aktiviteetteihin kuuluu myös paljon erilaisia opintoretkiä, teemallisia tupailtoja, koulutustilaisuuksia ja koemarkkinointitapahtumia. Yhtenä päämääränä on lähteä silmujen kanssa Gastro 2020 -messuille esittelemään maakunnan lähiruoka-antia.

Lisätietoja

Sonja Mäkkeli, sonja.makkeli@savogrow.fi

www.savogrow.fi/elintarvikekehitys



Suomalaisista REKO-renkaista on julkaistu tieteellinen artikkeli Problems of Sustainable Development -lehdessä. Lehti on kaksi kertaa vuodessa ilmestyvä, tieteellinen aikausjulkaisu. Artikkelin ovat kirjoittaneet Barbara Szymoniuk Lublinin teknillisestä yliopistosta ja Heidi Valtari Turun yliopistosta osana lähiruoan koordinaatiohanketta.

REKO on vastuullista kuluttamista

Artikkelin mukaan REKO-renkaissa yhdistyvät kestävän kuluttamisen periaatteet ja modernien markkinoinnin keinojen hyödyntäminen. Kestävä kuluttaminen tarkoittaa luonnonvarojen vastuullisen käytön huomioivaa kuluttamista, esimerkiksi kierrättämistä, punnittuja ostopäätöksiä sekä luomu- ja lähiruuan suosimista ruokavaliossa. Modernissa markkinoinnissa raja kuluttajan ja tuottajan, kuten myös B2B- ja B2D-markkinoiden välillä on hämärtynyt. Asiakkaista voi tulla tuotteen tai yrityksen brändilähettiläitä, jotka suosituksillaan vaikuttavat muiden ostopäätöksiin.

REKO kiinnostaa ulkomailla

Artikkelissa REKO-renkaat nähdään siirrettävissä olevana toimintamallina, joka on jo herättänyt kiinnostusta muissa Skandinavian maissa, sekä Italiassa ja Alankomaissa. REKO-renkaat toimivat ilman välikäsiä ja tuottaja hyötyy myynnistä taloudellisesti enemmän.

Lue artikkeli: <http://ekorozwoj.pol.lublin.pl/no26/m.pdf>

Teksti Tiina Paananen

Lähiruoan ystävä, valtakunnallinen Osta tilalta! -tapahtumapäivä on tulossa! Sadonkorjuun merkeissä juhlistaan suomalaisia ruoantuottajia ja heidän tuotteitaan lähtemällä noutamaan ne suoraan tiloilta omaan ruokapöytään. Samana päivänä järjestetään yhteistyössä Makumatka maalle -teemapäivä, joka kutsuu maaseudun matkailu- ja elämyspalveluita tuottavat yritykset esittelemään toimintaansa.

Muista osallistua myös valokuvakilpailuun! Jaa suoramyyntiostoksiin, -tiloihin tai niihin liittyviin tunnelmiin ja kokkailuihin liittyvä kuvasi 20.8 - 20.9 Instagramissa, Twitterissä tai Facebookissa ja tägää se #elämystilalla sekä #ostatilalta tai #köpavbonden. Palkinnot ja kilpailun tarkemmat säännöt voi lukea osoitteesta <https://ostatilalta.fi/kuvakilpailu/>.

Kurkkaa löytyykö sinun alueeltasi kenties kotimainen lampaanliha, maistuvat kasvikset tai kukkaishunaja osoitteesta <https://ostatilalta.fi> ja lähde matkaan! Sivusto tarjoaa myös reseptivinkit ja tekemistä lapsille tapahtumapäivää varten.

Päivän järjestäjäksi ilmoittautuminen on auki 15.9.2018 saakka ja se on maksutonta.

Osta tilalta! -päivän järjestelyissä ovat mukana Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelma 2014–2020 ja Maaseutuverkostopalvelut, Turun yliopiston Brahea-keskuksen Lähiruoan koordinaatiohanke, Aitojamakuja.fi, Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto MTK ja Svenska Lantbruksproducenternas Centralförbund SLC, Maa- ja kotitalousnaiset, Marttaliitto, Marthaförbundet, Suomen 4H-liitto, Finlands svenska 4H, Lomalaidun ry ja Suomen Maaseutumatkailuyrittäjät ry.

Teksti: Ellinoora Havaste



Keski-Suomessa ruokaketjun ja matkailun kehittämistä yhteistyöllä

Ruokakuvas. Kuva Joni Rahunen.

Keski-Suomessa tehdään monipuolista yhteistyötä maaseudun ja ruokaketjun elinvoimaisuuden edistämiseksi. Tuoreimpana toimintamallina järjestettiin ensimmäistä kertaa Amazing Keski-Suomi -tapahtuma keväällä 2018. Syksy puolestaan käynnistyy lähiruokakampanjaviikoilla tuoden tuottajat ja kuluttajat yhteen erilaisissa ruokamatkailu-, myynti- ja lähiruokatapahtumissa. Lapsetkin huomioidaan - he pääsevät vierailemaan maatiloilla ja tutustumaan ruoan alkujuurisiin sekä tuottajiin.

