

Aitoja makuja

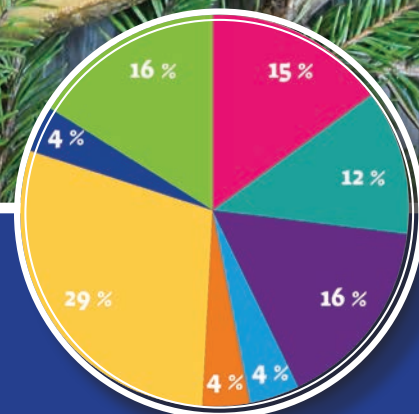
4/2017

Vieraskynä

Suomalaiset
elintarvikkeet
matkaavat
myötätuulussa
maailmalle

Metsiemme
marjoista
on moneksi

Jalostavia elintarvikeyrityksiä
on Suomessa noin 2860



Aitoja makuja -tiedotuslehti

Aitoja makuja -tiedotuslehti kertoo elintarvikealan kehittämistyöstä. Lehti ilmestyy vuonna 2017 neljä kertaa.

Aikataulu

Nro	Materiaalin dl	Julkaisupäivä
1	13.2.	6.3.
2	8.5.	29.5.
3	21.8.	11.9.
4	20.11.	11.12.

Tilaaja

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

Tilausasiat:

Arja Meriluoto
arja.meriluoto@utu.fi, puh. 050 304 8410

Painopaikka

Paino-Kaarina

Painos

2200 kpl/lehti

ISSN 2343-3728 (painettu)

ISSN 2343-3736 (verkkojulkaisu)

Sähköinen versio

aitojamakuja.fi
issuu.com

Kansikuva: Vavesaaren tilan tuotteita suomalaisten tuotteiden viikolta Pariisissa lokakuussa 2017.
Kuvaaja Jennifer Delhotellerie, Pariisi



SISÄLTÖ

Vieraskynä.....	3
Metsiemme marjoista on moneksi.....	4
Arktista ruokaa Suomesta maailmalle.....	5
Suomalaisia luksus- ja huippuelintarvikkeita Ranskaan.....	6
Mistä tietoa viennin viranomaisvaatimuksista?.....	8
Apua viranomaisvaatimusten selvittämiseen on tarjolla.....	9
Postin palvelut elintarvikelogistiikassa.....	9
Venäjällä kysyntää suomalaisilla tuotteilla ja palveluille.....	10
Jalostavia elintarvikeyrityksiä on Suomessa noin 2860.....	11
Luonnontuoteala on Kainuun vahvuus... ..	14
Tukimateriaalia lihalaitoksen perustamiseen.....	15
Kohti pohjoiskarjalaista ruokamaakuntaa.....	16
Artesaaniruuan SM-kilpailut ratkesivat Raaseporissa.....	18
Ulkomaista markkinatietoa vientiyrityksille.....	20
Real Food Festival 10.-12.8.2018.....	21
Arkipäivän sankarit ovat ammatti-keittiöissä.....	22
Ravintola Olon Creative Kitchenin klassikkomenu Matka voitti Hungry for Finland kansallisen ruokamatkailukilpailun 2017.....	23



Suomalaiset elintarvikkeet matkaavat myötätulessa maailmalle

Suomalaisessa elintarvikeviennissä puhaltavat nyt suotuisat tuulet. Lukuisa joukko uusia toimijoita on lähtenyt valloittamaan maailmaa, ja vanhat konkarit ovat aktivoituneet uusille markkinoille. Venäjän tuontirajoitusten aiheuttamasta takaiskusta on kohta toivuttu, ja elintarvikkeiden kokonaisvienti näyttää hyviä kasvulukuja.

Myötätuulta vientiin on tuonut viime vuosien vahva julkinen tuki; työ- ja elinkeinoministeriön sekä maa- ja metsätalousministeriön rahoittama, Finpron johtama Food from Finland -kasvuohjelma on toiminut nyt reilut kolme vuotta, ja myös useita elintarvikevientiä edistäviä projekteja on käynnissä. Food from Finlandin kansainvälisissä myynninedistämistapahtumissa on ollut mukana jo yli 130 yritystä, ja aktiivisten yritysten määrä kasvaa jatkuvasti. Kansainvälisillä ammattimessuilla, ostajatapaamismatkoilla, valmennuksissa ja muissa tapahtumissamme on paitsi tehty kauppaa, myös tutustuttu toisiin, minkä ansiosta uusia yritysten keskeisiä yhteistyömalleja syntyy ilahduttavan paljon. PK-yritykset lyövät vientiresurssinsa yhteen ja edustavat toinen toisiaan maailmalla - tästä hyötyvät kaikki. Vientimarkkinoilla on tilaa kaikille, siellä suomalaisten ei kannata kilpailla keskenään. Yhteistyössä on voimaa.

Maailman ruokatrendit ovat myös puolellamme. Suomalainen ruoka on turvallista, puhdasta ja laadukasta; kaikki nämä ovat erittäin korkealle arvostettuja tekijöitä kansainvälisillä elintarvikemarkkinoilla, jossa ruokaskandaalit seuraavat toisiaan. Suomalainen ruoka on myös maukasta, pohjoisen raikasta ja uudenlaista monille kansainvälisille kuluttajille.

Vuoden 2018 trendeistä iso osa on kuin suoraan suomalaisten toivelistalta: tuotteen elinkaaren läpinäkyvyys, turvallisuus ja puhtaus ovat avainasemassa. Kuluttajat kaipaavat terveellisiä välipaloja, uudenlaista kasvisruokaa ja superfoodia. Luonnonantimemme ja innovatiiviset tuotteemme vastaavat loistavasti tähän huutoon: meiltä löytyy kasvisproteiinituotteita, superjauheita, sieniä, kaura- ja marjapohjaisia välipalatuotteita, ruis- ja kaurasnacksejä, marjajauheita ja muita marjatuotteita.

Hyvä tarina, konsepti ja pakkaus toimivat. Tällaisesta löytyy upeita esimerkkejä muun muassa alkoholisektoriltamme, jonka osuus viennistä on noussut jo kymmeneen prosenttiin.

Myös suomalaisen elintarvikeviennin kivijalka, turvalliset ja puhtaat liha- ja maitotuotteet, ovat saaneet vientilupia uusille markkinoille ja vientivolyyymien kasvu on hyvässä vauhdissa.

Mallikkaasti siis mennään, mutta voitaisiin mennä vieläkin mallikkaammin. Vientituotteiden jalostusarvoa pitäisi nostaa tuotekehityksen kautta ja tuotteita kehittää suoraan vientimarkkinoille. Myös lisäpanostus yritysten vientiresursseihin olisi olennaisen tärkeää.

Kaiken kaikkiaan elintarvikeviennissä on ennen näkemätön tekemisen meininki päällä, ja sen edistämiseksi on ilo työskennellä!

Annaleena Soult
Finpro, Food from Finland

Metsiemme marjoista on moneksi

Metsämarjojen kaupallinen poiminta on tällä vuosituhan-
nella kaksinkertaistunut. Thaipoimijat ovat mahdollista-
neet yritysten raaka-ainehankinnan laajentumisen koko
Suomeen. Viime vuosina teollisuus on ostanut marjoja
poimijoilta 17 miljoonaa kiloa, kun määrä vuosituhan-
nen alussa oli runsaat kuusi miljoonaa kiloa. Aasian maiden
kiinnostus mustikkaa kohtaan on kasvattanut erityisesti
mustikan talteenottoa.

Tuoreitten ja jäädytettyjen mustikoiden ja puolukoiden
vientimäärät olivat vuonna 2000 noin 5,4 miljoonaa kiloa.
Vuonna 2016 määrät olivat nousseet noin 12,4 miljoonaan
kiloon. Tuoreitten ja jäädytettyjen mustikoiden ja puolukoiden
viennin kokonaisarvo puolestaan oli vuonna 2000
noin 7,5 miljoonaa euroa ja vuonna 2016 vajaa 26,4 mil-
joonaa euroa.

Marjojen saatavuuden parantuminen on mahdollistanut
niiden jalostamisen uusiksi vientituotteiksi. Jalostettujen
tuotteiden vientiarvo oli viime vuonna noin 10 miljoonaa
euroa, kun niiden vienti vuosituhan-
nen alussa oli vielä
vähäistä. Marjayritykset uskovat viennin kasvavan myös
jatkossa. Uusia tai tuotevalikoimaansa laajentaneita vien-
tiyrityksiä on noin 30.

Pidemmälle jalostettuja vientituotteita ovat ravintolisät ja
siemenöljyt, marjajauheet, -mehut, -mehutiivisteet, -py-
reet, -smoothiet, -glögit ja hillot sekä ilma- ja pakastekui-
vatut marjat. Vientiarvoltaan tärkeimpiä kohdemaita olivat
Ruotsi, Etelä-Korea, Iso-Britannia, Alankomaat, Sveitsi,
Saksa, Ranska, Espanja, Itävalta ja Yhdysvallat. Vientiä
oli noin 30 eri maahan.

Metsämarjat tuovat lisäarvoa myös muille tuotteille, kuten
marjaliköörit ja marjoja sisältävät väkevät alkoholijuomat,
marjamyslit, kaura-marjatuotteet, marja-maitovalmisteet,
suklaat, konvehdit ja makeiset sekä kosmetiikkateollisuus-
tuotteet.

