

Ruoka-Suomi –tiedote

Ruoka-Suomi –tiedote kertoo elintarvikealan kehittämistyöstä. Tiedote ilmestyy vuonna 2002 neljä kertaa. Tiedotteen kunkin numeron painosmäärä on 1700 kpl. Jakelulistalla on noin 1200 elintarvikealan toimijaa. Levitä tiedotetta kaikille, joita elintarvikealan kehittäminen kiinnostaa.

Toimitus

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

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

Turun yliopisto
Täydennyskoulutuskeskus
Lemminkäisenkatu 14-18 B
20520 Turku
fax (02) 333 6331

Ruoka-Suomi –tiedotteen tarkoitus on palvella eri puolilla Suomea olevia elintarvikealan toimijoita ja yrityksiä kertomalla valtakunnan tason asioista, verkostoitumisesta ja muista kaikkia elintarvikealan kehittäjiä kiinnostavista asioista. Toisaalta tavoitteena on välittää eri alueellisten toimijoiden tietoja, kokemuksia ja aikomuksia muille hyödynnettäväksi. Toivottavasti löydät tiedotteesta sinulle uusia asioita tai rohkaistut ottamaan yhteyttä kirjoittajiin.

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

Sisällys

Biofach –luomuna mitä vain	3
Luomu –varteenotettava vaihtoehto	4
Biofach uutuuudet 2002	4
Vuoden 2002 luomukampanjat	5
Eco Studies –luomua yliopistossa	6
Saksaan kattomerkki luomutuotteille	6
Luomumarkkinat ja kulutus	7
Jalostetut luomutuotteet kuluttajien näkökulmasta	8
Luomua lännestä	9
Keski-Suomeen pk-elintarvikealan kehittämisohjelma	9
Tutkimus lasten ruoankäytöstä päiväkotiruokailussa	10
Verkoston tärkein voimavara on sen toimijat	11
Sahdille EU:n nimisuoja	12
Tyrnimarjanöljyllä positiivisia vaikutuksia ihoon	13
Parsakaalimyyntiin lisäpotkua ELOn voimalla	14
Toimenpideohjelma auttaa luomuhankkeiden suunnittelussa Pohjois-Pohjanmaalla	16
Varsinais-Suomi saa syksyllä oman à la carte –kirjan	18
Flavori seminaari	19
Närproducerad mat är i ropet!	20
Maakunnan maut	22
Pro Healthy Life	23



Kannen kuva on otettu BioFach -messuilta helmikuussa 2002 Saksassa

BioFach -luomuna mitä vain

Luomualan kansainväliset BioFach-messut Nürnbergissä Saksassa yllättivät kävijänsä monipuolisuudellaan. Tarjolla oli kaikkea mahdollista luomuna lastenruuista kissanruokiin, vaatteista voiteisiin. Pääpaino oli kuitenkin edelleen luomuelintarvikkeissa.



Kuva luomuelintarvikkeiden valikoimien monipuolisuudesta ja runsaudesta BioFach-messuilla 2002

BioFach-messut ovat ammattilaisille suunnattu vuosittainen tapahtuma, jossa tutustutaan eri maiden tuoteuutuuksiin, etsitään jälleenmyyjä omille tuotteille tai täydennetään omia tuotevalikoimia. Messujen yhteydessä järjestetään myös asiantuntijaluentoja luomualan ajankohtaisista aiheista.

Luomumarkkinoiden uskotaan edelleen kasvavan koko Euroopan alueella ja luomumaataloutta pidetään Euroopan maatalouden dynaamisimpana sektorina ja lipulaivana. Luomutuotteet myydään jatkossa yhä enenevässä määrin supermarketeista ja ns. erikoiskauppojen osuus tulee pienenemään. Luomutuotteiden kulutuksen arvioidaan kasvavan eniten valmisruoissa ja tuoretuotteissa. Luomuliha saanti on ongelmallista nyt ja tulevaisuudessa.

BioFach-messuilla vuonna 1997 tarjolla oli pääasiassa tuoretuotteita ja peruselintarvikkeita. Nyt huomio kiinnittyi lastenruokiin, makeisiin, limonadeihin ja valmisruokiin. Lastenruokia oli tarjolla maidonvastikkeista erilaisiin soseisiin ja velleihin. Kauniita suklaapalloja, tryffeleit ja nallekarkkeja esiteltiin innokkaasti. Pystytään siis tekemään kauniin värisiä makeisiakin ilman keinotekoisia väriaineita. Ja makeisia maistellessa jano sammutettiin

luomu”CocaColalla”. Uutta oli myös ”business to business” -halli, jossa esillä oli luomuelintarvikkeissa tarvittavia luontaisia aromi- ja väriaineita, sakeuttamisaineita, emulgointiaineita, uutteita jne.

Näytteilleasettajia oli kaikista maanosista ja vuoden luomumaana oli Espanja. Luomuviiniä, luomuviiniä ja luomuoliiviöljyä – niitä espanjalaiset ylpeinä esittelivät. Suomesta oli kolme näytteilleasettajaa: kaksi lakritsinvalmistajaa ja yksi konsultti- ja maahantuontiyritys. Mielenkiintoinen tuotevalikoima keskieuropalaisten näkökulmasta. Toki messujärjestäjät pitivät suomalaisia varten otettavina messukävijöinä, sillä messukävijäkyselyssä kysymykset oli suomeksi!

Messujen esilletuoduin raaka-aine oli kiistatta dinkel eli speltti, joka on vanha vehnälajike. Sitä oli mysleissä, lastenruoissa, ruokaleivissä, kekseissä, kahveissa ja missä nyt vehnää ylipäätään voidaan käyttää. Speltin käytöllä lisätään tuotteen positiivista imagoa kuluttajien silmissä. Varsinkin saksankielisissä maissa speltti kuuluu osana terveelliseen ruokavalioon.

Messuilta saatu informaatiotulva on vielä prosessointivaiheessa. Tuoteideoita pulpahtaa varmasti pitkin vuotta; toivottavasti myös omaan elintarviketeollisuuteemme.

Nähtäväksi jääkin, onko Suomesta BioFach 2003-messuilla kolme luomulakritsin valmistajaa vai kenties jonkun muun tuotteen valmistaja.

Luomumessuterveisin

Marita Leskinen

HY/Maaseudun tutkimus- ja koulutuskeskus Mikkeli

sähköposti: marita.leskinen@helsinki.fi

Luomu

-varteenotettava vaihtoehto

Yleinen asenneilmasto on tällä hetkellä luomulle myönteisempi kuin ehkä koskaan aikaisemmin. Kuluttajaprofiileja piirtävässä RISC Monitor-tutkimuksessa ovat viimeisen vuoden aikana vahvistuneet asenteet, jotka kuvastavat eettisyyden ja kestävän kehityksen korostumista. Arvoja, etiikkaa ja moraaliamiettivien kuluttajien määrä on kasvanut. Arvojen muuttuminen näkyy myös siinä, että ruoan alkuperä-, turvallisuus- ja terveellisyystekijät korostuvat.

Myös Finfood LUOMUn kolme kertaa vuodessa teettämän luomubarometrin mukaan kuluttajien kiinnostus luomutuotteita kohtaan kasvaa edelleen. 2/3 suomalaisista sanoo vähintään kokeilleensa luomutuotteita. Edelleen 80 % aikoo lisätä luomutuotteiden käyttöä. Ostohalukkuus ei ole kuitenkaan viime vuoden lopun luomubarometreissä enää noussut. Samalla kun luomutuotteiden käyttäjäkunta on laajentunut, on myös kriittisten osuus kasvanut. Sama kehitys näkyy suosituimpien luomutuotteiden markkinaosuuksien kasvun hidastumisena. Viime vuoden aikana esimerkiksi tuoretuotteissa markkinaosuudet ovat pysyneet samoina aiemman selvän kasvun sijasta.

Markkinavetoista luomua – riittääkö se?

Kuluttajien lisäksi luomuimuun uskoo kauppa. Tilanne on kuitenkin vaikea. Juuri kun markkinat on saatu opetetuiksi luomun arkipäiväistymisestä osaksi tavallista ruokakoria, tuotteita ei ole riittävästi saatavilla tai alan kasvunäkymät ovat huonot. Erityisen paljon ongelmia on luomukotieläintuotteiden kohdalla. Vuoden vii-

meinen ketjubarometri osoitti sen, mikä jo osittain oli tiedossakin. Viljelijöiden halukkuus lisätä luomutuotantoa on selvästi vähäisempää kuin teollisuudella ja kaupalla eikä teollisuuskään usko luomuun kaupan lailla. Jo nyt on nähtävissä tilanne, jossa kauppa peräänkuuluttaa kuluttajien suulla lisää luomuvaihtoehtoa ja pittemmälle jalostettuja tuotteita. Jos kotimainen alkutuotanto ja jalostus ei tähän pysty vastaamaan, on ulkomainen tuonti kaupalle helppo vaihtoehto. Sama tilanne näkyy suurkeittiösektorilla, jossa alkuinnostus on monen kohdalla vaihtunut tuskaan heikosta ja hajallaan olevasta luomutarjonnasta sekä alhaisesta jalostusasteesta. Mistä saada luomua, jos sitä ei ole?