Amazing Keski-Suomi – 24 tuntia seikkailua

Amazing Keski-Suomi -tapahtuma järjestettiin 18.-19.5.2018. Viisi neljän hengen joukkuetta, joiden johtajina toimivat valtakunnallisesti tunnetut somettajat, seikkailivat ympäri Keski-Suomea ja heidän suorittamat rastitehtävät liittyivät maaseutuun, ruokaan, matkailuun, hyvinvointiin ja kulttuuriin. Kisailijat muun muassa valmistivat ruisleipää, tunnistivat viljalajeja ja juustoja, maistelivat sirkkoja ja paistivat keittiömestareiden valvovan silmän alla paikallisista kaurajauhuista lettuja. Liikkuminen tapahtui kaasuautoilla sekä rasteista riippuen polkupyörillä, juosten, meloen, koskikelkkaillen tai resiinalla pumpaten.

Tämä poikkeuksellinen ja uudenlainen tapa tuoda näkyvyyttä maakuntaan yhdisti keskisuomalaisen toimijoiden

voimat ainutlaatuisella tavalla, toimialarajat ylittäen. Maakuntajohtaja Tapani Mattilan sanoin: ”Tästä syntyi ennennäkemätön ja merkittävä markkinointitempaus. Emme saa jättää toteuttamista yhteen kertaan.” Osallistujat suosittelivat kopioimaan konseptia muillakin alueilla.

Jyväskylän ammattikorkeakoulun hallinnoiman Keski-Suomen ruokaketjun koordinaatiohankkeen yhteistyötahoina tapahtumaa olivat järjestämässä Keski-Suomen liitto sekä suuri joukko muita maakunnan kehittäjiä, oppilaitoksia, kehittämissyhtiöitä, hankkeita, kuntia, yrityksiä ja yhdistyksiä.

Lisätietoja, kuvia ja videoita www.amazingkeskisuomi.fi



Amazing Keski-Suomi -joukkueet.

Kuva Heikki Sulander.

Osta paikallista! Varmista huomisen ruokasi!

Keskisuomalaiset lähiruokakampanjaviikot 31.8.-23.9.2018 tuovat yhteen kuluttajat ja tuottajat erilaisissa ruokamatkailu-, myynti- ja lähiruokatapahtumissa. Maaseutuyrittäjyyttä ja ruoan matkaa pellolta pöytään tehdään tunnetuksi uunituoreessa Aito maaseutu Keski-Suomessa -julkaisussa. Maakuntalehti Keskisuomalaisen liitteenä jaetun lehden painosmäärä on 120 000 kappaletta ja se on luettavissa myös sähköisenä.

Toistamiseen järjestetyn Aitojen Makujen Yö -ruokamatkailutapahtuman 31.8. ja REKO-toiminta -infotilaisuuden 4.9. jälkeen luvassa on Maaseutu kaupungissa -lähiruokapäivä Jyväskylän Kauppakeskus Sepässä 8.9.

Tulevaisuuden kuluttajat ja päätöksen tekijät eli lapset kolmesta eri koulusta pääsevät vierailemaan neljällä maatilalla 11.9. Osta tilalta! ja Makumatka maalle -päivää vietetään 15.9. Pellolta pöytään ja maailmalle -lähiruokaseminaari kokoaa yrittäjät, kehittäjät ja toimialasta kiinnostuneet Jyväskylään 18.9.

Kampanjaviikot huipentuvat jo kolmannen kerran järjestettävään Käsintehty ruoka -kilpailuun 22.9. ja lähiruokaosastoon Wemmi - Ween maan wiljaa -markkinoilla Jyväskylässä 22.-23.9.



Tyttö & tarjotin. Kuva Piia Kykkänen.

Monimuotoista kehittämistä - yhdessä

Maakunnallinen yhteistyöhanke, tuttavallisemmin KEKO, jatkaa täydellä höyryllä kuluvan vuoden 2018 loppuun. Monia onnistumisia, mutta myös oppimisen paikkoja on matkan varrella koettu. Nimensä mukaisesti yhteistyötä on tehty laajasti – näkyvimpinä toimenpiteinä voidaan nostaa Keski-SuomiON GO -tilaisuudet, Keski-Suomen Maaseutugaala, Lähiruokatreffit, Päätäjien iltakoulut ja lähiruokakokkauskisat sekä Amazing Keski-Suomi -kilpailu. Tulossa ovat toki vielä syksyn lähiruokakampanjaviikkojen tapahtumat ja hankkeen päätösseminaari 11.12.

Jotta tieto saadaan kulkemaan ja asiat rullaamaan, pitää myös viestintäkanavien olla kunnossa. Aito maaseutu Keski-Suomessa -sivusto ja erityisesti sieltä löytyvä kalenteri toimivat yhden luukun periaatteella niin yrittäjille, kehittäjille kuin kuluttajillekin. Samalla optimoidaan ajankohtaisen sekä arkistoidun tiedon jakoa, mutta myös minimoidaan samalle kohderyhmälle suunnatun koulutus- tai tapahtumatarjonnan päällekkäisyys.