Marjojen terveysvaikutukset tunnetaan myös kotimaassa.
Kuluttajapakattujen pakastemarjojen myynti kaupoissa on
tällä vuosituhan-
nella kolminkertaistunut. Kotitalouksien
omaan käyttöön vuosittain keräämät 35 - 45 miljoonaa
marjakiloa korvaa runsaan sadan miljoonan euron arvosta
hedelmien tuontia. Marjastuksella on positiivinen vaikutus
kansanterveyteen ja asenteisiin kotimaista ruokaa koh-
taan. Aktiivinen luonnontuotteiden kerääjä kiinnittää muita
enemmän huomiota kaupasta ostettavien elintarvikkeiden
alkuperään.

Lisätietoja

Moisio S. 2017. Suomalaisten metsämarjojen talteenoton,
jalostuksen ja markkinoinnin kehitys www.arktisetaromit.fi/binary/file/-/fid/3602

Simo Moisio

Arktiset Aromit ry

simo.moisio@arctic-flavours.fi



*Suomalaismarjojen tekeminen tunnetuksi Aasian maissa
käynnistyi ensimmäiseksi Japanissa 2000 -luvun alku-
vuosina. Kuva: Simo Moisio.*

Millaista on suomalainen ruoka? Se on ainutlaatuista. Se on rehellistä. Se on arktista. Nämä ovat adjektiiveja, joilla voimme faktojen pohjalta maalailla mielikuvaa suomalaisesta, arktisesta ruoasta kansainvälisillä markkinoilla. Sanoihin kiteytyy pohjoisissa, tinkimättömissä olosuhteissa kasvaneen ja valmistetun suomalaisen ruoan perimmäinen luonne.

Ruoantuotannon näkökulmasta Suomen maantieteellinen sijainti on ainutlaatuinen. Maantieteellisestä sijainnista johtuen suomalaiseen tuotantoympäristöön ja luonnonolosuhteisiin liittyy tekijöitä, jotka ovat tunnusomaisia nimenomaan meidän tuotantoympäristöllemme. Valon määrä, kylmyys, puhtaat vesivarat, puhdas ilma ja vihreä infrastruktuuri ovat tekijöitä, joilla on selkeä vaikutus ruoantuotantomme ja tuotteisiin. Puhtaat tuotteet, terve tuotantoympäristö, terveet eläimet, vähäiset antibioottijäämät, tuotteiden korkea sisäinen laatu, jäljitettävyyys. Ne ovat tekijöitä, jotka eivät ole itsestäänselvyyksiä kaikkialla.

Nämä tekijät kiinnostavat kansainvälisillä markkinoilla. Luonnonvarakeskus yhdessä Ruokatieto Yhdistyksen ja Reilua.fi:n kanssa ovat tuottaneet ruokatoimijoiden viestinnän avuksi edellä lueteltujen arktisuus-tekijöiden pohjalta arktisuuskonseptin, jota esimerkiksi vientimarkkinoille suuntaavat yritykset voivat halutessaan hyödyntää kertoessaan suomalaisen ruoantuotannon erityispiirteistä tai brändätessään omia tuotteitaan pohjoisuuden pohjalta. Arktisuus-konsepti sisältää sekä kuvamateriaalia, arktisuutta kuvaavaa tekstiä että esittelymateriaalia. Löydät materiaalit arktinen ruoka -nettisivuilta osoitteesta www.arcticfoodfromfinland.fi. Samoilta sivuilta löydät myös pohjoisen tuotantoympäristön aikaansaamat vahvuustekijät luonnonmarjojen, sianlihan, naudanlihan/maidontuotannon, siemenperunan, kauran, kuminan ja kalan, jatkossa myös ainutlaatuisen luonnonvaramme, puhtaan ja runsaan veden osalta.

Arktisuuden konseptointi liittyy Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelman rahoittamaan hankkeeseen Ark-

tisuus elintarvikeviennin kärkenä (ARVI) -hankkeeseen, joka jatkuu vuoden 2018 loppuun. Ensi keväänä on tarkoitus testata arktisuus-konseptia Kiinan markkinoilla.

Lisätietoja

Jaana Kotro

Luonnonvarakeskus

jaana.kotro@luke.fi

P.S. Järjestämme toukokuussa Kiinan vientiä suunnitteleville yrityksille tarkoitetun Fact finding -matkan Kiinaan ja Shanghaiin Sial-messuille yhteistyössä Finnish Food Innovation -hankkeen kanssa. Lisätietoja matkasta ja siihen valmistautumiseen liittyvästä työpajasarjasta löydät osoitteesta www.lyyti.in/p/kohdemaanakiina.



Suomalaisia luksus- ja huippuelintarvikkeita Ranskaan



Vavesaaren Tilan ainutlaatuiset luomutiivistemehut (raparperi ja mansikka) esillä Suomi-viikolla Pariisissa lokakuussa 2017.

Ranska - gastronomian huippumaa

Ranska poikkeaa kohdemaana suuresti kaikista muista vientimaista mm. tuotteiden korkean vaatimustason vuoksi. Mutta tuotteiden laatu pelkästään ei riitä. Tuotteet on tuotava esille oikeissa paikoissa ja yhteyksissä Ranskassa ja kaikki toimenpiteet suunniteltava tarkkaan. Tarvitaan lujaa paikallistuntemusta ja paljon kontaktointia, sillä vaikka oikea tuotetarjonta aukaiseekin ovet rakoselleen, suhdetoiminta auttaa saavuttamaan ranskalaisten luottamuksen.

Yhteistyöllä eteenpäin

Vientitoiminta on pitkäjänteistä toimintaa ja kaiken on osuttava kohdalleen. ProAgria Etelä-Suomi ry ja Action Finland! Pariisista ovat tehneet useamman vuoden yhteistyötä suomalaisten yritysten pääsemiseksi Ranskan vaativille markkinoille. ProAgrian pk-yritysten tuntemus ja Action Finland!':n pitkäaikainen kokemus Ranskan elintarvikemarkkinoista ja niiden toimijoista ovat luoneet vakaan pohjan suomalaisille yrityksille testata ja saada

tuotteita esille. Suomalaiset vientikelpoiset yritykset ja tuotteet valikoidaan aina yhdessä ranskalaisten kanssa.

Vaatimukset vientituotteille Ranskaan

Suomesta löytyy Ranskan markkinoille sopivia luomutuotteita, luonnontuotteita, marja- ja viljapohjaisia tuotteita, joista löytyy makua, aromeja, hienostuneisuutta, terveellisyttä ja ainutlaatuisuutta.

Ranskan markkinoille tähtäävän yrityksen on valmistauduttava ottamaan vastaan paljon tietoa ja sovellettava sitä omaan toimintaansa – tuoteprofiiliin ja toiminnan on oltava riittävän korkeatasoista. Ranskassa kysyntä ja tavat toimia ovat täysin erilaiset kuin esim. Ruotsissa ja Saksassa tai Kauko-Idässä.

Tuotteet tuotava esille riittävän korkealla tasolla

Suomalaisia tuotteita on tuotu esille Ranskassa niinkin

arvokkaissa paikoissa kuin *Pavillon Dauphine* Boulognen puiston reunassa ja *Le Salons Marceau* aivan Pariisin sydämessä. Myös Lyonin Sirha-messuille suomalaiset tuotteet ovat päässeet - ensimmäistä kertaa sinnekin - yhteistyössä Rungis -tukkutorin kanssa. Rungis -tukkutorilta lähtee tuotteita mittavia määriä eri puolille Pariisia ja Ranskaa. Siellä on myös varasto suomalaisille luomutuotteille, josta ponnistaa jatkossa eteenpäin.

Tunnettuus on tärkeää Ranskassa. Tuotteille luodaan ensin maine, joskus niin, että kuuluisat keittiömestarit antavat niille kasvonsa. Näin tuotteet tulevat tunnetuiksi ja lähtevät nopeammin liikkeelle. Gastronomian vaikuttajat tuntevat toisensa ja sana kiirii, jos tuote on hyvä. Media on ruokasektorilla iso vaikuttaja ja sille Suomi tarjotaan omalla tavallaan.

Suomesta on saatu hyvä ydinryhmä eli parikymmentä yritystä eri puolilta Suomea viennin piiriin. Käytännön vientitoimet aloitettiin vuonna 2016. Tuotetarjonta on monipuolinen. Uusia yrityksiä kartoitetaan kasvavan kysynnän myötä. Ruokaan liittyvät myös kauniit kattaukset ja niihin liittyvät tuotteet sekä suomalainen design.

Jarna Coadic
jarnacoadic@gmail.com
Action Finland!

Tuula Repo
tuula.repo@proagria.fi
ProAgria Etelä-Suomi ry

« *L'export en France des produits
alimentaires Finlandais Haut de gamme* »



Pariisista seitsemän kilometrin päässä sijaitseva Rungis avautuu kello kaksi yöllä. Paikka on maailman suurin tuoretuotteiden markkinapaikka (232 hehtaaria). Rungis-tukkutorilta voi ostaa mitä tahansa, nykyään myös suomalaisia luomuelintarvikkeita.

Mistä tietoa viennin viranomaisvaatimuksista?

Viennin viranomaisvaatimusten selvittäminen on olennainen osa markkinaselvitystä ja viennin suunnittelua. Viennin viranomaisvaatimukset tulevat aina kohdemaasta, ja siksi ne vaihtelevat maittain. Aikaisessa vaiheessa tehdylle vaatimusten kartoituksella voi varmistaa, että oma tuote on kohdemaahan sopiva ja että kauppajien syntyessä tuotteet pääsevät kohdemaahan sujuvasti.

Viennin lähtökohtana on, että yritys ja tuote ovat EU:n ja kansallisen lainsäädännön mukaisia, jonka lisäksi tulee noudattaa kohdemaan elintarvikkeelle asettamia vaatimuksia. Nämä voivat koskea esimerkiksi elintarvikkeessa sallittuja raaka- ja lisäaineita, pakkausmerkintöjä tai tuotteista esitettyjä väitteitä.