Lisää ketjun rakentajia

Luomuketju kaipaa lisää osaamista. Markkinatiedon välittäjiä, säädösten tulkitsijoita, tuotekehittäjiä ja kädestä pitäen alkutaipaleella opastajia. Tällä hetkellä luomun kehittymisen tiellä on vielä paljon esteitä, jotka on kuitenkin voitettavissa tehokkaammalla yhteistyöllä. Meillä Finfood LUOMUssa on ollut mahdollisuus seurata läheltä yhden luomutuoteketjun toimintaa vuoden ajan. Nyt on tultu tilanteeseen, jossa prosessin kannalta keskeiset ongelmat on kirjattu ja volyymitavoitteet on eri portailla ensimmäistä kertaa ääneen ilmaistu. Toivottavasti se johtaa siihen, että luomua on ensi kesän jälkeen enemmän markkinoilla. Vielä toistaiseksi näyttää luopaavalta. Liiketoiminnassa pitää ottaa riskejä, sitä kykyä toivottavasti riittää.

Lisätietoja
Finfood LUOMU
Päivi Rönni
Puh. (09) 6155 4571
paivi.ronni@finfood.fi

Biofach uutuudet 2002

Eri yritykset esittelivät uutuuksia Biofachissa 193 kpl, joiden joukosta löytyi mm. seuraavia tuotteita:

- Iberian pig- sianlihaluomut
- Gourmet-pasta
- Pannukasvikset
- Appelsiini- sekä greippilimonadi
- Espresso pussit
- Erilaiset maustetut ketsupit
- Kaurahiutaleet
- Näkkileipä
- Wellness-levitesarja
- Katkaravut
- Hunajaiset Spelt-keksit

Luomukosmetiikan voimakasta markkinoille tulemistä kuvaa hyvin se, että vaikka uutuuksia listattiin valmisruoka- sekä kosmetiikkasarjassa yhtä paljon, niin luomukosmetiikasta pääsi "Vuoden tuote" -loppukilpailuun yli kaksinkertainen määrä tuotteita.

Marjo Särkkä-Tirkkonen
HY/Maaseudun tutkimus- ja koulutuskeskus, Mikkeli
Marjo.Sarkka-Tirkkonen@helsinki.fi

Vuoden 2002 luomukampanjat

Finfood LUOMUn visiona on, että laadukkaat luomutuotteet ovat arkipäivää. Teemme oman tehtävämme mukaisesti luomun menekinedistämistyötä pääosin valtakunnan tasolla. Ohessa päälinjoja tämän vuoden toiminnastamme, johon toivomme myös hankkeiden aktiivisesti ottavan osaa.

Luomua –siitä saa jo aterian

Keväällä kampanjoidaan pääkaupunkiseudulla ja mahdollisesti Turun ja Tampereen seuduilla aktiivisissa kaupoissa, joissa annetaan kuluttajille vinkkejä luomuruuanlaittoon. Kaupassa tapahtuva työ on osoittautunut tuloksellisimmaksi menekinedistämistyöksi, sitä suosittelemme myös hankkeille. Maistattaminen, luomutuotteiden esille nostaminen ja ruoanlaittovinkkien antaminen auttaa kiireistä kuluttajaa ostopäätöksen teossa. Koulutimme yhteistyössä muutaman alueellisen hankkeen kanssa viime vuoden aikana 124 luomukonsulenttia koko maahan, jotka ovat myös hankkeiden käytettävissä.

Luomua –sitä saa myös suoraan tilalta

Kesällä kampanjoidaan luomua myyvien suoramyyntitilojen kanssa. Ideana on antaa kuluttajille mahdollisuus tutustua luomuun sen alkuperäisillä lähteillä. Kampanjatilat on etupäässä marja- ja vihannesviljelytiloja eri puolilta Suomea. Mukaan mahtuu vielä.

Luomua Luomuviikoilla

Luomuviikot toteutetaan perinteisesti viikoilla 40 ja 41. Silloin luomu näkyy toivotavasti laajasti tiedotusvälineissä, eduskunnassa ja kaupoissa.



Luomuportaat ammattikeittiöille

Syksyllä käynnistyy ammattikeittiöiden luomuvalmennusohjelma, jonka toteutuksesta vastaa Suomenjoen Luomukeittiökeskus. Tavoitteena on luoda portaittain etenemismalli, jossa luomuaterioiden käyttöä pyritään lisäämään asteittain varmistamalla saatavuus. Keittiöille luodaan myös tapa, jolla he voivat kertoa asiakkailleen luomuraaka-aineiden käytöstä. Valmennusohjelma esitellään Gastromessuilla Helsingissä.

Lisätietoja

Finfood LUOMU

Päivi Rönni

Puh. (09) 6155 4571

paivi.ronni@finfood.fi

Kaupassa tapahtuva esittely on tuloksellisinta luomun menekinedistämistyötä. Tässä luomukonsulentti Aki Kavasto työnsä äärellä CM Jumbossa luomuviikolla.

Eco Studies

- luomua yliopistossa

Nyt on mahdollista suuntautua luomuun myös elintarvikealan yliopistopinnoissa. Opetus on lisäksi tarjolla kaikille avoimen yliopiston väylän kautta.

Helsingin yliopiston Maaseudun tutkimus- ja koulutuskeskuksessa Mikkeliissä on alkanut maatalous-metsätieteellisen tiedekunnan tutkintovaatimusten mukainen luomualan perusopetus. Se on osa ekoyliopistotoimintoja, jotka pyrkivät antamaan välineitä kestävän kehityksen toteuttamiseen. Teoriaa käytäntöön kytkevä opetus tarjoaa yleiskuvan koko luomuelintarvikeketjusta sekä mahdollisuuden syventää ammatillista osaamista ketjun ja sen tukitoimintojen eri tehtäviä varten.

Sivuainekokonaisuus

Syksyllä 2001 ensimmäiset 12 opiskelijaa suorittivat 15 opintoviikon laajuisen A-

konaisuuden, joka koostuu alkutuotantoa ja elintarvikeketjun loppupäätä käsittelevistä kursseista yritysvierailuineen ja käytännön ongelmista lähtevine tapaustutkimuksineen, sekä lisäksi valinnaisista opinnoista. Sivuainekokonaisuutta (C-kokonaisuus, yhteensä 35 opintoviikkoa) valmistellaan käynnistyväksi vuoden päästä. Koko kandidaatin tai maisterin tutkinnossa on mahdollista suuntautua luomuun lisäksi eurooppalaisen (Socrates) tai pohjoismaisen (NOVA) yliopistoverkon kursseja hyödyntäen. Eco Studies tulee tarjomaan verkkoon suomalaisen osion.

Koko A-kokonaisuus on tarjolla jo kuluvana vuonna myös avoimen yliopiston kautta. Kiinnostus on ollut yllättävänkin suurta - avoimessa yliopistossa luomutunte-
mustaan kartuttaa jo 48 opiskelijaa!

Opetus perustuu tutkimukseen

Yliopisto-opetus perustuu aina tutkimukseen. Eco Studies -tutkimusohjelma on opetuksen tapaan poikkitieteellinen ja

sekä valtakunnallisesti että kansainvälisesti verkottunut kytkien alan kehittämisen vahvasti kestävyys tavoitteeseen. Se hyödyntää myös Ekoyliopiston eri osaamisalueiden (luomu, maaseutu, osuustoiminta) synergiaetuja antaen opin-
näytetöille monipuoliset mahdollisuudet.

Helena Kahiluoto

MTT Eco Studies

HY/Maaseudun tutkimus- ja koulutuskeskus, Mikkeli

helena.kahiluoto@helsinki.fi

Saksaan kattomerkki luomutuotteille



Saksan kuluttajansuojaministeriö on lanseeraamassa parhaillaan uutta Bio-kattomerkkiä luomutuotteille. Merkin ei ole tarkoitus korvata entisiä luomumerkkejä, vaan helpottaa yleismerkkinä luomutuotteiden erottumista kaupassa ja tuoda valtiollisena merkinä läpinäkyvyyttä ja luotettavuutta. Merkki takaa tuotteen alkuperän EU:n luomutuotannon säännösten mukaiseksi. 64% Saksan elintarvikeyrityksistä odottaa lanseerauskampanjan myös lisäävän luomutuotteiden kysyntää.

Jaana Väisänen

MTT Ekologinen tuotanto

jaana.vaisanen@mtt.fi

Luomumarkkinat ja kulutus

Organic Marketing Initiatives and Rural Development (OMIaRD) on EU:n viidennen puiteohjelman kolmivuotinen tutkimushanke, josta nyt on ensimmäinen vuosi takana päin. Tutkimusryhmässä on kymmenen partneria kahdeksasta Euroopan maasta. Ryhmää koordinoi professori Peter Midmore Walesin yliopistosta (Aberystwyth) ja Suomesta on mukana Helsingin yliopiston Maaseudun tutkimus- ja koulutuskeskus, Mikkelin (ETT Jouni Kujala). Ryhmä edustaa hyvin arvostettua asiantuntemusta luomumarkkinoiden suhteen. Eri tutkimusosioihin on valjastettu lisäksi satojen asiantuntijoiden verkosto joko alihankintasopimuksin tai tiedon tuottajina kaikista niistä Euroopan maista, joissa luomu on saavuttanut jonkinlaisen jalansijan markkinoilla. Kokonaistutkimuksen budjetti on noin 3,3 milj. euroa.

Mihin OMIaRD pyrkii? Tutkimuksen avulla kerätään monipuolisesti perustietoa luomumarkkinoiden nykytilasta Euroopassa. 19:sta maasta on koottu kolme kirjallisuuskatsausta koskien luomumarkkinoita, luomumarkkinointialoitteita ja luomukuluttamista. Sen lisäksi kartoitettiin tutkimusmaista merkittävimmät luomua markkinoivat organisaatiot ja selvitettiin tuoteryhmittäin "luomumateriaalivirrat". Samoin luomumarkkinoiden tilaa on arvioinut 19 Euroopan maasta koottu 209 delphoi-asiantuntijan raati. Nyt heitä odottaa toinen delphoi-kyselykierros.