Hyvä käytäntö on ollut myös maaseutuhankkeiden vetäjistä ja/tai viestintävastaavista sekä sidosryhmistä kootun kehittämistyöryhmän säännölliset tapaamiset tiedonvaihtoon ja suunnitteluun. Jo maankuulu Pöytäparlamentti on puolestaan huhuillut kaikki maaseututoimijat yhteisen keskustelu-, tiedonvälitys- ja vertaistukipöydän ääreen joka toinen kuukausi.

Uutta kohti – KEKO 2

Kuluvan ohjelmakauden oppeina Keski-Suomessa halutaan entisestään vahvistaa asiakkaan ja tuottajan/jalostajan kohtaamista sekä panostaa edelleen markkinointiin ja tuotekehitykseen – horisontissa siintävät myös kansainväliset markkinat. Paukkuja halutaan laittaa myös toimialan houkuttelevuuden ja kannattavuuden lisäämiseen sekä

yrittäjien jaksamisen tukemiseen. Avoin ja koordinoitu viestintä auttavat osaltaan näidenkin tavoitteiden saavuttamisessa.

Oman lisänsä tuotekehitykseen tuo artesaaniruoan kehoda, Ruotsin Eldrimneristä, Suomeen jalkautunut Artesaaniruoan SM-kilpailu, joka tullaan näillä näkymin järjestämään Keski-Suomessa Wemmi-tapahtuman yhteydessä Jyväskylässä syyskuussa 2019.

Kirjoittajat:

Leena Pölkki, Piia Kykkänen ja Toni Laajalahti
Jyväskylän ammattikorkeakoulu, Liiketoimintayksikkö



Ruokakuvaus. Kuva Joni Rahunen.

Päiväkodit ja koulut julkisten keittiöiden asiakkaina Etelä-Savossa

Etelä-Savon 16 kunnassa toimii 570 ammattikeittiötä ja ne tarjoavat 21,4 miljoonaa annosta vuodessa. Tämä käy ilmi Etelä-Savon ruokaviesti -hankkeen tuottamasta Tilastotietoja Etelä-Savon ruokasektorista -aineistosta.

Ammattikeittiöiden määrä vaihtelee kunnittain paljon. Mikkelissä ammattikeittiöitä on peräti 199, kun pienissä kunnissa määrä jää alle kymmeneen. Osakeyhtiöt ja yksityiset liikkeenharjoittajat hallinnoivat reilua puolta ammattikeittiöistä.

Jakelukeittiöitä valtaosa julkisista keittiöistä

Julkisia ammattikeittiöitä Etelä-Savossa on 195 eli 34 % koko alueen ammattikeittiöistä. Julkisista ammattikeittiöistä suurin osa, noin 64 %, on jakelukeittiöitä. Niihin ruoka tuotetaan 33 valmistuskeittiössä. Joka viidennessä keittiössä valmistetaan ruoka siellä tarjottavaksi. Julkisen keittiön antimia nautitaan erityisesti peruskouluissa, lukioissa ja ammatillisissa oppilaitoksissa, joissa toimii 69 % julkisista ammattikeittiöistä.

Valmistus ja anniskelu kulkevat käsikädessä yksityisellä sektorilla

Yksityisistä 375 ammattikeittiöstä suurin osa, 80 %, on valmistuskeittiöitä. Yksityisiksi ammattikeittiöiksi tässä Taloustutkimus Oy:n Horeca-rekisterissä määritellään osakeyhtiön, liikkeenharjoittajan, osuuskunnan, yhteisön tai säätiön ylläpitämät ammattikeittiöt. Yksityisistä ammattikeittiöistä muutama on keskuskeittiöitä ja vajaa 30 jakelukeittiötä.

Joka kolmas yksityinen ammattikeittiö toimii anniskeluravintolassa. Seuraavaksi yleisimmät toimialat ovat kahvilat ja huoltoasemien yhteydessä toimivat kahvilat ja ravintolat.

Ravitsemistoiminta työllistää

Yksityisten ammattikeittiöiden määrä on 12 % koko ruokasektorin toimipaikoista Etelä-Savossa. Ruoanvalmistus on työvoimavaltaista, sillä ruokasektorin 5400 työntekijästä joka viides työskentelee ravitsemisalalla.



Ruokasektorilla suurin liikevaihto Etelä-Savossa on elintarvikkeiden ja juomien vähittäiskaupassa, 404 miljoonaa. Ruokasektorin toimipaikoista peräti 75 % on kasvinviljelyssä ja kotieläintaloudessa.

Kaikkiaan Etelä-Savossa on 2877 ruokasektorin toimipaikkaa, mikä on noin 22 % kaikista Etelä-Savon toimipaikoista. Ruokasektorin liikevaihto oli 971 miljoonaa vuonna 2016.