EU-maissa yhteinen elintarvikelainsäädäntö, mutta tulkintaeroja voi ilmetä

EU-maissa on yhteinen elintarvikelainsäädäntö, ja sisämarkkinakaupassa tuotteet liikkuvat vapaasti ilman tulleja. Kunkin EU-maan tulkinnat lainsäädännöstä kannattaa kuitenkin tarkastaa, sillä tulkintaeroja voi ilmetä. Ajankohtainen esimerkki tästä on hyönteiset elintarvikkeena: tällä hetkellä Suomi, Alankomaat, Belgia, Iso-Britannia, Tanska

ja Itävalta hyväksyvät hyönteiset elintarvikkeina, muut EU-maat eivät.

EU:n ulkopuolinen kohdemaata asettaa viennin vaatimukset. Ihan ensimmäisenä kannattaa selvittää, tarvitaanko omalle tuotteelle kyseiseen maahan yleisempää maahyväksyntää, joka neuvotellaan viranomaisten kesken. Suomi on saanut maahyväksynnän esimerkiksi siipikarjanlihan vientiin Japaniin ja maitotuotteiden vientiin Etelä-Afrikkaan. Jos neuvottelut ovat kesken, kuten kananmunien viennistä Etelä-Koreaan, ei kyseistä tuotetta voi vielä viedä maahan. Toiseksi on varmistettava, tarvitaanko elintarvikehuoneistolle kohdemaan hyväksyntää. Esimerkiksi Vietnamiin kalastustuotetta vievän on ensin saatava hyväksyntä laitokselle.

Yleisimmin maa- ja laitoshyväksyntä tarvitaan eläinperäisille elintarvikkeille, mutta kohdemaan elintarvikkeita koskeva lainsäädäntö koskee kaikkia. Vaikka kohdemaan säädösten kahlaaminen voi tuntua vaivalloiselta, on se tärkeää, jotta vienti voi onnistua.

Teksti

Saara Pietilä, Eviran pk-vientihanke
pk-vienti@evira.fi

< AASIA

Etelä-Korea

Hongkong

Eläinperäiset elintarvikkeet

Intia

Japani

Kazakstan

Kiina

Malesia

Singapore

Thaimaa

Vietnam

HONGKONG

Viennissä noudatettavat sopimukset

Hongkong on World Trade Organization [WTO:n jäsenmaa](#) kuten Suomikin. Elintarvikkeiden, eläinten ja kasvien turvallisuudessa noudatetaan jäsenvaltioiden sopimusta [WTO Agreement on Sanitary and Phytosanitary Measures](#).

Verkostot viejän tukena

- Eviran maa-aluevastaava
- Eviran pk-vientihanke
- Team Finland -verkosto Hongkongissa
- Finpron Food from Finland -kasvuohjelma

Muokattu 22.11.2017

Anna palautetta tästä sivusta

LISÄTIETOA

- Imported food control (Hong Kong Centre of Food Safety)
- Food legislation/guidelines (Hong Kong Centre for Food Safety)
- kauppatietoa (EU-Trade)
- tietoa tullitariffeista ja vientikäytännöistä (MADB)
- maatietoa (ulkoministeriö)

Suomesta on viety Hongkongiin viime vuosina mm. siipikarjan- ja sianlihaa, alkoholi- ja virvoitusjuomia sekä myllyteollisuustuotteita.

Apua viranomaisvaatimusten selvittämiseen on tarjolla

Aloita selvitystyö Eviran uudesta Kontti-palvelusta www.evira.fi/vienti/kontti! Sinne on koottu maittain tietoa eri elintarvikeryhmien viennistä sekä suoria linkkejä mm. alla mainittuihin lähteisiin. Kontista löytyy maittain linkit verkostoihin, jotka ovat viejän tukena. Eläinperäisten elintarvikkeiden osalta Kontista löytyy myös tietoa tarvittavista eläinlääkintötodistuksista ja viennin ehdoista.

- Kohdemaan elintarviketurvallisuudesta vastaavan viranomaisen internetsivuilta löytyy usein tietoa maa-hantuojille: mitä viennissä pitää ottaa huomioon, pitääkö viejän rekisteröityä kohdemaahan jne.
- EU-komission MADB-tietokannasta saa maittain ja tuotteittain (CN-koodi) tietoa kohdemaiden vientikäytännöistä, vaatimuksista ja tullitariffeista <http://madb.europa.eu>
- Suomen edustustojen Team Finland -verkostot tarjoavat apuja yritysten kansainvälistymiseen.
- Ajankohtaista viennistä -uutiskirje kokoaa elintarvikeviennin ajankohtaiset asiat kuudesti vuodessa. Tutustu ja tilaa sähköpostiisi: www.evira.fi/ajankohtaista-viennista.

Myös Eviran pk-vientihanke on apuna vientivaatimusten selvittämisessä. Maa- ja metsätalousministeriön rahoittamassa hankkeessa tarjoamme yrityskohtaista neuvontaa ja apuja vaatimusviidakon kanssa. Hanke jatkuu vuoden 2018 loppuun saakka. www.evira.fi/pkvienti

Postin palvelut elintarvikelogistiikassa

Posti tarjoaa kattavasti elintarvikelogistiikan palveluita elintarvikealan toimijoille: elintarvikkeita myyville tuottajille, elintarviketeollisuudelle, päivittäistavarakauppa- ja Foodservice-sektorille. Palvelutarjonnassa on huomioitu elintarvikealan vaatimukset ja palveluvalikoimaan kuuluu mm. lämpötilasäädellyt kuljetukset sekä kylmä- ja pakasteverastointi.

Vuonna 2016 tehdyillä yritysostoilla Posti laajensi valtakunnallista palvelutarjontaa ja asiaa viedään eteenpäin edelleen. Seinäjokelainen Veine-konserni, joka on erikoistunut lämpösäädelyyn logistiikkaan, ja Pohjois-Suomessa leipomoelintarvikkeiden kuljetukseen erikoistunut Kuljetus Kovalainen ovat nyt osa Postia.

Edellä mainittujen palveluiden lisäksi ruokatoimituksiin kuuluu ateriakuljetukset ja verkkokauppiaille tarjotut logistiikkapalvelut.

Tutustu tarkemmin www.posti.fi/yritysasiakkaat/paketit-ja-logistiikka/ratkaisut/elintarvikelogistiikka.html

Venäjällä kysyntää suomalaisille tuotteille ja palveluille

Suomalais-venäläinen elintarvikeviennin yhteistyö tiivistyy. Venäläinen LEND-konserni, Trade House LEND ja ProAgria Etelä-Suomi ry ovat tehneet tiivistä yhteistyötä suomalaisten premium-elintarvikkeiden saamiseksi venäläisille kuluttajille ja menekinedistämistoimissa Venäjällä vuodesta 2010 lähtien. Yhteistyö on jatkunut sanktioiden jälkeen, sillä useat elintarvikkeet jäivät kiellon ulkopuolelle. Vienti Venäjälle on jatkunut koko ajan - raja ei ole kiinni. Ruplan kurssi on ollut suurin viennin kehittymisen este ja vientimäärien vähentäjä näissä tuoteryhmissä, sillä vuosi sitten ruplan kurssi oli jopa 100 ja syksyllä 2017 kurssi on vaihdellut 63-69 välillä.

Venäjä Suomelle tärkeä kauppakumppani

Venäjä on aina Suomelle tärkeä kauppakumppani. Talouden tilanteet vaihtelevat ja venäläiset ovat tottuneet näihin vaihteluihin.

LEND konserni on kooltaan ja toiminnaltaan merkittävä toimija Venäjällä. Konsernin toinen perustaja ja omistaja Julia Demchenko vannoo suomalais-venäläisen yhteistyön nimeen sanoen - Suomalaisten kannattaa nyt kiinnittää huomiota kilpailuasemaansa Venäjällä, mikäli aikovat olla markkinoilla tulevina vuosina. Pohjana meillä on mittava, vuosien yhteistyö.

Suomalaisia tuotteita 250 tuotenimikettä

Trade House LENDistä toimitusjohtaja Anna Shlianina kertoo heillä olevan valikoimissa 250 suomalaista tuotenimikettä. Suomalaisten tuotteiden osuus heidän tuonnistaan oli ennen 50 %. Nykyään osuus on 18 %. Tälle pohjalle pystyy nyt helposti rakentamaan uutta tarjontaa.

LEND operoi supermarketiensa lisäksi Pietarin Stockmannin ruoka-osastolla. Heidän supermarket-ketjunsä ja Stockmannin yhteenlaskettu liikevaihto on reilut 100 M€.

Trade House LEND arvostaa suomalaisten elintarvikkeiden

korkeaa laatua. Suomalaisille elintarvikealan yrityksille on nyt tarjolla ajankohtaista tietoa Venäjän markkinoista. Ensimmäiset uudet tuote-erät ovat lähteneet Venäjälle koemarkkinointiin. Parhaillaan karsitaan uusia tuotteita yhdessä venäläisten kanssa ja valmistellaan menekinedistämistoimia vuonna 2018.

Mitä Venäjälle voi viedä

Venäjälle voi viedä viljapohjaisia tuotteita – sipsejä, keksejä, muroja, myselejä, erikoisvalmisteita jne. myös marjajalosteet eli mehut, hillot, marmeladit, glögit, makeiset, kasvis- ja vihannesjalosteet sekä -säilykkeet jne. ovat mahdollisia. Erilaiset makeiset sopivat vientiin ja venäläiset ostavat niitä paljon tulevina vuodenvaihteen juhla-aikoina. Monet juomat ovat vientikelpoisia aina vedestä lähtien.