Kolmen vuoden työstä tuotetaan komissiolle yhteensä 10 raporttia ja lisäksi toinen mokoma epävirallisempia raportteja ryhmän sisäisen työskentelyn edistämiseen. Virallisemmista raporteista on valmistunut



luomukulutukseen liittyvä kirjallisuuskatsaus (tilannearvio siitä mitä tiedetään ja mitä ei tiedetä) ja tulossa on luomumarkkinoiden materiaalivirtoja kuvaava raportti. Tuotetulla tiedolla pyritään vaikuttamaan Euroopan luomupolitiikkaan antamalla runsaasti monipuolista puolueetonta tietoa päätöksentekijöille.

Tutkimuksen ehkä keskeisin osio keskittyy luomua markkinoiviin yrityksiin. Nyt on jo kerätty perusdata 40 alueelta Euroopasta syvällisellä yritysten toimivan johdon haastattelulla ja alueellisia vaikuttajia koskevalla toimintaympäristökuvauksella. Suomessa mukana oli neljä aluetta ja yhdeksän yritystä (merkittävimmät toimijat haluttiin saada edustetuiksi). Halutaan löytää toimivia konsepteja, jotka auttaisivat yrityksiä menestymään myös epäedullisissa toimintaympäristöissä. Aineiston perusteella on sitouduttu tuottamaan kolme tutkimusraporttia ja lopuksi myös yrityksille käytännönläheinen opas toimintansa kehittämiseen.

Luomukuluttajia on Euroopassa jonkin verran tutkittu, vaikkakin tutkimus pääosin on varsin pinnallista useimmissa maissa. Meillä ihmetellään, kun ihmiset eivät tiedä mitä luomutuote itse asiassa on ja mitä sen valinta merkitsee. Kuluttajilla on vain erilaisia mielikuvia luomusta, pääasiassa puutteellisia ja usein vääriäkin. OMIaRD:n puitteissa on ollut lohdullista huomata ongelman olevan vähintäänkin yhtä suuri muissakin merkittävässä luomumaissa. OMIaRD:ssa kuluttajien arvomaailman ja luomuvalintojen tai valitsematta jättämisen syiden selvittämiseen panostetaan paljon.

Erikoissyvähaastattelumenetelmällä (laddering) haastatellaan Euroopasta noin 800 kuluttajaa (Suomesta 100) ja lisäksi suoritetaan ryhmäkeskusteluja rajatuilla alueilla.

Luomun aluevaikuttavuus on yksi tutkimuksen teemoista. Problematiikka sivuaa meillä vilkasta keskustelua herättänyttä lähiruokateemaa. Osa asiantuntijoista uskoo luomun tukemisella olevan myönteisiä vaikutuksia muutoin epäedullisille maaseutualueille. Mitä nämä vaikutukset ovat ja pystyisikö luomu pysäyttämään syrjäseutujen autoitumisen, se jää nähtäväksi. Suomen delphoi-asiantuntijoiden vastauksissa tätä mahdollisuutta ei nähty merkittävänä.

Siis OMIaRD tuottaa runsaasti tietoa luomumarkkinoista ja kulutuksesta. Mikäli katsaukseni herätti kiinnostuksesi, ota yhteyttä joko minuun, Jouni.Kujala@Helsinki.fi tai tutkimusavustajaani Marika.Auersalmi@Helsinki.fi. Yliopistomme hankesivuilta voit myös surfata OMIaRD:n kotisivuille Englantiin ja sieltä linkkien kautta kaikkien alussa mainittujen partnereiden omille sivuille.

Jouni Kujala
jouni.kujala@helsinki.fi

Jalostetut luomutuotteet kuluttajien näkökulmasta

Monipuolisen tuotevalikoiman kehittäminen on nähty edellytyksenä luomuelintarvikkeiden kysynnän kasvulle ja luomumarkkinoiden kehittymiselle Suomessa. Tuotevalikoiman laajentaminen merkitsee kuitenkin tarvetta luomuraaka-aineiden prosessointiin. Markkinalähtöisen tuotekehityksen edellytyksenä on tieto siitä, minkälaisia jalostettuja luomutuotteita kuluttajat haluavat ja ovat valmiita hyväksymään. Tällaista tietoa ei kuitenkaan ole ollut saatavissa.

Aikaisempien tutkimusten mukaan kuluttajat mainitsevat pääasiallisiksi syiksi luomutuotteiden käyttöön paitsi ympäristön ja eläinten hyvinvoinnin, myös ennen kaikkea näiden tuotteiden luonnollisuuden, terveellisyyden ja puhtauden mm. torjunta-ainejäämistä ja lisäaineista. Toisaalta jalostettua ruokaa, varsinkin eineksiä on totuttu pitämään epäterveellisinä, epäluonnollisina ja paljon lisäaineita sisältävinä. Miten kuluttajat reagoivat, kun mielikuvat luonnollisesta luomusta ja epäluonnollisesta jalostetusta tuotteesta kohtaavat samassa elintarvikkeessa?

VTT Biotekniikan kaksivuotisessa tutkimuksessa selvitetään minkälaisia uskomuksia ja mielikuvia luomutuotannon ja jalostamisen yhdistäminen kuluttajissa herättää, ja minkälaiset mielleyhtymät ja uskomukset ovat esteenä tai etuna jalostettujen luomutuotteiden hyväksymiselle, kuten myös sitä, minkälaiset kuluttajat olisivat sopivia kohderyhmiä erilaisille luomutuotteille. Tutkimus on kaksiosainen: Ensimmäisessä osassa kuluttajien uskomuksia on kartoitettu 10:llä ryhmäkeskustelulla käyttäen esimerkkeinä erityyppisiä

todellisia tai keksittyjä luomutuotteita. Vuonna 2002 toteutetaan kyselytutkimus, jolla kerätään määrällistä ja yleistettävää tietoa mm. erilaisten uskomusten yleisyydestä ja kartoitetaan erilailla jalostettuihin luomutuotteisiin suhtautuvia kuluttajasegmenttejä.

Ryhmäkeskusteluaineiston perusteella jalostetuille luomutuotteille - puolivalmis-teille ja valmisruoille - näyttäisi olevan kysyntää - etenkin luomusta kiinnostuneissa lapsiperheissä, mutta myös muissa kuluttajaryhmissä. Jalostetun luomutuotteen hyväksyttävyyden kompastui kuitenkin usein siihen, ettei tuotteen koettu vastaavan omaa mielikuvaa luomutuotteesta. Nämä mielikuvat ja odotukset vaihtelivat kuitenkin suuresti osallistujien kesken. Perinteisemmin luomuun suhtautuvat kuluttajat torjuivat tuotteen heti, jos se ei vastannut heidän ideaalikuvaansa mm. puhtaasta ja terveellisestä luomutuotteesta. Esimerkiksi lisäainekoodin näkeminen tuoteselosteessa tai tuotteen einesmäisyys saattoi kumota tämän mielikuvan. Toisilla osallistujilla käsitys luomutuotteesta oli eriytyneempi. He näkivät luomutuotannon sinänsä tuovan tuotteelle jo riittävästi lisäarvoa, eivätkä pitäneet välttämättömänä luomutuotteen sen tyyppisiä ominaisuuksia kuin täydellistä lisäaineettomuutta, luomuraaka-aineiden 100% osuutta, matalaa jalostusastetta, kotimaisuutta, vaatimatonta ulkoasua tai esim. vähärasvaisuutta tai -suolaisuutta. Nämä kuluttajat olivat kiinnostuneet monenlaisista jalostetuista luomutuotteista, koska he kuitenkin käyttäisivät jalostettuja tuotteita ja tavanomaisiin tuotteisiin verrattuna ne koettiin paremmiksi. Keskusteluissa tuli esille myös runsaasti tietämättömyyttä ja epäselvyyksiä siitä, mikä lopulta on luomutuote ja miten sitä valvotaan. Heikoin käsitys osallistujilla oli siitä, miten luomu-

tuotanto eroaa tavanomaisesta sen jälkeen, kun elintarvike lähtee tilalta. Luomua kohtaan esiintyi paljon epäilyjä - miten voisi olla varma siitä, "onko luomu todella luomua."

Tulosten tulkinnassa on hyvä huomata, että laadullisella tutkimusotteella saatu tieto on kuvailevaa, eikä sen perusteella voi päätellä sitä, kuinka yleisiä eri uskomukset ja asenteet ovat, tai mitkä ovat niiden suhteelliset painoarvot. Näihin kysymyksiin haetaan vastausta tänä vuonna kerättävällä kyselyaineistolla. Kyselyaineiston avulla hahmotetaan myös luomutuotteiden kehittämisen ja markkinoinnin kannalta eroavia kuluttajatyyppejä.

Tämä Maa- ja metsätalousministeriön rahoittama kaksivuotisen tutkimus toteutetaan VTT Biotekniikan Aistittavan laadun ja kuluttaja-asenteiden ryhmässä. Tutkimuksen ensimmäisestä osasta julkaistaan kevään kuluessa raportti VTT: tiedotteita sarjassa.

Lisätietoja
tutkija Anne Arvola
puh. (09) 456 5229
anne.arvola@vtt.fi

Luomua Länneestä

Epävarmuus laadukkaan raaka-aineen saatavuudesta ja markkinoista on jarruttanut elintarviketeollisuuden panostusta luomuvihannesten jalostukseen. Myös tuoremarkkinoilla laatu- ja hintavaihtelut hidastavat kasvua. Kehitystyötä tarvitaan nyt niin valtakunnallisella kuin yritystasolla.