Vihannesviljelyä avomaalla ja kasvihuoneissa

Etelä-Savo on vihannesviljelyn aarreaitta. Koko maan salaatin viljelyalasta 43 % on Etelä-Savossa. Avomaalla 15 viljelijää tuottaa 135 hehtaarina viljelyalalla 1,14 miljoonaa kiloa salaattia. Kiinankaalia kasvaa 1,11 miljoonaa kiloa, mikä on lähes 70 % koko maan tuotannosta. Ruukkusalaateista 15,5 % kasvatetaan Etelä-Savossa.

Ruokaoivallus etsii uusia kasvisideoita

Etelä-Savon ruokaviesti -hanke järjesti pari vuotta sitten nuorille ruokainnovaatiokilpailun – Ruokaoivallus. Kilpailun

luun tuli hyviä ideoita ympäri Suomen. Nyt Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu järjestää Ruokaoivallus-kilpailun uudelleen.

Ruokaoivallus-kilpailun konseptia on kehitetty eteenpäin, jotta ideoista saadaan konkreettista hyötyä ruokasektorille. Kehittämistyössä hyvänä apuna on ollut Valtakunnallisen lähiruuan koordinaatiohankkeen teettämä selvitys ruoka-alan kilpailutoiminnasta.

Syyskuun puolessa välissä julkaistava Ruokaoivallus-kilpailu yhdistää ammattikeittiöt, vihannesviljelyn ja opiskelijat. Kilpailussa on kaksi sarjaa: kasvisruoka opiskelijaravintolaan ja take away välipalatuote. Toteutus on jaettu useampaan vaiheeseen ja parhaimmista pääsee arvioimaan niin raatilaiset kuin suuri yleisökin. Tarkemmat ohjeet kilpailuun www.ruokaoivallus.fi.

Tilastotietoa Etelä-Savon ruokasektorista -aineistoon voi tutustua www.ekoneum.com sivulta.



Taina Harmoinen
projektipäällikkö
Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu

Parasta pöytään Pirkanmaalta verkkojulkaisu

Ahlmanilla toimiva Parasta pöytään Pirkanmaalta -lähiruokahanke (2016-2018) on julkaissut kuluttajille suunnatun verkkolehden, joka nostaa esille pirkanmaalaisia ruoan tuottajia ja lähiruokayrittäjiä.

Julkaisu esittelee haastattelujen muodossa 15 pirkanmaalaisen maatilän ja yrittäjän tarinaa upeiden kuvien kera. Tavoitteena on lisätä paikallisen ruoan arvostusta nostamalla lähiruuan tuottajat ja heidän tuotteensa tähdiksi! Tarinoiden lisäksi mukana on myös sesonginmukaisia reseptejä jokaiseen vuodenaikaan.

Julkaisu löytyy Issuu-alustalta: <https://bit.ly/2Khw7KA>





Lisää lähiruokaa julkisiin ruokapalveluihin?

Kuva Lähiruokaa lautaselta -tilaisuudesta.

Kuva Kari Hämäläinen.

Lähiruoka kiinnostaa, mutta se on liian hintavaa, käy ilmi Lähiruokaa Uudeltamaalta -hankkeessa tehdyssä kyselyssä. Kyselyyn vastasivat Uudenmaan alueen ruokapalvelupäälliköt. Keväällä 2018 tehdyn kyselyn mukaan raaka-aineet ovat liian kalliita ja niiden käsittelyyn tarvittaisiin lisää työvoimaa sekä keittiöihin että raaka-aineen jalostukseen. Tällä hetkellä Uudenmaan julkisissa ruokapalveluissa lähiruokaa ovat lähinnä jauhot ja muut viljavalmisteet, juurekset, kaalit, marjat, hedelmät sekä oman leipomon leipä. Lähiruulla on tunnetusti myönteinen vaikutus alueensa talouteen. Lähiruoka vaikuttaa myös ympäristöön ja terveyteen. Ruuan kuljetusmatkat lyhenevät ja ruoka tuoreempaa sekä vähemmän prosessoitua.

Ostokustannus ei ole sama kuin käyttökustannus

Järvenpään ruokapalveluissa lähiruusta on hyviä kokemuksia. Lähi tuotteita saa tilattua tukusta ja raaka-aineiden kotimaisuusaste on lähes 80 prosenttia.

— Raaka-aineet eivät välttämättä tule kalliimmaksi, koska niiden aromaattisuudesta ja riittävydestä johtuen niitä ei tarvitse käyttää niin paljon, kertoo ruokapalvelupäällikkö Ritva Julkunen.

Esimerkiksi marjakiisselin valmistuksessa käytetään vähemmän marjoja, kun kiisseli valmistetaan rakenteeltaan normaalia vahvemmaksi. Asiakaspalaute ruuasta on ollut kiittävä.