Majoitus, ruoka- ja elämysmatkailuyritykset Moskovassa 19.-21.9.2017

ProAgria Etelä-Suomi ry järjesti Suomen maaosaston kansainvälisillä matkailumessuilla Leisure Otdykh 2017 Moskovassa 19.-21.9.2017. Vuoden 2016 kuluttajatutkimuksen (tuhat pietarilaista vastaajaa) venäläiset odottavat suomalaisten matkatuotteiden laajempaa tarjontaa Pietarissa ja Suomeen matkustaminen on jälleen ajankohtaista. Ajat ovat muuttuneet ja muuttumassa Venäjällä kulutuskäyttäytymisessä.

Messuilla oli edustettuina 12 yritystä eri puolilta Kymenlaaksoa ja Uuttamaata. Osallistuneilla yrityksillä on asiakkaina venäläisiä matkailijoita tai he haluavat venäläisistä uusia asiakasryhmiä. Yritykset valittiin siten, että heidän palvelunsa täydentävät toisiaan ja palvelutarjonta on kokonaisuudessaan venäläistä matkailijaa kiinnostava. Keväällä 2018 ProAgria järjestää venäläisille matkanjärjestäjille ja medialle PR-matkan Suomeen yhteistyössä messuilla mukana olleiden yritysten kanssa.

Tuula Repo, tuula.repo@proagria.fi

Jalostavia elintarvikeyrityksiä on Suomessa noin 2860

Valtakunnallinen Lähiruoan koordinaatiohanke ja maakunnalliset elintarvikealan kehittäjät kokosivat vuonna 2017 yhteistyössä maakunnittaisen Aitoja makuja yritystilaston. Yritystilastosta selviää, millä toimialalla yritykset toimivat ja montako henkilöä ne työllistävät. Tähän tilastoon kuuluvien jalostavien elintarvikeyritysten toiminta on liikevaihdoltaan vähintään 10 000 euroa.

Elintarvikealalla merkittävässä roolissa ovat pienet elintarvikeyritykset, jotka työllistävät alle 10 henkilöä. Tähän ryhmään kuuluu noin 2450 yritystä eli 85 % kaikista yrityksistä. Kun tilannetta verrataan maakunnittain valtakunnalliseen tilanteeseen, niin Kanta- ja Päijät-Hämeessä, Keski-Pohjanmaalla, Uudellamaalla ja Varsinais-Suomessa näiden pienten yritysten suhteellinen osuus jää alhaisemmaksi kuin mikä on valtakunnallinen osuus. 10 – 49 henkilöä työllistävien yritysten määrä on valtakunnallista keskiarvoa (10 %) suurempi Kainuussa, Kanta-Hämeessä, Keski-Pohjanmaalla, Uudellamaalla, Varsinais-Suomessa sekä Pohjanmaalla*. Suurien elintarvikeyritysten (yli 50 henkilöä työllistävät) osuus on valtakunnallisesti 5 % ja näitä yrityksiä on eniten Uudellamaalla.

Toimialoittain tarkasteltuna leipomoalalla toimii 29 % yrityksistä eli 835 yritystä. Seuraavaksi yleisimpiä aloja ovat vihannesten sekä marjojen ja hedelmien jalostus (465 yritystä), muiden elintarvikkeiden jalostus (442 yritystä) sekä teurastus ja lihanjalostus (435 yritystä).

- Teurastus ja lihanjalostusalojen yrityksiä on eniten Pirkanmaalla ja Pohjois-Pohjanmaalla. Kun suhteutetaan tilanne maakunnan yritysten määrään, Lapissa 35 % yrityksistä toimii tällä alalla ja noin viidennes Etelä-Savossa, Pirkanmaalla ja Pohjois-Pohjanmaalla.
- Kalanjalostusyrityksiä on lukumäärällisesti eniten Pohjois-Pohjanmaalla, Varsinais-Suomessa ja Pohjanmaalla*. Viidennes Pohjanmaan, Lapin ja Kymenlaakson yrityksistä toimii kalanjalostuksessa.

- Vihannesten sekä marjojen ja hedelmien jalostusyrityksiä on selvästi eniten Satakunnassa (65 yritystä). Myös Etelä-Karjalassa on keskimääräistä enemmän yrityksiä (31 %) suhteutettuna kaikkiin ko. maakunnan yrityksiin.

- Maidon jatkojalostusyrityksiä on eniten Pirkanmaalla ja Pohjois-Pohjanmaalla, kummassakin 14 yritystä. Merkittävä rooli maidon jatkojalostuksella on myös Ahvenanmaalla, jossa 12,5 % yrityksistä toimii tällä toimialalla.

- Viljatuotteiden jatkojalostusta tekeviä yrityksiä on eniten Varsinais-Suomessa ja Pirkanmaalla. Pohjois-Savossa 8 % maakunnan yrityksistä toimii tällä toimialalla.

- Eniten leipomoita on Uudellamaalla ja Varsinais-Suomessa, kummassakin yli 90 alan yritystä. Pohjois-Karjalassa leipomoalalla toimii peräti 48 % maakunnan yrityksistä. Yli kolmanneksen osuus leipomoalan yrityksillä on myös Etelä- ja Keski-Pohjanmaalla, Keski-Suomessa, Kymenlaaksossa ja Päijät-Hämeessä.

- Varsinais-Suomessa on eniten juomia valmistavia yrityksiä (16). Päijät-Hämeen ja Ahvenanmaan yrityksistä noin 10 % yrityksistä toimii tällä toimialalla.

- Muiden elintarvikkeiden jalostusta on selvästi eniten Uudellamaalla (114 yritystä). Myös Keski-Suomessa ja Pirkanmaalla 20 % maakunnan yrityksistä jalostaa tuotteita, jotka kuuluvat tähän ryhmään.

Seuraavalla aukeamalla tarkempaa tietoa tilastoista.

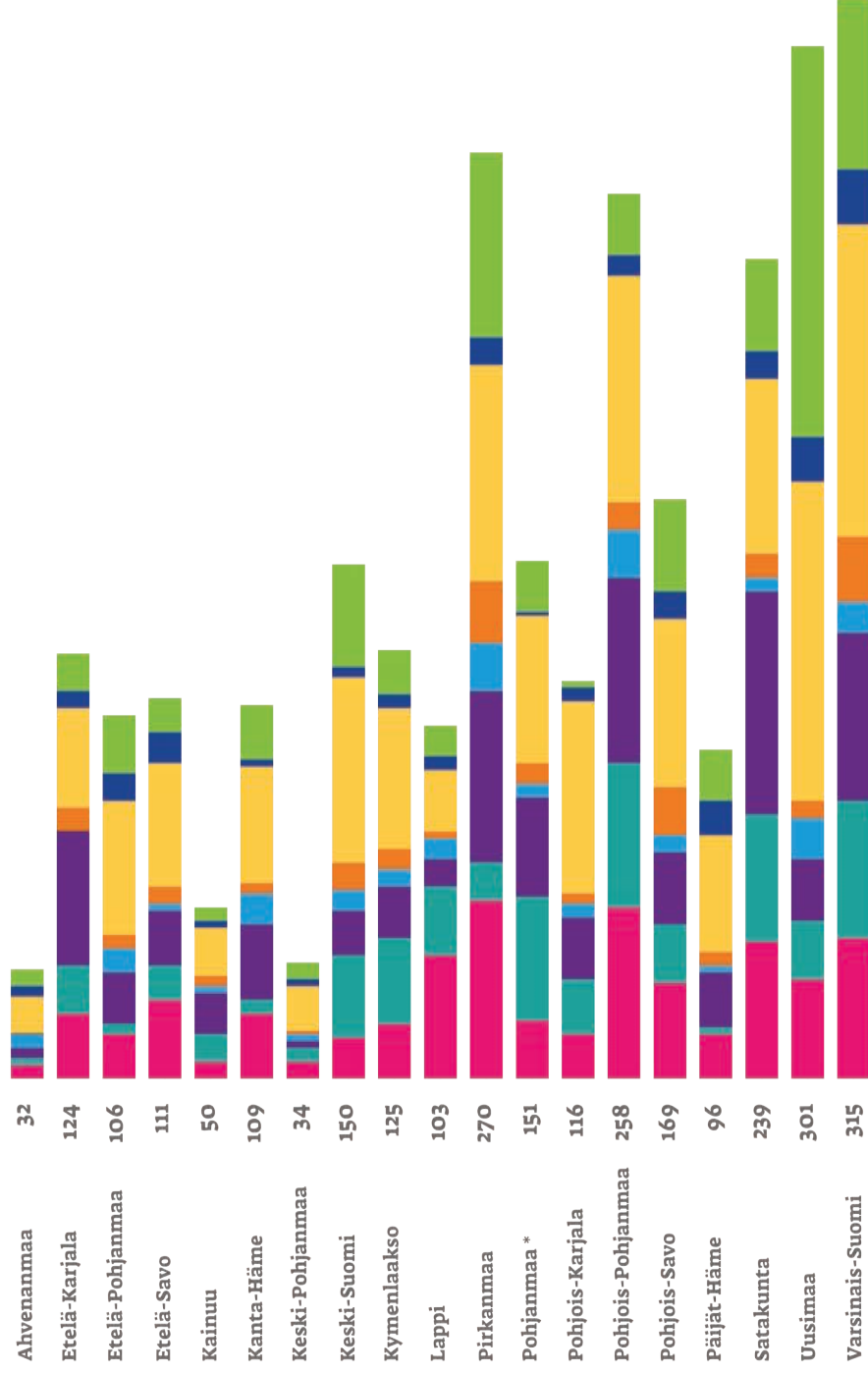
*Pohjanmaan tiedot vuodelta 2014

Lisätietoja

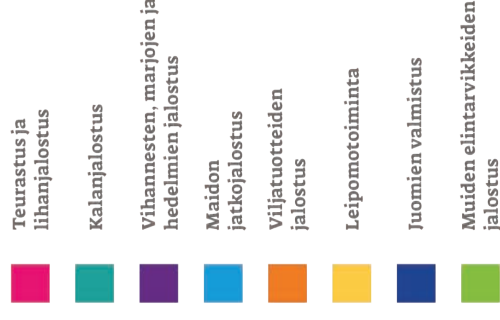
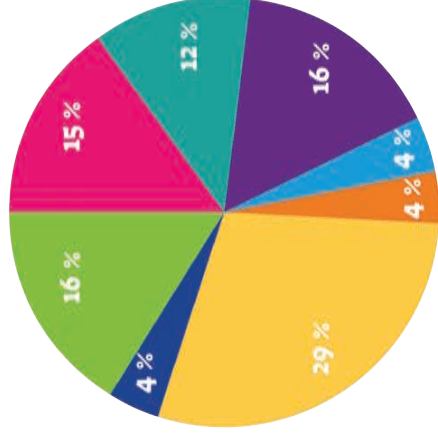
www.aitojamakuja.fi/tilastot.php