Vihannekset ovat useimmille ensimmäinen luomuostos. Luomujalosteiden kysynnän kasvu edellyttää siirtymistä pieniltä viljelyaloilta peltomittakaavaiseen tuotantoon. Luomuvihannesten viljely laajassa mittakaavassa vaatii vankkaa osaamista ja teollisella prosessilla on omat vaatimuksensa. Kuluttaja odottaa luomutuotteilta samaa laatua kuin muiltakin tuotteilta – eikä mielellään maksa kovin paljon enemmän.

Yhteistyöllä osaaminen käyttöön

Luomua Länneestä -hankkeen tavoitteena on koulutuksen ja tutkimuksen avulla luoda valmiudet tuottaa uusia luomutuotteita vastaamaan kuluttajien tarpeita nostoen lounainen Suomi teollisuusluomuvihannesten johtavaksi tuotantoalueeksi. Samalla pyritään pitämään kasvavat luomumarkkinat kotimaisen tuotannon piirissä.

Haaste on kova, jotta voidaan taloudellisesti tuottaa laadukkaita tuotteita. Rikkasvien ja tuholaisien torjunta vaatii runsaasti uutta tietoa. Projektissa tutkimustieto ja yhteinen osaaminen tulee kaikkien ketjussa toimivien hyödyksi. Lähtökohdat ovat sikäli otolliset, että viljelijät ovat alansa huippuosaajia, samoin jalostusketju ja tutkijaryhmä.

Viime vuoden aikana hankkeeseen osallistuneet viljelijät opiskelivat luomuviljelytekniikkaa mm. pellonpiennar- ja viljelykiertotyöpajatilaisuuksissa. Tämän vuoden tammikuussa järjestettiin neljä koulutuspäivää luomuehdoista, lisäysaineistosta, maan ravinnehuollosta, kastelusta, kasvinsuojelusta ja tiedonkeruusta. Kevään aikana on tarkoitus paneutua vielä vihannestilan koneistukseen ja koneysteistyöhön. Myös teollisuuden henkilöstölle järjestetään luomukoulutusta.

Alueellista ja valtakunnallista kehitystyötä

Luomua Länneestä on Pyhäjärvi-instituutin organisoimana käynnistetty yhteishanke, jossa Lännen Tehtaat ja sopimusviljelijät kehittävät luomuvihannesten tuotantoa ja jalostusta pakasteiksi. Hankkeeseen osallistuu tiiviisti MTT, joka toteuttaa tutkimushankkeita luomuviljelyn kehittämiseksi. Hanke on myös osa Elintarviketalouden osaamiskeskuksen ELO:n toimintaa, jossa Pyhäjärvi-instituutti toimii satakuntalaisena solmukohtana.

Luomutuotantoa kehitetään Satakunnan TE –keskuksen kautta rahoitetulla alueelliseen maaseutuohjelmaan (ALMA) kuuluvalla rahoituksella, Lännen Tehtaat ja kunnat ovat osarahoituksella mukana. Projektilla on ALMAN järjestysnumero 1, mikä velvoittaa tekijöitä panemaan parastaan. Hanke jatkuu vuoden 2003 loppuun.

Lisätietoja

Aino Launto-Tiuttu

Pyhäjärvi-instituutti

Puh. (02) 838 0616

aino.launto-tiuttu@pyhajarvi-instituutti.fi

Keski-Suomeen pk-elintarvikealan kehittämishjelma

Keski-Suomen pk-elintarvikealan kehittämishjelma 2001-2006 on valmistunut.

Ohjelmassa asetettuihin tavoitteisiin pyritään koordinoitun hanketoiminnan avulla painottamalla seuraavia toimintoja:

- Lähiruokaketjujen kehittäminen
- Laadun hallinta elintarvikeketjussa
- Tuotekehityksen vahvistaminen
- KeskiSuomalaisen elintarvikkeiden markkina-alueen laajentaminen
- Liiketoiminnan eri osa-alueiden kehittäminen ja liiketoimintalähtöinen yrittäjyyden edistäminen
- KeskiSuomalaisen ruokaimagon kehittäminen

Ohjelman laadinnasta on vastannut Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Ohjelmatyöryhmissä on mukana yrittäjiä eri seutukunnilta, Elintarvikealan Yrittäjät ry, Keski-Suomen TE-keskuksen maaseutuosasto (tilaaja), Keski-Suomen liitto, Keski-Suomen Maaseutukeskus, MTK Keski-Suomi, Jyväskylän palvelualueen oppilaitos sekä Jyväskylän aikuiskoulutus.

Kehittämishjelmaan voi tutustua osoitteessa www.ruokacentria.com

Lisätietoja

Marja Seuranen

ELO-aluekoordinaattori, lehtori

Jyväskylän ammattikorkeakoulu

Matkailu-, ravitsemis- ja talousala

Saarijärventie 21, 40200 Jyväskylä

puh. (014) 444 6502

gsm 040 553 0315

fax (014) 444 6500

email: marja.seuranen@jypoly.fi

Tutkimus lasten ruoankäytöstä päiväkotiruokailussa

Pohjois-Savon alueella toimii kolmivuotinen Osaava Luomuketju -hanke, jonka tavoitteena on kehittää Pohjois-Savon luomuruokatuotantoa, edistää luomutuotteiden markkinointia ja parantaa erityisesti ammatti-keittiöiden luomutuotteiden saatavuutta. Yksi osa hankkeesta on luomuaiheisen tutkimustoiminnan käynnistäminen.

Monet vanhemmat haluaisivat lastensa syövän mahdollisimman puhdasta ja terveellistä ruokaa. Erityisesti lisäaineiden saantia välttäville henkilöille luomutuotteet ovat yksi vaihtoehto, koska niissä sallitaan ainoastaan 10 % tavanomaisissa tuotteissa luvallisista lisäaineista.

Kahdessa kuopiolaisessa päiväkodissa käynnistyi syksyllä 2001 lasten ruoankäyttöä selvittävä tutkimus. Toisessa päiväkodissa tarjottiin tavanomaista ja toisessa luomuruokaa. Luomuruokaa tarjoava päiväkotikiitos oli Kuopion Aterian toimesta valittu luomuruoan kokeilupäiväkodiksi vuodeksi 2001. Toinen tutkimusjakso ajoittui ke-

vääseen 2002, jolloin päiväkotikiitos jatkoi luomuruoan tarjoamista. Molemmat tutkimusjaksot kestivät kuusi viikkoa.

Luomu- ja tavanomaisen päiväkodin ruoankulutusta seurattiin punnitsemalla lasten syömän ruoan määrää. Lasten ruoankulutusta seurattiin myös kotona vanhempien täyttämän seitsemän päivän ruokapäiväkirjan avulla, jota kaikki pitivät samanaikaisesti syksyn tutkimusjaksolla. Päiväkirjojen avulla saadaan tietoa siitä, minkä tyyppisiä ruokia ja välipaloja lapsiperheissä käytetään sekä voidaan arvioida lasten energian- ja ravintoaineiden sekä joidenkin lisäaineiden saantia.

Ravintolaskentaohjelman avulla lasketaan lasten energian, energiaravintoaineiden, kuidun, C-, A- ja D-vitamiinin, kalsiumin, raudan, natriumin, seleenin ja sinkin saantia ryhmän keskiarvona erikseen aamupalasta, lounaasta ja välipalasta sekä koko päivästä yhteensä. Koska luomutuotteiden seleeni- ja sinkkipitoisuuksien arvellaan olevan pienempiä kuin tavanomaisissa tuotteissa, määritetään käytettyjen ruoka-aineiden seleeni- ja sinkkipitoisuudet kemiallisesti Kuopion yliopiston kemi-

an laitoksella. Näin päästään tarkemmin vertailemaan lasten seleenin ja sinkin saantia luomu- ja tavanomaisesta ruoasta.

Päiväkotilasten vanhemmat vastasivat myös kyselyyn, jonka avulla selvitetään vanhempien suhtautumista luomuun. Tutkimuksessa selvitetään myös luomu- ja tavanomaisen ruoan tämänhetkistä hintaeroa.

Tutkimusaineiston keruu päättyi maaliskuun alussa. Tuloksia julkaistaan vuoden 2002 lopulla. Tutkimuksen avulla pyritään välittämään puolueetonta tietoa luomuruoasta joukkoruokailua suunnitteleville ja kustannuksista vastaaville päättäjille. Jatkotutkimuksissa voidaan selvittää, onko luomuruoan käytöllä vaikutusta lasten ravitsemukseen. Mikäli joukkoruokailussa ryhdyttäisiin käyttämään entistä enemmän luomutuotteita, voitaisiin tutkimusta laajentaa kohti luomuruoan terveysvaikutuksia.

Lisätietoja

Eija Muukka, Luomukeittiökeskus
e-mail: eija.muukka@psaedu.fi
puh. (017) 282 1631

Ruoka-Suomi –tiedotteen ilmestyminen vuonna 2002

Nro	Materiaali toimitukseen	Ilmestyminen
2/2002	26.4.	16.5.
3/2002	30.8.	13.9.
4/2002	22.11.	9.12.

Verkoston tärkein voimavara on sen toimijat

Osaamiskeskuskauden puoliväli alkaa hämmöttää. Nykymuotoinen ELO-verkostokin on ohittanut vauvavaiheen ja alkaa olla kiivaimmassa oppimisiässä. Meneillään oleva vaihe on yhtäaikaisesti sekä vakiintumisen että muutosten aikaa. "Haisteluvaihe" on ohi, toimijat ja toimintatavat alkavat olla tuttuja. Monia hankkeita on ensin yhdessä "koenaurettu" ennen kuin ne on saatettu eteenpäin. Samalla haetaan kuitenkin entistä toimivampia tapoja kehittää kotimaista elintarvikealaa entistä vahvemmaksi.