Lähiruokapäivistä startti käytön lisäämiseen

Pornaisten kunnan ruokapalveluissa lähiruokaa saa lautaselle kerran vuodessa. Lähiruoka-teemapäivänä lounas valmistetaan kokonaisuudessaan alueen tuottajien raaka-aineista. Teemapäivä on saanut innostuneen vastaanoton. Ruokapalvelupäälliköt toivovat, että lähiruuan hankinnassa lähdetäisiin liikkeelle pienin askelin, esimerkiksi juuri lähiruokapäivän tavoin. Myös tuottajat voisivat markkinoida itseään aktiivisemmin ja verkostoitua. Tällä tavoin raaka-aineita olisi tarjolla tarpeeksi suurkeittiöille.

Lisätietoja

Lilja Holster, lilja.holster@hyria.fi

Teksti

Lilja Holster, Tiina Paananen

Miten kuluttajat suhtautuvat kaninlihaan ja sen kotimaiseen tuotantoon? Onko kaninlihalla kysyntää kuluttajien ja ravintoloiden keskuudessa? Voisiko kaninliha vastata nouseviin ruoka-, terveys-, ympäristö- ja ekologisuuksistrendeihin? Näihin kysymyksiin opinnäytetyöntekijät Pia Eirtola ja Katariina Viljamaa Seinäjoen Ammattikorkeakoulusta lähtivät etsimään vastauksia.

Kaninliha halutaan ostaa suoraan tuottajalta

Kuluttajakyselyyn vastasi 301 kuluttajaa syksyllä 2017. Kuluttajat mielsivät kaninlihan vähärasvaiseksi (70 % vastauksista), vaikeasti saatavissa oleva raaka-aineeksi (58 %) ja proteiinipitoiseksi (46 %). Vaikka kaninliha on monelle vieras raaka-aine ja kaniin liittyy lemmikkieläin-status, niin vastaajista peräti 92 % hyväksyy kaninlihan käytön elintarvikkeena. Myös 88 % vastaajista, jotka eivät olleet koskaan maistaneet kaninlihaa, hyväksyvät kaninlihan käytön elintarvikkeena.

78 % vastaajista voisi ajatella käyttävänsä kaninlihaa ruoanlaitossa. Vaikka kaninlihaa ei haluttaisi käyttää ruoanlaitossa, niin silti sitä voitaisiin syödä ravintolassa. Suurin osa haluaisi syödä sitä a la carte -ravintolassa (88%), mutta myös lounasravintolan sai kannatusta (42 %). Kyselyyn vastaaminenkin lisäsi kiinnostusta kaninlihaa kohtaan.

Kaninliha halutaan ostaa suoraan tuottajalta (66 %). Puolet haluaisi ostaa marketista tai lähikaupasta ja 37 % REKO-renkaiden kautta. Lihan erikoiskaupasta (esim. kaupahallista) haluaisi ostaa 18 % vastaajista. Jos vastaaja ei ollut koskaan kuullut kaninlihantuotannosta, niin silloin ensisijainen ostopaikkana mainittiin marketti tai lähikauppa sekä suoraan tuottajalta ostaminen.

Huono saatavuus esteenä ravintoloiden mielestä

Ravintoloille lähetettyyn kyselyyn saatiin 35 vastausta. Vastaajista vain viisi kertoi käyttävänsä annoksissaan tällä hetkellä kaninlihaa, vaikka suurimmalle osalle (27) kaninli-

ha oli tuttu raaka-aine. Kaninlihaa annoksissaan käyttävät ravintolat sijaitsivat Etelä- ja Länsi-Suomessa.

Suurimpana syynä kaninlihan käyttämättömyyteen ravintoloissa mainittiin kotimaisen kaninlihan huono saatavuus ja ulkolaista ei haluttu käyttää. Kaninlihalle ei uskottu olevan kysyntää, mutta kuluttajakyselyn pohjalta kiinnostusta tuntuisi olevan kotimaista kaninlihaa kohtaan. Ravintolat haluavat hankkia kaninlihan suoraan tuottajilta tai tukusta. Ravintolat eivät nähneet ongelmana kokonaisen kanin käyttöä, vaikka toivottiinkin, että se olisi paloittelua ja tuoretta. Myös pakastetulle kaninlihalle olisi kysyntää niissä ravintoloissa, joissa tarve ei ole jokapäiväistä.

Kaninlihan tuottajista

Facebookin kahteen tuotantokaniryhmään tehdyssä kyselyssä selvitettiin kasvattaako kaneja omaan käyttöön vai myykö kaninlihaa. Omavaraiskasvattajia sosiaalisen median kautta saatujen vastausten perusteella on 113. Myyntiin lihaa kasvatti 9 vastaajaa, joista kolmea haastateltiin. Haastatellut myivät yksityisille henkilöille, kauppoille, ravintoloille ja REKO-renkaiden kautta. Vastaajien mielestä kuluttajat eivät ole kovin tietoisia kaninlihasta, vaikka positivistista palautetta olivat saaneetkin.