Jalostavat elintarvike-yritykset 2017

Toimialoitain valtakunnallisesti yhteensä 2859



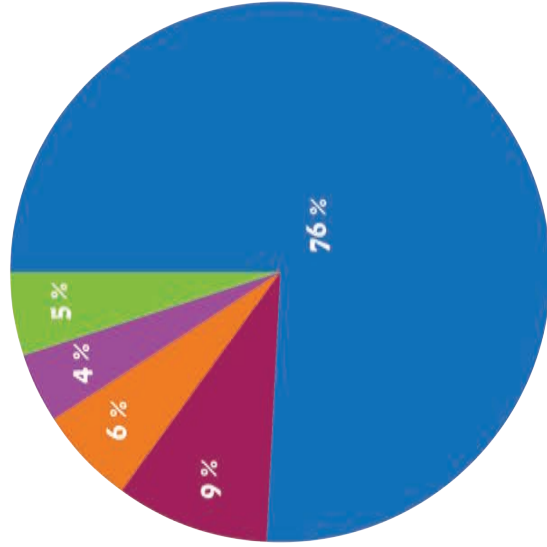
Koko Suomi (%)



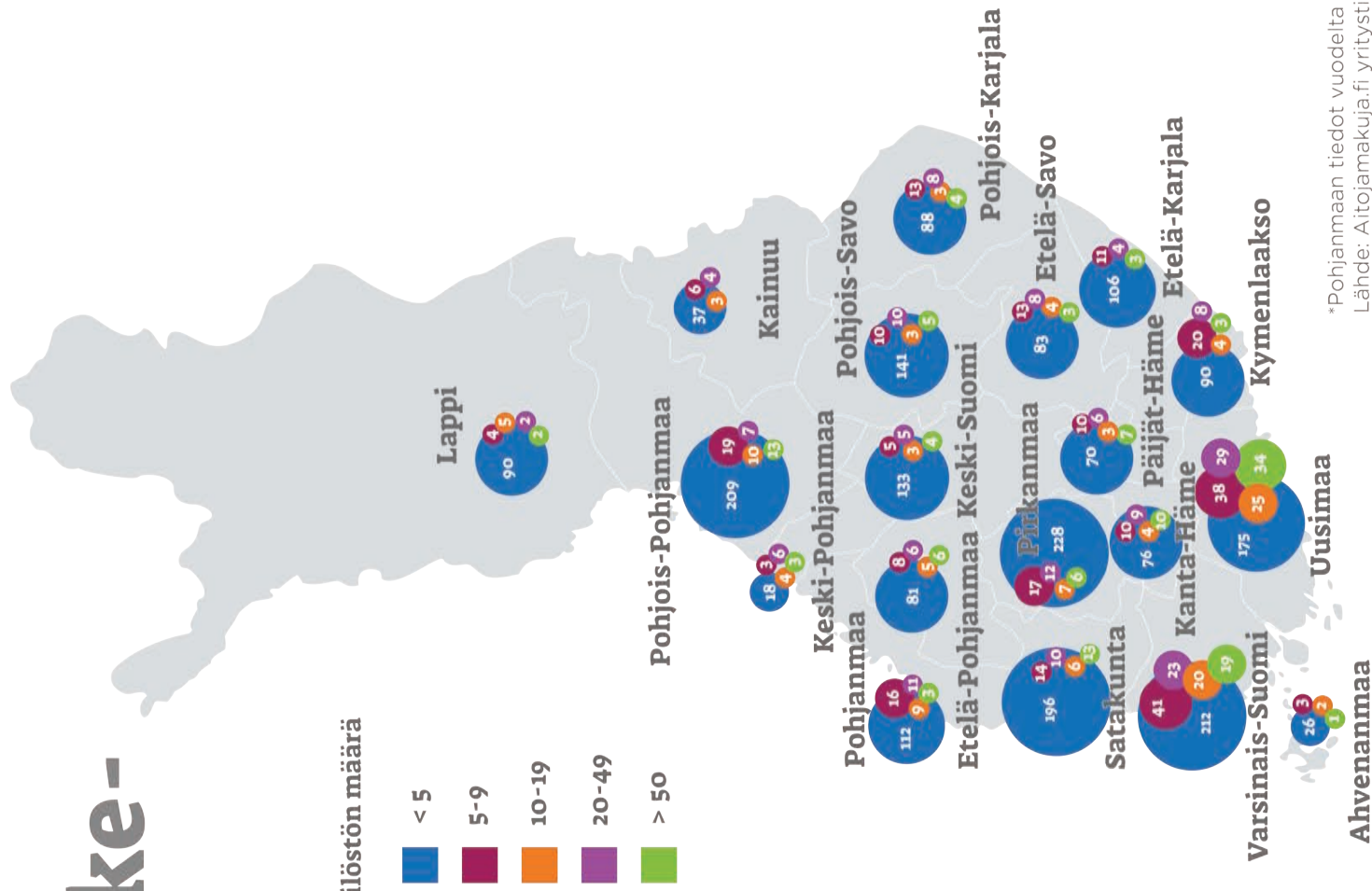
Jalostavat elintarvike-yritykset 2017

**Kokoluokittain
valtakunnallisesti
yhteensä 2859 kpl**

Koko Suomi (%)



Henkilöstön määrä



* Pohjanmaan tiedot vuodelta 2014
Lähde: Aitojamakuja.fi yritystilasto

aitojamakuja.fi

Turun yliopisto
University of Turku



Elinkeino-, liikenne- ja
ympäristökeskus



European maa- ja
kalatalouden
kehittämisen
ohjelma
Euroopan maaseutu- ja
kalatalouden
kehittämisen
ohjelma



Luonnontuoteala on Kainuun vahvuus

Kainuu on Suomen metsäisin maakunta. Metsien osuus maapinta-alasta on yli 90 %, joten Kainuu on ihanteellinen paikka harjoittaa luonnontuotteisiin liittyvää elinkeinotoimintaa. Luonnontuotteita hyödynnetään elintarvike-, koriste-, käsityö-, hyvinvointi-, hoiva-, kosmetiikka- ja matkailualoilla. Kainuun metsissä on runsaat ja monipuoliset raaka-ainevarannot ja raaka-ainetta on saatavilla myös luomuna, sillä Kainuusta löytyy runsaasti luomusertifioituja keruualueita.

Monet kainuulaiset elintarvikealan yritykset hyödyntävät luonnosta saatavia marjoja, sieniä ja yrttejä tuotannossaan. Elintarvikesektorilla yleisintä on marjojen käyttö ja Kainuusta löytyykin useita marjojen ostoa, myyntiä ja jatkojalostusta harjoittavia yrityksiä, joista osa jo toimii kansainvälisillä markkinoilla. Kainuu on merkittävä raaka-aineiden keruualue. Pelkästään puolukan ja mustikan keskisato Kainuussa on 40,8 miljoonaa kiloa, mikä on 10 % koko maan vuosittaisesta marjasadosta.

Masterplan ohjaa luonnontuotealan kehittämistä Kainuussa

Kainuulaisten tuotteiden halutaan olevan tunnettuja puhdasta ja ravintorikkaista raaka-aineista niin kotimaassa kuin ulkomailla. Kainuulaisista yrityksistä halutaan innovatiivisia,

kilpailukykyisiä ja kannattavia. Yritysten menestymisellä puolestaan on positiivisia vaikutuksia Kainuun työllisyydelle. Nämä ovat Arktiset aromit ry:n johdolla tehdyn Kainuun luonnontuotealan masterplanin 2017-2027 visiot Kainuun luonnontuotealan tulevaisuudesta. Luonnontuotealan yritysten ja yritysten tukena toimivan luonnontuotealan toimijoiden verkoston yhteistyössä laadittu pitkän aikavälin strateginen toimintasuunnitelma sisältää tarkoin määritellyjä tavoitteita halutun vision saavuttamiseksi. Suunnitelmaan sisältyy koulutukseen, tutkimukseen, tuotekehitykseen, menekinedistämiseen, viestintään, markkinointiin ja uusien yritysten perustamiseen liittyviä toimenpiteitä. Tavoitteiden saavuttaminen edellyttää moniosaavaa toimijaverkostoa ja verkoston tehokasta yhteistyötä. Kainuun luonnontuotealan toimijoiden verkostoon kuuluu oppilaitoksia, tutkimuslaitoksia, kehittäjätahoja, rahoittavia tahoja ja kuntien elinkeinotoiminnan edustajia.