Kuluvan vuoden aikana toteutuu monia merkittäviä ELO-verkostoa koskevia toimenpiteitä. Osaamiskeskusevaluointi etenee kovaa vauhtia ja ensimmäisiä arviointiraportteja odotellaan jo maaliskuussa. ELO-verkoston sisällä tullaan ELO:n johtoryhmän toimesta toteuttamaan mm. painolaittoiminnan uudelleenarviointi sekä tarkastelemaan verkoston organisatorista kehittämistä. Myös koko verkostotoiminnan kehittyminen osaamiskeskuskauden ensimmäisellä puoliskolla otetaan tarkastelun alle. Kaiken kaikkiaan on sopiva aika ottaa oppia niin tehdyistä virheistä kuin hyväksi havaituista toimintatavoistakin. Tämä työ vaatii kaikkien verkoston toimijoiden, toimeksiantajien ja muiden asiakkaiden yhteisiä ponnistuksia.

Kiitosten aika

Oma toimintani ELO:n koordinaattorina päättyi vuodenvaihteessa ja jo tammikuun alussa aloittelin uudessa toimeksiantajani Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskuksen Kemian laboratoriossa. Nykyiseen toimeksiantajani kuuluvat laboratorion sidosryh-

mätoiminta, hiilihydraatti- ja lipidianalytiikka sekä niihin liittyvä menetelmänkehitys. Kemian laboratorio on ensisijaisesti palvelulaboratorio, jonka tehtäviin kuuluu MTT:n omien palveluanalyysien ohella myös muiden laboratorioanalyysijä tarvitsevien asiakkaiden palvelu.

Verkoston tärkein voimavara on sen toimijat. Niin mielelläni kuin kiittäisinkin teitä kaikkia nimeltä mainiten, en sitä kuitenkaan pysty tekemään jotakuta unohtamatta. Siispä pyydän teitä vastaanottamaan yksinkertaiset kiitokseni kuluneista vuosista: ilman verkoston toimijoiden tukea, luottamusta ja hyväksyntää koordinaattorin työ olisi ollut mahdotonta. Toivon myös vilpittömästi, että olen voinut omalta osaltani olla tukemassa ja tarvittaessa helpottamassa verkoston toimijoiden arkipäivää omalla toiminnallani.

Tälle pohjalle on hyvä rakentaa tulevaisuuden yhteistyötä. Oma sydäntäni lähellä on tarjota myös jatkossa laboratorio- ja analyysipalveluja kaikille ELO-verkoston toimijoille sekä heidän asiakasyrityksilleen. Myös näitä palveluja tarvitsevista kehittämishankkeista voimme tarvittaessa olla partnereita.

Tulevaisuus on täynnä haasteita

ELO:n johtoryhmä on valinnut Pirkko Gröhnin ELO:n koordinaattoriksi 4.3.2002 alkaen. Valinta tehtiin kaikkiaan 24 paikkaa hakeneen joukosta. Pirkko on verkoston toimijoille tuttu kasvo, mikä varmasti helpottaa yhteisten toimintatapojen löytymistä.

Toivon Pirkolle samoin kuin kaikille muillekin ELO-verkoston toimijoille menestystä usein niin vaativien mutta samalla haas-

tavien työtehtävien parissa.

Heikki Aro

MTT /Kemian laboratorio

p. (03) 4188 3247, 040 566 6920

heikki.aro@mtt.fi

Analyysihinnasto nyt nettisivuilla

MTT:n Kemian laboratorion analyysihinnasto on saatavana internetistä [www-osoitteesta http://mttinfo.mtt.fi/kla/index.html](http://mttinfo.mtt.fi/kla/index.html). Laboratorio on FINAS-akkreditoitu testauslaboratorio. Mikäli näytemäärä on huomattavan suuri, kannattaa kokonaiskustannuksista neuvotella erillinen laajempi paketti.

Hinnasto on voimassa toistaiseksi. Analyysitulauksen voit tehdä myös suoraan koisivuilla saatavalla lomakkeella.

Heikki Aro

MTT /Kemian laboratorio

p. (03) 4188 3247, 040 566 6920

heikki.aro@mtt.fi

Sahdille EU:n nimisuoja

Sahti rekisteröitiin 9.2.2002 EU:n Aito perinteinen tuote (APT) –rekisteriin. Sahdin lisäksi APT –suojauksen saaneita tuotteita on koko Euroopassa tähän mennessä vain noin kymmenen, mm. belgialaisia hedelmäoluita (Kriek, Gueuze, Faro) sekä Mozzarella -juusto ja Traditional Farmfresh Turkey -kalkkuna.



uusi kaikissa EU –maissa, siksi suojattu- ja tuotteitakin on vain muutama. Suomalaisella on vireillä kaksi muutakin APT – suojaushakemusta: Kalakukko ja Karjalanpiirakka. Kalakukon rekisteröinti tapahtunee kevään 2002 aikana, Karjalanpiirakan vasta myöhemmin.

Aito perinteinen tuote –suojauksen Sahdille haki Suomen sahtiseura ry. Nimisuojausjärjestelmissä suojausta ei koskaan myönnetä vain yhdelle yrittäjälle, vaan suojattua nimeä voivat käyttää kaikki yrittäjät, jotka toimivat suojauksen ehtojen mukaisesti, joko määritetyllä maantieteellisellä alueella tai APT:n tapauksessa rekisteröidyn valmistusmenetelmän mukaisesti.

http://www.mmm.fi/maatalous/maatalous-politiikka/laatu_alkupera/nimisuojarjestelma.html

Leena Anttila
puh. (09) 160 3404
fax. (09) 160 9166
leena.anttila@mmm.fi

EU:n laajuinen nimisuojausjärjestelmä perinteisille maataloustuotteille ja elintarvikkeille on ollut olemassa vuodesta 1992 lähtien. Ensimmäiset suojaukset rekisteröitiin vuonna 1996. Suojausjärjestelmiä on kolme erilaista. Suojattu alkuperänimi (SAN) –suojauksen voi saada tuote, joka sekä tuotetaan että jalostetaan rajatulla maantieteellisellä alueella. Esimerkiksi Lapin puikulan tuotanto ja jalostus tapahtuu Lapin maakunnan alueella. Muita tunnettuja SAN –tuotteita ovat mm. Parman kinkku, Roquefort –juusto ja Kalamata -oliivit.

Suojattu maantieteellinen merkintä (SMM) –suojauksen saanut tuote liittyy myös perinteisesti rajattuun maantieteelliseen alueeseen, mutta siinä osa tuotanto- tai jalostusprosessista voi tapahtua kyseisen

alueen ulkopuolella. SMM –suojauksen ovat saaneet esimerkiksi englantilainen Newcastle Brown Ale –olut, saksalaiset Bayerisches Bier –olut, Aachenin piparkakut ja Lübeckin marsipaani sekä ruotsalainen Svecia –juusto. Maantieteellisen suojauksen (siis joko SAN tai SMM) saaneita tuotteita on EU -maissa jo lähes 600. Suurimmalla osalla näistä on ollut aikaisemmin vastaavanlainen kansallinen suojaus kotimaassaan.

Aito perinteinen tuote (APT) –suojauksessa suojataan tuotteen nimi ja valmistusmenetelmä. Esimerkiksi Sahtia saa valmistaa missä tahansa EU –maassa, mutta sen on tapahduttava nyt rekisteröidyn perinteisen menetelmän mukaan, jotta tuotetta voidaan kutsua Sahdiksi. APT –suojausjärjestelmä on

Muut suojatut tuotenimitykset



SAN
Suojattu alkuperänimitys



SMM
Suojattu maantieteellinen merkintä

Tyrnimarjan öljyillä positiivisia vaikutuksia ihoon

FM Baoru Yang väitteli joulukuussa Turun yliopistossa aiheenaan tyrnin marjojen ja siementen rasvaliukoiset yhdisteet ja tyrniöljyn fysiologiset vaikutukset. Tutkimuksen eräänä tuloksena todettiin tyrniöljyllä olevan myönteisiä vaikutuksia atooppiseen ihottumaan.

Tyrnin marjoja on käytetty Kiinassa elintarvikkeena ja lääkkeenä yli tuhannen vuoden ajan. Siementen sekä hedelmälihan ja kuoren öljyjen on todettu olevan tehokkaita iho- ja limakalvovammojen hoidossa. Tyrnin terveystuotteiden katsotaan johtuvan useiden bioaktiivisten yhdisteiden yhteisvaikutuksesta. Näitä yhdisteitä ovat mm. öljyn rasvahapot, kasvisterolit, E-vitamiini ja karotenoidit. Niiden pitoisuudet vaihtelevat marjoissa ja siemenissä huomattavasti johtuen monista tekijöistä.