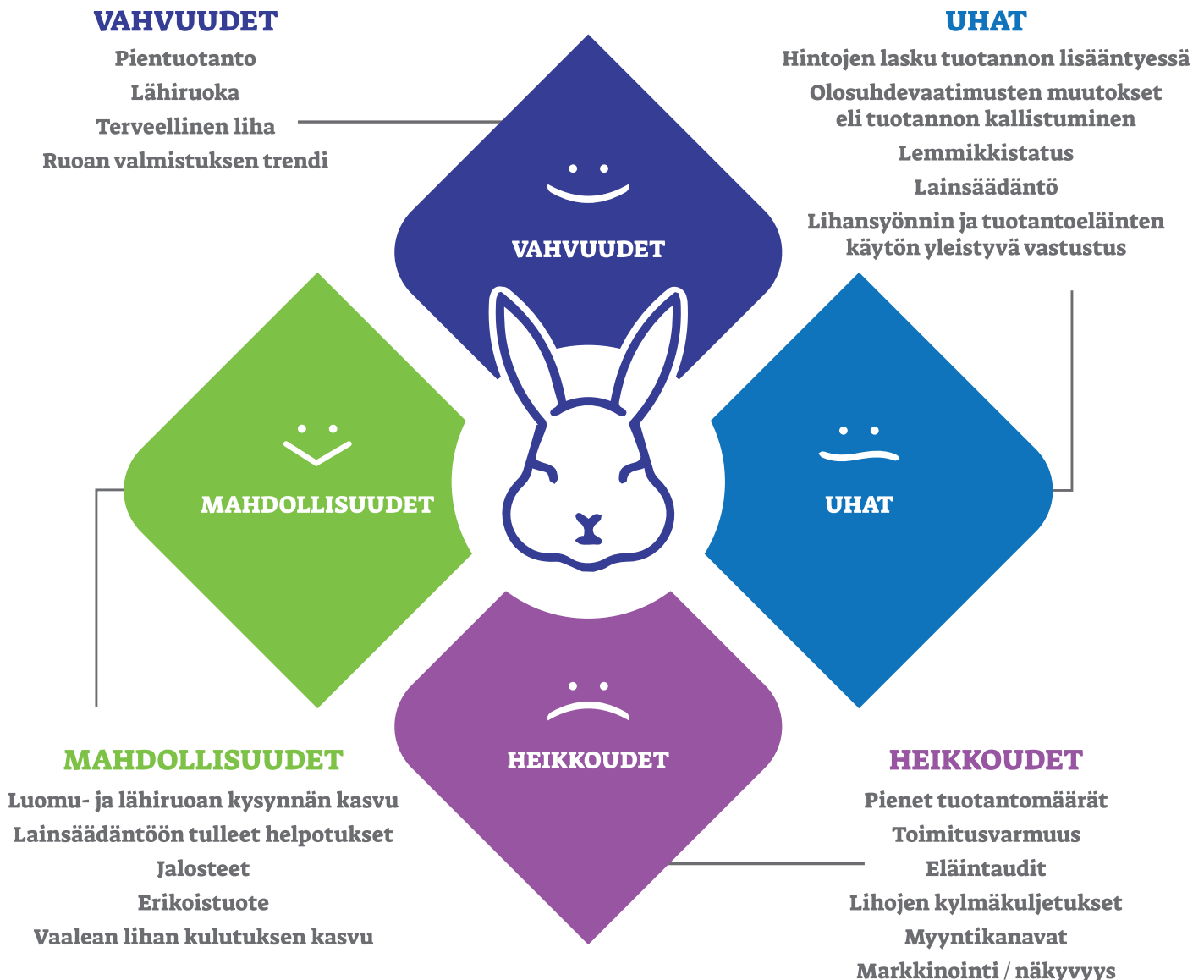
Miten tästä eteenpäin?

Opinnäytetyön yhteenvetoon on koottu asioita, joihin tulisi jatkossa kiinnittää huomiota tai joita pitäisi viedä eteenpäin. Tarvetta olisi mm. kaninlihantuotantoon liittyvälle lainsäädäntöön keskittyvälle oppaalle ja yhteyshenkilölle viranomaistaholla. Lisäksi olemassa olevista lakihelpotuksista kaninlihan suoramyyntiin osalta olisi saatava tietoa ostajillekin. Kuluttajien ja ravintoloiden tietoisuuden lisääminen kaninlihantuotannosta ja kaninlihan hyvistä ominaisuuksista on tärkeää, koska se mahdollistaa uusia yhteistyökumppanuuksia ja kysynnän kasvua.

Opinnäytetyö www.theseus.fi/handle/10024/142575

Teksti: Päivi Töyli

Kaninlihan markkinatilanteen SWOT-analyysi



Prolocalis kerää pientuottajat samaan appiin

— Prolocalis on ilmainen sovellus kuluttajien ja pientuottajien käytettäväksi, kertoo Prolocaliksen toimitusjohtaja Christos Granqvist.

Sovelluksessa on hakukone, jonka avulla erilaisia pientuottajien palveluita voi hakea sijainnin tai kategorian perusteella. Matkailijoita sovellus palvelee myös englanniksi.