Elintarvikealan yritykset kehityksen keskiössä

Monet käynnissä olevat hankkeet tukevat luonnontuotealan yrittäjien toimintaa. Elintarvikealan yrityksille hankkeet ovat tarjonneet apua ja tukea mm. tuotekehitykseen ja pakkausmerkintöjen päivittämiseen. Uuden pakkausmerkintälainsäädännön astuessa voimaan on lähes kaikissa

pakatuissa elintarvikkeissa tullut pakolliseksi ravintoarvotietojen ilmoittaminen. Koska luonnontuotteiden ravintoarvotietoja on ollut rajoitetusti saatavilla, on yrityksille ollut suurena apuna hankkeiden tukemat ravintoarvoanalyysit, jotka Elintarviketieteiden tutkimussäätiöltä saatu apuraha on mahdollistanut.

Hankkeiden avulla elintarvikeyrityksille on etsitty uusia markkinoita ja kainuulaisia elintarvikkeita on saatavilla nykyään mm. Itäkeskuksen uudessa K-Citymarket Helsinki Eastonissa. Myös kansainvälisten markkinoiden mahdollisuuksia on selvitetty ja tietoutta erityisesti marjojen eduista on välitetty maailmalla.

Lähteet ja lisätietoja

Kainuun luonnontuotealan masterplan 2017-2027:

www.arktisetaromit.fi/binary/file/-/id/19/fid/3255/

Kirjoittaja

Essi Keränen

Kainuun maa- ja kotitalousnaiset

Kantri & Co. -hanke

essi.keranen@maajakotitalousnaiset.fi

Tukimateriaalia lihalaitoksen perustamiseen

Haluatko perustaa lihaleikkaamon, jauhelihalaitoksen tai raakalihavalmistelaitoksen? Eviran Pk-neuvontahankkeen verkkosivuilla www.evira.fi/pkneuvonta on julkaistu tukimateriaalia lihalaitoksen perustamiseen.

Voit opiskella lihalaitoksen perustamiseen liittyviä asioita sivuilla julkaistun tekstioppaan avulla. Tutustu oppaaseen tai tulosta se luettavaksesi kokonaisena tai osissa. Kun suunnittelet lihalaitoksen perustamista, tutustu ihan ensiksi osiin Esittely, Perustaminen ja Tilat. Maahanmuuttajien huomioimiseksi teksti on tehty selkosuomeksi. Lisäksi opas on julkaistu englanniksi ja ruotsiksi.

Lihlaitoksen perustamisesta on tulossa myös monikielinen verkkokoulutus. Verkkokoulutuksen sisältö vastaa tekstioppasta.

Käy ihmeessä tutustumassa ja kerro eteenpäin niille joille materiaali voisi olla hyödyllistä!



Liha-alan laitoksen toiminnan aloittaminen



Pohjois-Karjala on metsäinen noin. 165 000 asukkaan maakunta, jonka keskus on Joensuu. Maakunnan kolme seutukuntaa ovat Joensuun seutu (Ilomantsi, Joensuu, Juuka, Kontiolahti, Liperi, Outokumpu ja Polvijärvi), Keski-Karjala (Kitee, Rääkkylä ja Tohmajärvi) ja Pielisen Karjala (Lieksa, Nurmes ja Valtimo).

Suuria ja pieniä toimijoita elintarvikealalla

Elintarvikkeet ja juomat olivat neljänneksi suurin teollisuuden toimiala Pohjois-Karjalassa syksyllä 2016 ja sen kasvu on jatkunut myös vuonna 2017. Maakunnan noin 120 elintarvikeyrityksen liikevaihto oli vuoden 2016 alkupuoliskolla lähes 88 miljoonaa euroa.

Leipomot ovat yksi maakunnan tärkeimmistä työllistäjistä elintarvikealalla. Pielisen-Karjalan suuret leipomot ovat merkittäviä gluteenittomien leipomotuotteiden valmistajia Suomessa. Myös pieniä leipomoita on paljon eri puolilla maakuntaa.

Maataloutta, marjanviljelyä ja luonnontuotteita

Pohjois-Karjalan runsaat 2000 maatilaa viljelee 86 000 peltihehtaaria, joista neljäsosa on luomuviljelyssä. Noin 500 maitotilaa tuottaa 133 milj. litraa maitoa. Lisäksi Pohjois-Karjalassa on kattava pienteurastamojen ja lihanjalostusyritysten verkosto.



Nimisuojattuja karjalanpiirakoita pääsee maistelemaan monessa Karelia á la carte -verkoston yrityksessä. Kuvassa Kotileipurin Herkkupajan piirakka, kuva: Olli Kostamo.

Joensuun seudun ja Keski-Karjalan 124 marjanviljelytilaa viljelevät marjoja – pääasiassa mustaherukkaa ja mansikkaa - 754 hehtaarin alueella. Maakunnan marjakasvieroikoisuus on saskatoon, ja luomumarjoja viljellään 17 tilalla. Marjojen logistiikan kannalta keskeistä on Marja Carelia Oy:n pakastamotoiminta.

Luonnontuotteiden hyödyntäminen on perinteisesti vahva toimiala Pohjois-Karjalassa. Luonnontuotteiden ostoyritykset välittävät sienet ja marjat suomalaisiin ja eurooppalaisiin ruokapöytiin. Mustikkaa, puolukkaa, herkkutattia ja haaparouskua kerättiin vuonna 2015 Itä-Suomessa yhteensä noin viiden miljoonan euron edestä. Kaksi suurta järviä luonnontuotteiden mahdollistaa maakunnassa myös paljon kalanjalostustoimintaa.

Karjalainen ruokaperinne

Karjalaiseen ruokakulttuuriin voi tutustua aidoimmillaan edellisten hankekausien aikana muodostetun Karelia à la carte -verkoston matkailu-, ravitsemus- ja jatkojalostusyrittäjien tuotevalikoimissa eri puolilla maakuntaa. Tämä verkosto on laajasti tunnettu myös maakunnan ulkopuolella etenkin arvoistaan: karjalaisuus, paikallisuus, omakeisuus, vieraanvaraisuus ja luonto.

Ruokapalveluhankinnat ja logistiikkaratkaisuja

Edellisten hankekausien aikana maakunnassamme tehtiin paljon työtä sen eteen, että kunnat alkaisivat käyttää paikallisia raaka-aineita ruokapalveluissaan. Tämän työn an-

sioista Joensuun lähellä toimiva Jaakkolan elintarviketukku on saanut vankan jalansijan maakunnan elintarvikkeiden tuottajien ja käyttäjien välikätenä. Tukun toiminta helpottaa sekä ruokapalveluhenkilöiden tilaustyötä että pienten jatkojalostusyrittäjien jakelua.

Hankkeet mukana elintarvikealan kehittämistoiminnassa

Elintarvikealan kehittämistä maakunnassa jatkaa elokuussa toimintansa aloittanut Mahdollisuuksia jatkojalostukseen tiedonvälitykseen hanke, jonka toteuttajia ovat Pohjois-Karjalan koulutuskuntayhtymä, Itä-Suomen yliopisto ja Joensuun seudun kehittämissyhtiö Josek Oy. Lisää tietoa hankkeesta sivuilta: pkky-wp.pkky.fi/luonnos-tatuotteeksi/ ja Marja-Leena Hirvonen, projektipäällikkö, Pohjois-Karjalan koulutuskuntayhtymä p. 050 306 6257, marja-lea.hirvonen@pkky.fi

Elintarvikejalostusyrietykset Pohjois-Karjalassa 2017

Yritykset yhteensä

	Henkilölukumäärä					Yht.
	< 5	5 - 9	10 - 19	20 - 49	> 50	
Teurastus ja lihanjalostus	8	1	1	2	1	13
Kalanjalostus	12	4				16
Vihannesten, marjojen ja hedelmien jalostus	14	3	1			18
Maidon jatkojalostus	2		1		1	4
Viljatuotteiden jalostus	3					3
Leipomotoiminta	45	3	5	1	2	56
Juomien valmistus	2	2				4
Muiden elintarvikkeiden jalostus	2					2
Yhteensä	88	13	8	3	4	116

Kirjoittaja

Anneli Salonen

***Lokakuun alkupuolella joukko ruoka-artesaaneja ke-
rääntyi mittelöidäkseen artesaaniruuan avoimissa
suomenmestaruuskilpailuissa, jotka järjestettiin nyt
toista kertaa.***

Tämänvuotiseen kilpailuun (4.-6.10.2017) osallistui 50 tuottajaa, ja tuomariston tehtävänä oli arvioida yhteensä 120 tuotetta. Kilpailijoita oli eri puolelta Suomea, mutta myös Ahvenanmaalta, Virossa sekä Ruotsista. Eniten tuotteita oli ilmoitettu Uudeltamaalta sekä Turunmaalta.

Tuotteet kilpailivat seuraavissa luokissa: maitotuotteet, leipomotuotteet, lihatuotteet, vihannes- ja sienituotteet, marja- ja hedelmätuotteet, kylmät mauste- ja ruokakastikkeet, pohjoismaiset juomat, innovatiivinen artesaaniruoka sekä snacksit. Tämän lisäksi järjestettiin pakkauskilpailu, jossa yleisön äänet ratkaisivat.