Tyrnimarjojen koostumus

Baoru Yangin tutkimus kuuluu Turun yliopistossa jo pitkään käynnissä olleeseen projektiin, jonka tarkoituksena on selvittää tyrnin koostumusta, sen kemiallisia komponentteja, eri ainesosien määrällisiä suhteita ja fysiologisia vaikutuksia. Tutkimus koostaa lisäksi ensimmäisen kerran kirjallisuutta kiinalaisesta ja venäläisestä tyrnitutkimuksesta länsimaiselle kielelle. Tutkimuksessa vertailtiin eri alkuperää olevia tyrnimarjoja. Kiinalaiset marjat ovat yleisesti pienempiä ja niissä siementen osuus on suurempi kuin suomalaisissa tai venäläisissä. Kiinalaiset marjat ja siemenet sisältävät selvästi vähemmän öljyä kuin muut. Kaikkien kolmen alalajin siemenöljyt ovat kuitenkin yhtä hyviä kahden välttämättömän rasvahapon, linoliyhapon ja alfa-linoleenihapon lähteitä. Venäläisen marjan pehmytosassa on eniten palmitoleiinihappoa, rasvahappoa, joka on

osoittautunut niin ikään ihmisen ravitsemukselle tärkeäksi. Venäläisten marjojen siemenissä on myös runsaammin E-vitamiinia kuin kiinalaisten marjojen siemenissä. Kasvisterolien osalta kaikki kolme marja-alkuperää ovat samanlaiset.

Oikea korjuuaika tärkeä

Jotta koko marjoista saataisiin paras mahdollinen öljyisaanto ja optimaalinen rasvahappokoostumus, on marjat poimittava oikeana ajankohtana. Korjuuajankohta vaikuttaa nimenomaan pehmeän marjalihan öljyyn mutta ei juurikaan siementen öljypitoisuuteen tai rasvahappokoostumukseen. Marjojen sterolikoostumus on hyvinkin vakio, kunhan marjat poimitaan aistinvaraisesti kypsinä - ei raakoina, eikä selvästi ylikypsinä. Eri vuosina tietyn pensaan marjojen kanssa ja maussa voi olla huomattaviakin eroja mutta rasvaliukoisten yhdisteiden koostumus pysyy vuosi vuodelta samana. Hyväksi todettu tyrnipensas tuottaa vuosi vuoden jälkeen hyviä marjoja - erityisesti rasvaan liuenneiden bioaktiivisten yhdisteiden osalta.

Tyrniöljy ja atooppinen ihottuma

Väitöskirjatyössä toteutettiin myös lähes kolmivuotinen koesarja, jossa tutkittiin ravintolisänä annettujen tyrniöljyjen vaikutusta atooppiseen ihottumaan. Potilaat nauttivat kokeessa sokotetusti joko tyrnin siemenöljyä, hedelmälihaöljyä tai lumeöljyä 5 g/vrk neljän kuukauden ajan ihotautilääkärin valvonnassa. Atopian oireet muuttuivat vähäisemmiksi tyrniöljyn nauttimisen aikana ja samalla havaittiin myönteisiä muutoksia potilaiden verenkuvassa. Ilmeisesti öljyn rasvahappojen, vitamiinien ja kasvisteroleiden yhteisvaikutus antoi positiivisen vaikutuksen. Aikaisemmin muualla julkaistut tiedot viittaavat siihen,

että tyrniöljyllä saattaa olla myönteistä vaikutusta eräisiin muihinkin iho-ongelmiin ja myös normaaliin, terveeseen ihoon.

Tyrni raaka-aineeksi funktionaalisiin elintarvikkeisiin?

Tyrniöljykapselit ovat luontaistuotteita, joita käytetään ravintolisinä. Litra suomalaista tyrnimehua sisältää hedelmälihan öljyä 17 – 41 g. Atopiakokeessa käytetyn öljymäärän saanti mehusta edellyttäisi noin 150 - 300 ml:n mehumäärän nauttimista vuorokaudessa, marjan alkuperästä riippuen. Tämä on varsin suuri määrä. Täydentämällä jotain tuotetta tyrniöljyllä tai korvaamalla tuotteen rasvaa tyrniöljyllä voidaan ajatella kehitettävän tyrniöljypohjaisia terveystuotteita elintarvikkeita, esim. salaatikastikkeita. On kuitenkin muistettava, että jokaisen tuotteen terveystuotteet tulee erikseen testata.

Tulevaisuudessa voi olla mahdollista, että lainsäädäntö hyväksyy raaka-aineperäiset väitteet. Tällöin raaka-aineella tehdyt kokeet riittävät ja tuotteesta voidaan käyttää raaka-aineperäisiä 'heikompiä' terveystuotteita. Yhdysvaltojen elintarvike- ja lääkevirasto FDA on esim. hyväksynyt kauralle terveystuotteen sydän- ja verisuonitautiriskin ehkäisemisestä. Sitä voidaan käyttää USA:ssa esim. leivästä, kun sen jauhoista on 52 % kauraa. Myös kokojyvätuotteista FDA on hyväksynyt väitteen koskien vatsasyövän riskin pienentämistä. Raaka-aineperäisen sairautteen tai sen ehkäisyyn liittyvän väitteen käyttö ei kuitenkaan ole tällä hetkellä mahdollista.

Lisätietoja tutkimuksesta antavat
FT Baoru Yang, mielellään englanniksi,
baoyan@utu.fi
prof. Heikki Kallio, (02) 333 6870,
heikki.kallio@utu.fi

Parsakaalimyyntiin lisäpotkua ELOn voimalla

Satakunnassa elintarvikealan osaamiskeskusohjelman ELOn yhtenä painopistealueena on avomaavihannestuotantoketjun kehittäminen aina pellolta pöytään saakka. Kehittämistyötä tehdään Pyhäjärvi-instituutin koordinoiman Kasvisten Kilpailukykyohjelman avulla. Yhden ohjelmaan sisältyvän kehittämishankkeen; Parsakaaliketjun toiminnallisen laadun ja markkinoinnin (1.2 –30.12.2001) tavoitteena on edistää parsakaalin kysyntää ja saatavuutta ja parantaa kylmäketjun toimivuutta korjuusta kylmätiskille. Muita tavoitteita ovat alueen viljelijöiden ja kaupan vuorovaikutuksen lisääminen sekä erilaisten menekinedistämistapojen testaaminen parsakaalikaupassa.

Hankkeen toteutukseen ovat instituutin ohella osallistuneet Kotimaiset Kasvikset ry, Ruoka - Kesko, Euran Vihanneskeskus Oy ja yhtiön parsakaaliviljelijöitä.

Ulospäin näkyvin osa hanketta oli elokuussa toteutettu Tuottajat Tuotteensa Takana – parsakaalikampanja. Kampanja toteutettiin kuudessa Citymarketissa ja Supermarketissa Turussa, Raisiossa, Raumalla ja Porissa. Kampanjan tavoitteena oli edistää parsakaalin kulutusta lisäämällä kuluttajien tietoa parsakaalin ravitsemuksellisista arvoista ja monipuolisista käyttömahdollisuuksista.

”Parsakaaliryynnäköön” osallistuivat ravitsemusasiantuntija ETM Meli Valtonen Pyhäjärvi-instituutista, parsakaaliviljelijä Heikki Ellilä Euran Vihanneskeskus Oy:stä, ruuanvalmistuksen asiantuntija, keittiömestari Harri Kiviluote sekä vihannekaupan asiantuntijoina HeVi-osastojen hoitajat.

Parsakaalin kulutus on Suomessa viisinkertaistunut viimeisen kymmenen vuoden aikana, mutta on vielä hyvin vähäistä. Timo Taulavuori, Kotimaisten kasvikset – yhdistyksen toimitusjohtaja, on selvittänyt, että suomalainen syö parsakaalia vain noin 400 g henkeä kohti vuodessa. Kulutus voisi olla nykyistä suurempi, sillä parsakaali eli brokkoli on varsinainen terveystuote.

Meli Valtosen mukaan parsakaali on yksi kaikkein terveellisimmistä kasviksista. Parsakaalissa on enemmän proteiinia, kuitua, C-vitamiinia ja beetakaroteenia kuin useimmissa vihanneksissa. Parsakaalissa on runsaasti kivennäisiä, varsinkin kaliumia. Niin ikään parsakaalissa on huomattavasti foolihappoa ja flavonoideja, joiden on todettu vähentävän riskiä sairastua sydän – ja verisuonitauteihin ja syöpään.

Jotta tuotteen laatu säilyisi hyvänä, pitäisi tuore parsakaali suojata haihtumiselta ja säilyttää lähellä nollaa astetta. Kotioloissa jääkaappi on oikea paikka. Jotta aromit ja vitamiinit säilyisivät parhaalla tavalla, parsakaali kannattaa keittämisen sijasta höyryttää ja jättää mieluummin hiukan raaaksi kuin kypsentää ”muusiksi”. Pakastusta varten Meli Valtosen neuvoo ryöpäämään kukinnot ja pakastamaan ne erikseen, sillä varsipalat vaativat 2-3 minuuttia pitemmän kypsytysajan.

Harri Kiviluote muistutti, että myös parsakaalin varret ovat syötäviä osia ja soveltuvat kukinnon ohella mainiosti ruoanvalmistukseen. Keittiömestari Kiviluote valmisti asiakkaille maistiaisiksi suussa sulavan herkullisia lämpimiä voileipiä, joiden täyte valmistettiin parsakaalin varresta. Lisäksi tarvittiin tilkka ruokakermaa, nokare voita ja hieman mausteita.

Heikki Ellilä kertoi istuttaneensa ensimmäiset parsakaalit toukokuun alussa ja viimeisimmät heinäkuun loppupuolella. Kotimaista parsakaalisatoa saadaan juhanhannuksesta lokakuun loppuun.

Kotimaisen sesongin päätyttyä kauppoihin tulee ulkomainen parsakaali, jolloin hinta saattaa talvella jopa tuplaantua. Ellilä tietää ympärivuotisen tarjonnan lisäävän parsakaalin käyttöä ja näin pönkittävän myös kotimaista tuotantoa.