— Pientuottaja voi olla myös maaseutumatkailuyritys tai käsityöläinen. Täytyy kuitenkin olla yksityisyrittäjä, joka myy itse tuotettua palvelua tai tuotetta, muistuttaa Granqvist.

Halutessaan tuottaja voi kasvattaa ilmaista palvelupakettiaan kuukausimaksulliseksi, jolloin Prolocalis auttaa esimerkiksi brändäämisessä ja videoiden sekä verkkosivujen tekemisessä.

Täysversio markkinoille ensi talvena

— Pientuottajat tarvitsevat apua näkyvyyden ja markkinoinnin kanssa. Kuluttajat ja turistit taas hyödyntäisivät mielellään paikallisia tuotteita, mutta eivät tiedä, mistä niitä löytyy. Palvelun avulla myös yritykset voivat löytää toisensa, Granqvist jatkaa.

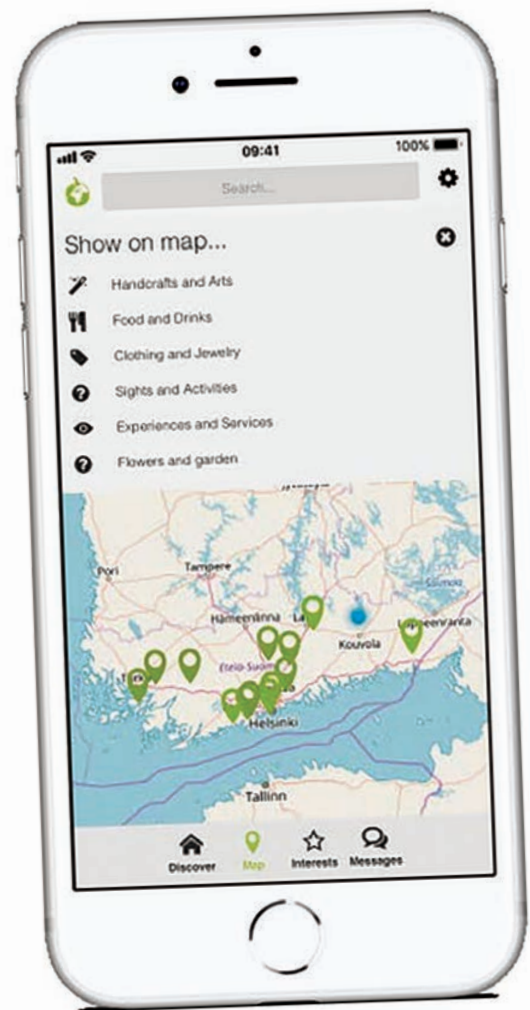
Yrityksen perustaja on itsekin pientuottaja ja pientilallinen. Sukutilalla pidetään kotieläinpihaa, talvihotellia ja kanavuokraamoja. Granqvist törmäsi viljelijäyhteisön keskusteluissa jatkuvasti samoihin ongelmiin ja päätti tehdä tilanteelle jotain. Syksyllä 2017 idea työkalusta sai tukea paikalliselta ELY-keskukselta ja sovelluksen rakentamisessa päästiin käyntiin. Tällä hetkellä palvelussa on 170 tuottajaa, mutta sovellusta ei ole varsinaisesti markkinoitu. Täysversio julkaistaan talvella 2019 talvella

Tavoitteena vilkastaa maaseutu

Granqvist visioi Prolocaliksesta PokemonGon kaltaista massojen liikuttajaa, jolla saataisiin ihmiset suoramyyntipisteisiin tiloille. Yrittäjän mukaan sovelluksen avulla voitaisiin löytää ratkaisuja myös autoituvan maaseudun pelastamiseksi.

— Moni tuottaja ei näe digitalisaation mahdollisuuksia tai ole kykenevä hyödyntämään niitä. Ja miettii, kannattaako jatkaa ensi kesään. Me tarjoamme helpon tavan digitalisoida, jolla saada lisää asiakkaita, Granqvist päättää.

Teksti: Tiina Paananen



Pakkausmerkinnät verkkokurssi

Tuottavatko pakkausmerkinnät päänvaivaa? Koetko elintarvikkeen valmistajana tai ravintolan pitäjänä epävarmuutta tietojen antamisesta? Oletko solmussa reseptilaskennan kanssa?

Eviran on julkaissut verkkokoulutuksen, jossa seikkaillaan pakkausmerkintöjen viidakossa. Kurssin käytyäsi tiedät, mitä merkintöjä elintarvikkeiden pakkauksiin vaaditaan ja miten merkinnät tulee laatia. Opit myös, mitä tietoja pakkaamattomista elintarvikkeista tulee ilmoittaa. Kurssi sisältää runsaasti käytännön esimerkkejä ja harjoituksia sekä ainesosaluettelon ja ravintoarvomerkintöjen laadintaa reseptin pohjalta.

Verkkokoulutus on suunnattu erityisesti elintarvikealan toimijoille ja opiskelijoille, mutta kuka tahansa voi käydä kurssilla. Verkkokurssin käsikirjoituksen pohjalta julkaistaan myös teksti-opas myöhemmin syksyllä.