- Halusimme järjestää pakkauskilpailun, jotta pakkauksen merkitys huomioitaisiin. Tuotepakkaukset ovat teema, josta ruoka-artesaanit käyvät paljon keskustelua ja vielä on paljon kehitettävää niin materiaalien kuin muotoilun suhteen. Tällä kertaa äänet menivät tasan, joten kaksi voittajaa saivat diplomin, projektipäällikkö Ann-Louise Erlund kertoo.

Erlund toimii Rannikon Ruoka-artesaaniruokahankkeessa, joka on SM-kilpailujen pääjärjestäjä.

Uusi artesaaniruokayhdistys esitelyssä

Kilpailun tuomaristo koostui niin artesaaniruuan asiantuntijoista kuin maallikoista, jotka arvioivat tuotteita niiden tuoksun, maun, koostumuksen ja ulkonäön perusteella Yrreshögskolan Novian tiloissa Raaseporissa. Kiinnostuneet pääsivät seuraamaan tuomariston keskittynyttä maistelutyötä tapahtuman aikana. Tapahtumaan kuului myös artesaaniruokaa käsitteleviä seminaareja, työpajoja sekä vierailuja paikallisiin ruoka-alan yrityksiin.

Tapahtuman aikana esittäytyi myös vastikään perustettu Suomen Artesaaniruokayhdistys, joka toimii artesaaniruuan tekijöiden etujärjestönä ja kaikkien artesaaniruusta kiinnostuneiden välisenä linkkinä.

- Yhdistyksellä on tulevaisuudessa tärkeä rooli kilpailuja järjestettäessä, ja se keskittyy kehittämään niin kotimaista kuin kansainvälistä yrittäjäverkostoa, Erlund kertoo.

Yhdistys järjestää alakohtaisia tapaamisia, jossa esimerkiksi marja- ja hedelmäyrittäjät pääsevät keskustelemaan juuri omaa alaa koskevista ajankohtaisista asioista.

Katse kohti ensi vuotta

Voittajat selvisivät perjantai-iltana 6.10 Fiskarsin Ruukissa. Tämän jälkeen seurasi juhlaillallinen, joka järjestettiin osana ELO-säätiön vetämää Syödään yhdessä -hanketta. Artesaaniruuan SM-kilpailujen päätyttyä alkoi toinen tärkeä ruoka-aiheinen tapahtuma, nimittäin Slow Food Västnylandin järjestämät vuosittaiset lähiruokamarkkinat. Markkinoiden aikana kiinnostuneet pääsivät tutustumaan kultamitalilla palkittuihin artesaaniruokatuotteisiin.

- Monet kävijät olivat hyvin kiinnostuneita tuotteista. He olisivat toivoneet maistiaisia ja halunneet ostaa tuotteita kotiin vietäväksi.

Nyt järjestäjätiimillä on katse kohdistettuna seuraaviin SM-kilpailuihin, jotka järjestetään 21.-23. maaliskuuta 2018. Erlundin mukaan monet ovat todenneet ajankohdan olevan sopiva, koska syksy on muutenkin täynnä tapahtumia.

- Toivomme tietenkin suurta osallistujamäärää, että kaikki, jotka mieltävät itsensä ruoka-artesaaneiksi niin Suomessa, Ruotsissa kuin Baltian maissa ilmoittavat tuotteensa kilpailuun.

Artesaaniruuan suomenmestaruuskilpailujen pääjärjestäjänä jatkaa Rannikon Ruoka-niminen artesaaniruokahanke,

joka on Pohjanmaan, Turunmaan, Ahvenanmaan ja Uudenmaan yhteistyöhanke. Kilpailu toteutetaan yhdessä alan yhdistysten ja muiden elintarvikealan toimijoiden kanssa.

Teksti ja kuvat

Celia Hillo

Lisätietoa kilpailutuloksista:

www.novia.fi/mathantverkfm/artesaaniruokakilpailu/tulokset2017/



Jokaiseen tuomariryhmään kuuluu alan tunnevan puheenjohtajan lisäksi vähintään kolme jäsentä (kuva yllänä); Leipomotuotteita tuomariston arvioitavaksi (kuva keskellä); Voittajatuotteita näytillä.

Finnish Food Innovations (FFI) -ohjelma on kehittänyt systemaattisen ulkomaisen tiedonhankinnan ja tiedon soveltamisen mallin, joka antaa elintarvikealan mikro- ja pk-yrityksille hyvät lähtökohdat vientituotteiden kehittämiseksi.

Jo hyvään vauhtiin päässyt FFI-ohjelma järjestää tiedonhankintamatkoja maailmalle ja niihin liittyviä tuotekehitystyöpajoja. - Matkamme suuntautuvat aina alamme tärkeimmille messuille ja vientimarkkinoille sekä siellä ennalta suunniteltuihin kohteisiin, esim. myymälöihin, tutkimuslaitoksiin tai tapaamme jakelukanavien edustajia, FFI-ohjelman- ja matkanjohtaja Jukka-Pekka Inkinen valottaa.

- Olennaista on kerätä matkoilta merkityksellistä ja kaupallisesti hyödynnettävää tietoa, joka soveltuu suomalaisten yritysten käyttöön. Yhtä oleellista on myös tiedon esittä-

mistapa. Tieto täytyy tuoda Suomeen niin, että se hyödyttää mahdollisimman laajaa mikro- ja pk-yritysten verkostoa.

CoDesign-menetelmällä tieto jalostetaan tuotteiksi

FFI-ohjelmassa matkojen ympärillä järjestetään kolme työpajaa. Ennen matkaa yrityksille tuodaan taustatietoa kohdemarkkinasta ja opastetaan tehokkaaseen havainnointiin. Matkan jälkeen puretaan havainnot sekä käynnistetään tuoteideointi.

Tiedon soveltamisessa käytetään CoDesign-menetelmää, joka säästää aikaa ja tehostaa tuotekehitysprosessin onnistumista. Työpajoissa elintarvikealan yritysten edustajat jalostavat tuoteideoita yhdessä. He saavat sparrausta tuotekehityksen, konseptoinnin, brändäyksen ja esimerkiksi



Finnish Food Innovations -ohjelman työpajoissa tutustutaan kohdemaista haettuihin elintarvikenäytteisiin.

Kuva: Kai Lintinen



Finnish Food Innovations -ohjelman tiedonhankintamatoilla tutustutaan paikalliseen markkinaan. Kuva Lontoon kauppakierrokselta. Kuva: Kai Lintinen.

tutkimuksen asiantuntijoilta. Suomalaista eri alojen osamista liitetään tuotteisiin, jotta ne pärjäävät paremmin kilpailussa vientimarkkinoilla.

- Matkoilta kerätyn ja ohjelmasta saadun tiedon pohjalta olemme luoneet kattavan kuvan siitä, millainen tuotteemme pitää olla milläkin markkinoilla. Yleisesti ottaen kuluttajat haluavat yhä helpompia ja nopeampia vaihtoehtoja, mihin meidän pitää tuotekehityksessä vastata, FFI-ohjelmassa mukana olleen Jalofoodsin kaupallinen johtaja Jouko Riihimäki kertoo.

Otso Mursula Chaga Finlandilta kertoo saaneensa viimeisen silauksen tuotekehitykseensä FFI:n Aasia-työpajoista: - Sain todella hyviä vinkkejä pakkauskehitykseen. Tu-loksena on kiinalaisille suunnattu pakuriteepakkaus, jota myydään nyt ensin Suomessa kiinalaisille matkailijoille.

FFI-ohjelma auttaa yrityksiä uusien vientituotteiden kehittämisessä sekä verkostoitumisessa vientikaupan toimijoiden kanssa, mikä antaa hyvät eväät vientimarkkinoille ponnistamiseen. Ohjelmassa tehty tiedonhankinta ja tulokset välitetään webinaarien ja YouTube -tallenteiden välityksellä kaikille kiinnostuneille.

Teksti

Kai Lintinen, KaiCom, kai.lintinen@gmail.com



Real Food Festival 10.-12.8.2018

Ensi kertaa järjestettävä Real Food Festival keskittyy puhtaasti lähi- ja luomuruokaan

Real Food Festival houkuttelee paikalle ruoan alkuperästä ja tuotantotavoista kiinnostuneita kuluttajia ja kauppojen sisäänostajia. Tapahtuma tarjoaa ennen kaikkea näkyvyyttä pientuottajille. Jokainen mukaan lähtevä pientuottaja saa vapauden rakentaa omannäköisensä toritunnelmäisen myyntipisteen. - Minulla on kaksi sydämen asiaa: pientuottajat ja hyvinvointi. Tavoite on, että tästä tulee mahdollisimman hyödyllistä tuottajille, linjaa tapahtuman myynnistä vastaava Veera Matilainen Toteutustehtaalta.

Tapahtuman vahvuus on sen selkeä raja-alue kotimaisiin lähi- ja luomuruoan tuottajiin ja jalostajiin. Suomen Kokkimaajoukkueen johtaja Kristian Vuojärvi valmistaa pientuottajien tuotteista annoksia kävijöiden maisteltaviksi. Perjantain ammattilaispäivässä tuottajat pääsevät esittelemään tuotteitaan medialle ja kauppaketjujen sisäänostajille. Lauantai ja sunnuntai ovat kuluttajille. Matilainen kertoo, että pientuottajille on luvassa myyntisparrausta ennen tapahtumaa ja lisäksi Real Food Festival tarjoaa lisäpalveluna sisältö- ja digimarkkinoinnin kehittämistä: - Autamme tuottajia oman brändin rakentamisessa ja omien tuotteiden markkinoinnissa. Vinkkaamme esimerkiksi, mitä nettisivuilla ja somessa olisi hyvä olla, ja autamme löytämään oikeat markkinointikanavat, kertoo tapahtuman markkinoinnista vastaava Mikko Kauhanen. Jokainen tapahtuman pientuottaja saa näkyvyyttä järjestäjien blogissa ja somekanavissa.