Raisio Centerin kauppias Pentti Kalliala oli syystä tyytyväinen tempauspäivän parsakaalimyyntiin, sillä päivän myynti oli yli 13 kertainen vastaavan viikonpäivän normaaliin myyntiin. Myös muissa kauppapaikoissa kampanjan teho ja vaikuttavuus oli helppo todeta kampanjamyynnin ylittäessä normaalin myynnin 3 – 13 kertaisesti.

Hanke kestää vielä tämän vuoden loppuun kylmäketjun parantamiseen sekä tuotemuunnosten kehittämiseen liittyvillä toimenpiteillä, joiden toteutuksessa käytetään mm. VTT:n ja kaupan asiantuntemusta.

Harto Ylitalo
ELOn Satakunnan aluekoordinaattori
Pyhäjärvi-instituutti
Ruukinpuisto
27500 KAUTTUA
puh. (02) 838 0613
harto.ylitalo@pyhajarvi-instituutti.fi



*Parsakaalin myyntiä edistettiin myymälä-
kampanjalla. Kuvassa vasemmalta Heikki
Ellilä, Harri Kiviluoto ja Meli Valtonen.*

Haluatko Ruoka-Suomi tiedotteen?

Haluatko mukaan neljä kertaa vuodessa ilmestyvän, ilmaisen Ruoka-Suomi -tiedotteen jakelulistalle?
Ilmoittautuminen onnistuu kätevästi alla olevalla kortilla. Voit myös ilmoittautua sähköpostilla,puhelimella tai faksilla.

Sähköposti: arja.meriluoto@utu.fi

Puh. (02) 333 6476

Faksi: (02) 333 6331

Palvelukortti

___ Haluan Ruoka-Suomi -tiedotteen jakelulistalle

___ Ilmoitan osoitteen muutoksesta

Nimi

Yhteisö/yritys

Postiosoite

Postinumero ja -toimipaikka

Palautusosoite: Turun yliopisto, Täydennyskoulutuskeskus
Arja Meriluoto
Lemminkäisenkatu 14-18 B
20520 Turku

Toimenpideohjelma auttaa luomuhankkeiden suunnittelussa Pohjois-Pohjanmaalla

Pohjoispohjalaisen luomutuotannon tavoite on tehokas, ammattimainen ja kysyntään perustuva laatutuotanto. Määrällisenä tavoitteena on 15 % osuus peltoalasta ja 10 milj. euron tuotannon-arvo vuoteen 2006 mennessä.

Pohjois-Pohjanmaa kasvoi 90-luvun lopulla peltopinta-alaltaan maan suurimmaksi luomumaakunnaksi ja on sitä edelleen, joskin tänä vuonna luomutilojen lukumäärä on vähentynyt 6 %:lla. Maakunnassa on hyvät luontaiset edellytykset luomutuotannolle ja sen lisääntymiselle. Parhaat edellytykset ovat nurmiviljelyyn perustavalle kotieläintuotannolle, viljoista erityisesti kauran ja rannikkoseudun perunan sekä erikoiskasvien tuotannolle. Luomutuotantoa tukevat myös vahvat sidosryhmät, tutkimus, neuvonta ja koulutus. Merkittävää on myös, että luomumaidon ja –lihan keräily on järjestetty ja jalostus ja alan yritykset ovat sitoutuneet toimintaan.

Toimenpideohjelman keskeiset kehittämisalueet ovat jo luomutuotannossa olevien tilojen osaamisen ja toiminnan kehittäminen sekä uusien tilojen aktivoiminen luomutuotantoon. Ensisijaisia kehittämistavoitteita on saada luomutilojen kotieläintuotannosta nykyistä suurempi osa luomutuotantoon. Luomuviljasta kulkeutuu nykyisin noin puolet markkinoille tavanomaisina tuotteina.

Tuotanto- ja jalostusteknisten ongelmien ratkaisut vaativat lisää monipuolista tutkimusta ja kehittämistoimintaa. Toimintatapoina ovat jatkuvan koulutuksen, kehityshanketoiminnan sekä neuvonnan lisääminen. Uusien tilojen luomutuotantoon rekrytoimiselle valtion tukipolitiikka asettaa

reunaehdot. Keskeistä on oikean tiedon välittäminen ja riittävän neuvonnallisen tuen antaminen tiloille luomutuotannon alkuvaiheessa. Samansuuntaisia toimia on tuettava myös jalostusyrityksissä. Tuotekehityksosaamisen kautta yrityksille avautuvat uudet markkinat ja uusi tuotantokulttuuri. Ensisijaisena tavoitteena nähdään koko maakunnallisen elintarvikeketjun sitouttaminen yhteistoimintaan ja kehitystyöhön.

Toimenpideohjelman lähtökohtana on luomun tarkastelu monelta näkökulmalta. Sen kohteena ovat jalostavat yritykset, kauppaliikkeet, ateriapalveluyritykset, oppilaitokset, seutukunnat sekä kuluttajat. Ohjelmaa ovat työstäneet useat eri tahot, joiden esille tuomat tärkeimmät kehittämiskohteet on otettu ehdotuksissa huomioon ja täydennetty valtakunnallisella näkökulmalla.

Elintarviketuotannon kärkihankkeet

Kärkihankkeiden taustalla on ajatus suuren kokonaisuuden eteenpäinvieminen pilot-tyyppisesti siten, että kärkihanke toimii keskeisten kehityskohteiden työstäjänä palvelen laajaa aluetta sekä yritys- ja toimijaryhmää. Myös osakokonaisuuksia voidaan työstää, mutta pääsääntöisesti yrityshankkeiden muodossa. Hanketyön perusedellytyksenä on maaseudun ja maaseutuyrittäjyyden kehittäminen sekä kannattavuuden ja asiantuntemuksen lisääminen.

Kärkihankkeiksi toimenpideohjelma ehdottaa seuraavia tuotantoa ja jalostustoimintaa palvelevia kokonaisuuksia:

Maataloustuotannon kärkihankkeet

1. Luomutuotannon kehitys- ja koulutus-hanke

2. Luomutuotannon lisäämishanke
3. Luomutuotannon tutkimushanke

Elintarviketalouden kärkihankkeet

4. Tunnettuisuus- ja markkinointitoimien kehittämishanke
5. Logistiikka- ja jakelukanavien sekä ostajayhteistyön kehittämishanke
6. Tuotekehitystä, omavalvontaa sekä laatu- ja järjestelmiä kehittävä yhteishanke

Ohjelmassa esitellään tärkeimmät ja nopeaa käynnistämistä vaativat hankekokonaisuudet, hankkeiden soveltuvuus alueellisesti, keskeisimmät kehittämistoimintatavat sekä ehdotukset toimijoista.

Toimenpideohjelman ovat kirjoittaneet Kauko Lehto Oulun Maaseutukeskuksesta sekä ELO- aluekoordinaattori Sonja Manssila

Listauksessa esitellään tärkeimmät ja nopeaa käynnistämistä vaativat hankekokonaisuudet (KJ), hankkeiden soveltuvuus alueellisesti (V, M, S, Y), keskeisimmät kehittämistoimenpiteet sekä ehdotukset toimijoista. Taulukossa esitellään myös kokonaisuuksia, joita voidaan työstää yksittäisinä kokonaisuuksina.

(x), tämä periaate on keskeinen maataloussektorilla. Elintarvikesektorilla kaikki osakokonaisuudet soveltuvat yhden hankekokonaisuuden sisälle (4,5 tai 6).

**V=valtakunnallinen, M=maakunnallinen, ylimaakunnallinen
S=seutukunnallinen, Y=yrittäjä, KJ=kiireellisyysjärjestys (1 tai 2)**

V	M	S	Y	KJ	Kehitettävät kohteet	Yhteistyö
	x			2	1. Luomutuotannon kehitys ja koulutus	neuvontajärjestöt
	x				Luomutuottajien ammatillisen jatkokoulutuksen suunnittelu ja toteutus	oppilaitokset
x	x				Laatujärjestelmätöiden kehittäminen	jalostusyrietykset
	x	x			Tuotantoalakohtaisen viljelyn, markkinoinnin sekä jalostusyhteistyön edistäminen	tutkimuslaitokset
						seutukunnat
						elintarvikesektori
	x	x		1	2. Luomutuotannon lisääminen	
	x	x			Informaatiotilaisuuksien järjestäminen	neuvontajärjestöt
	x	x			Peruskurssien järjestäminen	oppilaitokset
	x	x			Lähtötilanteen tilakohtainen talous- ja viljelytekninen konsultointi	MTK
	x	x			Yleinen tiedottaminen luomutuotannosta	
x	x			2	3. Luomutuotantotutkimus	
x	x				Tuotantoalakohtaisten viljelyteknisten ongelmien tutkimus	tutkimuslaitokset
x	x				Opetusmateriaalin tuottaminen tutkimus tuloksista	maatilakoetointima
x	x			2	4. Tunnettuisuus/markkinointi	
x	x				Markkinointikampanjat	Finfood Luomu
x	x				Materiaalituotanto	neuvontajärjestöt
x	x				Kilpailutoiminta (uudet tuotteet)	MTK
x	x	x			Merkintöjen näkyvyys kaupoissa	keskusliikkeet
	x	x	x	1	5. Logistiikka ja jakelukanavat	
	x	x	x		Kuljetusvaihtoe. kehittäminen	kuljetusyrietykset
	x	x	x		Jakelukanavien laajentaminen	oppilaitokset
	x	x	x		Ostokäyttäytymisen selvittäminen	Finpro
	x	x	x		Koneistuksen kehittäminen	vientiagentit
	x	x	x		Yhteisvarastoselvitys	markkinointiasiant
	x	x	x	1	6. Tuotekehitys, omav. ja laatu	
	x	x	x		Uusien tuotteiden kehittäminen	oppilaitokset
	x	x	x		Aistinvaraisen arvioinnin kehittäminen	suurkeittiöt
	x	x	x		Klinikkatoiminnan aloittaminen	henkilöstör.
	x	x	x		Jalostusyrietysten kouluttaminen	tuotekehitysasiant
	x	x	x		Alihankintatoiminnan kehittäminen	Finfood Luomu
	x	x	x		Tuote- ja pakkaussuunnittelun kehittäminen	yliopistot
	x	x	x		Hygieniasaamisen kehittäminen	elintarvikevalvonta