Verkkokoulutus on osa maa- ja metsätalousministeriön rahoittamaa pk-yritysten neuvontahanketta. Pk-neuvontahankkeessa on laadittu verkkokoulutuksia ja oppaita myös muun muassa ravintolan perustamisesta, lihaleikkaamon, raakalihavalmistelaitoksen ja jauhelihalaitoksen perustamisesta sekä maatilan tuotteiden jatkojalostamisesta ja myynnistä. Verkkokoulutuksia ja oppaita on laadittu useilla kielillä esim. maahanmuuttajien tarpeisiin.

Löydät materiaalit Eviran nettisivuilta osoitteesta www.evira.fi/elintarvikkeet/valmistus-ja-myynti/elintarvike-yrityksen-perustaminen-ja-toiminta/

Suora linkki pakkausmerkintäkurssille (ei vaadi rekisteröitymistä): www.evira.fi/opetusmateriaalit/pkneuvonta/Pakkausmerkinnat/

Lähiruoka ravintoloissa

Porvoossa, yhdessä Suomen johtavista ruokakaupungeista, hyödynnetään luomu- ja lähiruokaa mm. kolmatta kertaa ravintolat järjestivät suosittu SMAKU Porvoo tapahtuman elokuun lopulla. Viikon aikana mukana olevissa ravintoloissa oli mahdollisuus käydä maistamassa ravintolan omaa Signature dish -annosta viiden euron hinnalla. Porvoo on edelläkävijä ja sapluunaa voisi hyödyntää muuallakin. Ravintola voi lähteä liikkeelle esim. seuraavien askelmerkkien avulla:

1. Selvitä lähialueesi (noin 40km säteeltä) lähiruokatuottajat ja -jalostajat
2. Valitse niistä ravintolasi liikeideaan sopivat tuotteet
 - järjestä valittujen tuottajien kanssa tiloilla avoimet ovet päiviä ravintolasi asiakkaille
3. Tee yhteistyösopimus tuottajan ja yrittäjän kanssa
 - tuottaja/yrittäjä sitoutuu toimittamaan sovitut

tuotteet, sovittuun hintaan, ilman välikäsiä

- ravintolasi sitoutuu ottamaan myyntiin heidän tuotteitaan ravintolassa olevaan lähiruokahyllyyn (säilykkeitä, juustoja, leivonnaisia, olutta, marjamehua ja jne.) kotiin viemiseksi ja matkamustoiksi

4. Kerro päivän ruokalistalla käyttämiäsi tuotteiden alkuperä ja mahdollinen tarina
5. Tee yhteistyötä myös alueen muiden ravintoloiden kanssa
 - yhteiset hankinnat, yhteinen markkinointi myös maatalo- ja ruokamatkailu ym.
 - yhteiset tapahtumat esim. SMAKUn tapaan

Konseptilla hyödynnät kasvavaa trendiä ja erottaudut kilpailijoista, massasta

Kehittämisterveisin Luomupekka Rusila

2018

8. - 9.9.2018	Lähiruokamessut, Elimäki
10. - 16.9.2018	Hävikkiweek
12.9.2018	Hävikkiweekin seminaari: Vähemmällä enemmän, Helsinki
15.9.2018	Osta tilalta! -päivä
20. - 24.9.2018	Terra Madre Salone de Gusto -tapahtuma, Torino
21.9.2018	Elintarvikeviennin ABC – mitä viennin viranomaisvaatimuksista pitää tietää -webinaari
22. - 23.9.2018	Ruokamarkkinat ja Lasten Farmari Näyttely, Mangs Gård Päivölä
27.9.2018	EU:n nimisuojaajajärjestelmä, Komission minikonferenssi, Helsinki
3. - 5.10.2018	Elintarvikkeita Venäjälle – vientiteemainen ammattimatka Pietariin
6. - 7.10.2018	Slow Food Festival 2018, Fiskars
10. - 11.10.2018	Fastfood & Cafe & Ravintola 2018, Tampere
11.10.2018 - 16.5.2019	Elintarvikeviennin Osaaja -koulutus, Mikkeli
18.10.2018	Luomuelintarvikepäivä, Helsinki
30.10.2018	Pykäläbaari, Viitasaari
15. - 16.11.2018	Luomupäivät, Pori
15.11.2018	Ateria – Julkisen ruokapalvelun ja sopimusruokailun ammattilaispäivä, Helsinki
20.11.2018	Pykäläbaari, Virrat
22. - 23.11.2018	Valtakunnalliset Luonnontuotepäivät, Varsinais-Suomi
23. - 24.11.2018	Artesaaniruokapäivät Fiskarsissa
27.11.2018	Monipuolistuva juoma-ala, Helsinki
10.12.2018	Kouluruokaseminaari, Espoo

2019

24.1. - 10.10.2019	Elintarvikeviennin Osaaja -koulutus, Oulu
--------------------	---

Katso lisätiedot ja lisää tapahtumia aitojamakuja.fi -tapahtumakalenterista