Myyntipaikat ja lisätietoa: www.realfoodfestival.fi, veera@realfoodfestival.fi, 0503429152

Kirjoittaja: Leena Arjanne

Arkipäivän sankarit ovat ammattikeittiöissä

Gastronomian todelliset sankarit ovat töissä koulujen keittiöissä ja muissa kuntien ja kaupunkien suurkeittiöissä, sanoo Johan Andersson, Offentlig gastronomi -hankkeen vetäjä Jämtlandissa Ruotsissa. Julkisissa keittiöissä valmistettu ruoka on suuri osa kuntalaisten arkiruuasta. Tästä syystä julkisten keittiöiden työympäristöön ja työtapoihin pitäisi kiinnittää enemmän huomiota, toteaa Andersson.

Suomessa monet kunnat, kuten Porvoo ja Pietarsaari, ovat äskettäin panostaneet cook-and-chill -keittiöihin. Yksi hankinnan perusteista on, että järjestelmä säästää kuntien rahaa. Mutta Andersson ei yhdy tähän ajatukseen, että ruuan valmistaminen alusta lähtien tulisi kuntien keittiöissä kalliimmaksi. Hän on työskennellyt aiemmin kokkina ja hänellä on myös ollut omia ravintoloita, lisäksi hän on työskennellyt Bergin kunnassa.

Vuonna 2009 Andersson aloitti Bergin kunnan ruokahuollon päällikkönä. Konsultti oli selvitystyön perusteella ehdottanut kunnalle, että se vähentäisi valmistuskeittiöiden määrää ja korvaisi ne lämmityskeittiöillä. Andersson teki aivan päinvastoin, sillä hän halusi osoittaa, että ruuan valmistuksen jatkamisella on etuja.

- Cook-and-chill -menetelmä aiheuttaa paljon hävikkiä, sillä kertaalleen lämmitetty ruokaa täytyy hävittää, jos sitä jää yli. Väitän, että ruoan valmistamisessa on monia etuja, kuten ylijäävän ruuan käsittely ja hyödyntäminen sekä ruoan valmistuksessa voidaan paremmin huomioida ruokailijoiden toiveet. Mutta ennen kaikkea henkilökunta säilyttää ammattitilpeytensä tehdessään sitä, mitä parhaiten osaavat. Se on tehokasta siksi, että tulee vähemmän sairauspoissaoloja.

Kokonaiskustannukset unohtuvat

Ruuan valmistus vaatii aktiivista johtamista, ja jos kunta haluaa organisoida aterioinnin kirjoituspöydän äärestä, cook-and-chill -järjestelmän mukainen vastaanottokeittiö on yksinkertainen tapa. Erityisesti julkisella sektorilla voidaan tarkastella pelkän aterian kustannuksia irrallaan muista toiminnoista, eikä ajatella, että ateriaan kohdistuu



Johan Andersson haluaa parantaa suurkeittiössä työskentelevien ammattitilpeyttä ja osaamista.

mutakin kuluja, kuten kuljetukset, toteaa Andersson.

Bergin kunnan työ julkisissa keittiöissä huomioitiin koko Ruotsissa. Syksyllä 2012 Andersson luennoi eri puolilla maata paikallisista raaka-aineista ja julkisista ruokahankinnoista.

- Tiedän, että hyvä ruokaelämys vaatii suunnittelua, hyviä raaka-aineita ja valtavasti työniloa. Kaikkea tätä löytyy jo useimmista keittiöistä, mutta samalla työntekijät tarvitsevat apua ja kannustusta työn jatkamiseen, sanoo Andersson.

Nyt Andersson keskittyy juuri ammattitaidon kehittämiseen Offentlig gastronomi -hankkeessa Jämtlandissa ja Härjedalenissa. Tavoitteena on nostaa julkisen keittiön profiilia sekä innostaa ja kouluttaa keittiöiden henkilökuntaa. Hankkeen aikana on koulutettu satoja kokkeja läänien julkisista keittiöistä. Henkilökierto sekä koulutus julkisissa keittiöissä ovat tärkeitä asioita hänen hankkeessa.

Alkuperäinen teksti: Sanne Wikström, Meidän Uusimaaseutu – Vår Nylandsbygd

Käännös: Ammi Malkamäki, Meidän Uusimaaseutu – Vår Nylandsbygd

Ravintola Olon Creative Kitchenin klassikkomenu Matka voitti Hungry for Finland kansallisen ruokamatkailukilpailun 2017

Kilpailuun osallistui 73 korkeatasoista ehdokasta. Raati totesi, että tänä vuonna erityisesti juomakulttuuri oli vahvasti edustettuna. Palkinnot jakoivat elinkeinoministeri Mika Lintilä ja maa- ja metsätalousministeri Jari Leppä TEMin matkailun vuosiseminaarissa 6.9.

Palkinnon voitti Ravintola Olon Creative Kitchenin klassikkomenu Matka. – Matka on taitavasti toteutettu vuorovai-
kutteen elämys, jossa yhdistyvät innovatiivinen toteutus, visuaalisuus ja erinomaiset maut – jokainen yksityiskohta on mietitty, raati kiteytti voittajan vahvuuksia. Sen ansioksi nähtiin myös toimiva palvelupolku.

Olon perustajiin kuuluvat Pekka Terävä kuvaili Olon ainutkertaisen luovuuden kumpuavan läheisestä vuorovaikutuksesta ihmisten kanssa. Ravintola suosii sesongin mukaisia mahdollisimman lähellä tuotettuja raaka-aineita ja tuottajia, joilla on tietty toimitusvarmuus. – Odotan malttamattomana tuoreen mädin sesonkia, kertoi Luova johtaja ja ravintoloitsija Jari Vesivalo. Ravintoloitsija ja toimitusjohtaja Katja Henttunen nosti yhdeksi suosikkiraaka-ainekseen varhaisperunan.

Lisäksi palkittiin kolme merkittävää ruokamatkailutekoa. Palkinnot saivat:

- Hotelli Punkaharju: sienet ja yrtit
- Fiskarsissa artesaanijuomatuottajien opastettu kierros: Fiskarsin panimo, Kuura Cider ja Ägräs
- Distillery ja Skördefesten: vuosittaiset sadonkorjuujuhlat Ahvenanmaalla.

Kunniamaininnat saivat

- SMAKU, porvoolaisten ravintoloiden yhteinen ruoan ja juoman elämyksellinen makumatka opastettuna kävelykierroksena.
- Studioravintola Tundra, Kuusamo: villiruoka ja villiyrtejä keittiömestari-keraamikon käsityönä.



Kilpailussa kiinnitettiin huomiota asiakaslähtöisyyteen, paikallisuuteen ja tarinoihin, lähiruokaan, elämyksellisyyteen, yhteistyöhön, liiketoiminnallisuuteen, kannattavuuteen sekä monipuolisuuteen myynti- ja markkinointikanavien käytössä.

Lisätietoja voittajista:

<http://olo-ravintola.fi/creative-kitchen/>

<http://hotellipunkaharju.fi/tapahtumat/>

<http://www.agrasdistillery.com/the-distillery-tap-room/>

<http://www.skordefest.ax/etusivu/>

SMAKU Porvoo Facebookissa

www.tundra.fi

2017

- 12.12.2017 Kansallinen ja kansainvälinen kilpailutoiminta, Forssa
13.12.2017 Yhdessä tehden parempiin tuloksiin - Elintarvikealan vuosiseminaari, Helsinki
13.12.2017 Ekologista ja taloudellista menestystä vähähiilisillä ratkaisilla - Järvikalaa NAM -hankkeen loppuseminaari, Helsinki

2018

- 25.1.2018 Elintarvikelainsäädännön aluetilaisuus Keski-Suomessa
1.2.2018 Kiina kohdemaana? Kiina-miniseminaari, Helsinki
7.2.2018 Lihalaitoksen perustaminen -koulutuspäivä, Juva
7. - 8.2.2018 Luomufoorumi 2018, Lahti
8.2.2018 Maatilan tuotteiden jalostaminen ja myynti, Lapinlahti
14. - 16.3.2017 Gastro, Helsinki
17.3.2018 Leipäkorin tuloksia – elintarvikealan seminaari
21. - 23.3.2018 Artesaaniruuan SM-kilpailut, Tammisaari
27.3.2018 Kiina kohdemaana? Intro-työpaja, Helsinki
9.4.2018 Vientivalmennuspäivä, Helsinki
12. - 15.4.2018 Lähiruoka ja luomumessut, Helsinki
12.4.2018 Elintarvike- ja ravintola-alan yrityksen perustaminen, Joensuu
26. - 29.4.2018 Terra Madre Nordic, Kööpenhamina
26.4.2018 Kiina kohdemaana? Ideaflow -työpaja, Helsinki
13. - 19.5.2018 Kiina kohdemaana? Fact finding -matka Shanghaiin ja SIAL China –messuille
7.6.2018 Kiina kohdemaana? Innovations go -työpaja, Helsinki
11. - 13.6.2018 Food Safety 2020 konferenssi, Seinäjoki
12. - 13.6.2018 Food Business Summit, Seinäjoki
10. - 12.8.2018 Real Food Festival – luomu- ja lähiruokatapahtuma, Helsinki
5. - 8.9.2018 Riga Food exhibition
15.9.2018 Osta tilalta! -päivä
10. - 11.10.2018 Fastfood & Cafe & Ravintola 2018, Tampere

Katso lisätiedot ja lisää tapahtumia aitojamakuja.fi -tapahtumakalenterista