Lisätietoja
Sonja Manssila
050 535 9887

Varsinais-Suomi saa syksyllä oman à la carte –kirjan

Varsinais-Suomi à la carte -kirja esittelee VarsinaisSuomen ruokaperinnettä ja sen uusimpia sovellutuksia. Kirjan kuvat muosotuvat à la carte -annoksista ja niiden yhteydessä olevista tuotteista. Esiteltyjen ruokien yhteydessä on ruoan valmistusohje ja tietoa valmistajasta suomeksi, ruotsiksi ja englanniksi. Kirjan sivumääräksi on suunniteltu 96 sivua ja kirjan koko on aiempien kirjojen mukaisesti 260 x 260 mm.

A la carte Kirjat kustantaa Varsinais-Suomi à la carte -kirjan paikallisten ruoka-alan toimittajien ja ravintoloiden tiedotuksen ja markkinoinnin tueksi. Kirjan kuvat, ruoat ja reseptit kerätään Varsinais-Suomen alueelta kesän 2002 aikana. Kirjan kaikki kuvat otetaan nimenomaan kirjaa varten, jolloin kuvat ovat riittävän yhdenmukaisia ja saavutettu lopputulos on varmasti paras mahdollinen. Kirjasta tulee näyttävä kuvateos, joka soveltuu hyvin lahjakirjaksi yrityksille, yhteisöille ja koulutuslaitoksille.

Varsinaissuomalainen kulttuuriperinne on tavattoman rikas; se innoittaa yhä etsimään ja löytämään uusia sovellutuksia ja tapoja. Ruokakulttuurilla on aina ollut suuri vaikutus varsinaissuomalaiseen perinnekulttuuriin, joka on uskollisesti ja monipuolisesti rikastuttanut kokonaiskulttuuria. Tulevan Varsinais-Suomi à la carte -kirjan tavoitteena on tuoda esiin ruokakulttuurin vahvuuksia ja sovellutuksia.

Varsinais-Suomi à la carte –kirjan valmistaminen on yksi Maakunnan maut –projektin tuotos. Kirjan yhteistyöhenkilönä Turussa toimii projektipäällikkö Kaija Roiha Turun Yliopiston Täydennyskoulutuskeskuksesta. Kirjan kuvaajina toimivat Manne Stenros ja Ari Mäkelä. Tuotannosta vas-

taa Manne Stenros. Kirjaa myydään edulliseen ennakkotilaushintaan kevään ja kesän ajan. Lisätietoja A la carte –kirjoista löydät myös internet-osoitteesta www.alacartekirjat.fi.

A la carte –kirjat omistaa tekijänoikeudet A la carte –kirjojen valmistukseen. EU:n alueella rekisteröityjen tavaramerkkien mukaisia lahjakirjoja ilmestyy vuosittain useampia sekä Ruotsissa että Suomessa. Alueellisista kirjoista kiinnostuneet voivat ottaa yhteyttä kustantajaan tai kysellä lisätietoja Varsinais-Suomi à la carte –kirjan yhteistyöhenkilöltä projektipäällikkö Kaija Roihalta, puhelin(02)333 6216.

Lisätietoja ja tilaukset

A la carte –kirjat /

Studio Avec Audiovisual Ky

Manne Stenros

toimitusjohtaja

puhelin +358-50-654 06

fax +358-3-7346104

email: manne.stenros@alacarte.inet.fi

internet: www.alacartekirjat.fi

Aiemmin ilmestyneitä à la carte –kirjoja ovat:

Lappi à la carte erä ja tulistelut	isbn 952-5290-01-8
Baker's à la carte	952-90-9470-1
Helsinki à la carte	952-90-8282-7
Finnish Berry and Fruit Wines à la carte	952-5290-04-2
Carelia à la carte	952-5290-05-0
Päijät-Häme à la carte	952-5290-00-X
Lahti Region à la carte	952-5290-02-6
Tornionlaakso à la carte	952-5290-07-7
Helsinki à la carte 2000	952-5290-08-5
Lappi à la carte 2001	952-5290-10-7
Pohjanmaa à la carte 2001	952-5290-06-9
Lapland Sápmi 2001	952-5290-13-1
Arctic à la carte 2001	952-5290-11-5
Skärgårdssmak 2001	952-5290-15-8

Seminaari on tarkoitettu ensisijaisesti elintarvike-, virvoitusjuoma- ja pakkaukalan yrityksille, jotka ovat kiinnostuneita tuotteen flavorista sekä sen muodostumisesta ja analysoimisesta.

Flavorin merkitys tuotteessa

Flavorin mittaaminen ja karakterisointi moderneilla menetelmillä osana tuotekehitystä ja laadunvarmistusta

15.5.2002 klo 12.00-16.00

VTT päärakennus auditorio, Vuorimiehentie 5, Otaniemi, Espoo

OHJELMA

- | | |
|--------------|--|
| 12:00 | VTT Biotekniikan yleisesittely
"Miten VTT Biotekniikan osaaminen hyödynnetään yritysprojekteissa?"
Tutkimuspäällikkö Anita Mikkonen |
| 12:15 | "Flavorin ja sen aistiminen sekä haihtuvien yhdisteiden vaikutus aromiin"
Erikoistutkija Raija-Liisa Heiniö |
| 13:15 | "Haihtuvien yhdisteiden analysointi"
Ryhmäpäällikkö Kyösti Latva-Kala |
| 13:45 | Kahvi |
| 14:15 | "Mikrobiologisen säilyvyyden seuranta instrumentaalisin menetelmin"
Tutkija Tiina Nikkola |
| 14:35 | "Panimotuotteiden aromi"
Tutkija Hannele Virtanen |
| 14:55 | "Viljatuotteiden flavori - sen muodostuminen ja muokkaaminen"
Erikoistutkija Raija-Liisa Heiniö |
| 15:15 | "Virrehajujen instrumentaalinen määrittäminen"
Ryhmäpäällikkö Kyösti Latva-Kala |
| 15:35 | Teollisuuden edustajan loppupuheenvuoro:
NN |
| 16:00 | Seminaari päättyy |

TERVETULOA!

Seminaariin pyydetään ystävällisesti ilmoittautumaan 30.4.2002 mennessä *Sirpa Nygrenille VTT Biotekniikka p. (09) 456 5831 tai sähköposti: sirpa.nygren@vtt.fi*

Seminaari on maksuton.

Närproducerad mat är i ropet!

Projektet "Kunskapscentrum för lokal livsmedelsförsörjning och regional mat" ligger just nu i startgroparna för angelägna och spännande arbetsuppgifter. Samarbetsparter är Hushållningssällskapet, LRF och SLU, d.v.s. Lantbruksuniversitetet. Finansieringen kommer till stor del från Jordbruksverket via nationella projektmedel. Projekttiden är fyra och ett halvt år.

Redan på 50-talet börja den industrilagade maten komma. Under 60-talet löd parollen industrin hjälper dig, underförstått, vi kunde lägga tiden på något roligare än att laga mat. Vartefter som tiden har gått har utbudet av industrilagad mat bara ökat och produkterna har blivit alltmer sofistikerade. Nu har pendeln börjat svänga och lite av "tillbaka till naturen" har kommit in i konsumenternas medvetande. "Bondens egen marknad", saluhall på landet, torghandel och gårdsbutiker väcker intresse och de kunder som har fått upp ögonen kommer gärna tillbaka. Det är den ena sidan av saken. Den andra sidan står producenterna, d.v.s. lantbrukarna för. Många hittar bra och framkomliga sätt att förädla sina egna produkter vilket ofta ökar möjligheten att få lönsamhet i verksamheten. Under årens lopp har många både små och stora projekt genomförts praktiskt taget i hela landet.

Långvarig erfarenhetsspridning

Det unika med det här projektet är dels att det är förhållandevis långvarigt, fyra och ett halvt år. Oftast ligger annars projekttiden på ett eller max två år, vilket innebär

att när det äntligen börjar bli lite fart på aktiviteterna så är projekttiden slut och någon fortsättning inte att tänka på. En annan viktig komponent i "Kunskapscentrum för lokal livsmedelsförsörjning och regional mat" är att det ska samla och ta tillvara alla bra och mindre bra erfarenheter från olika projekt som arbetar med småskalig och lokal livsmedelsproduktion på landsbygden. En återkommande erfarenhet från många projekt är att mycket kraft läggs på att stimulera nya producenter och nya produkter och när det börjar ge resultat är det dags att avsluta projektet. Allt för lite tid och resurser läggs på marknadsbearbetning och distributionsfrågor. Enligt Leif Berndtsson på Hushållningssällskapets Förbund är det nu hög tid att tillvarata alla erfarenheterna från projekten och andra satsningar som görs ute i landet och på ett mer samordnat sätt föra utvecklingen framåt. Samarbetet mellan organisationerna ökar förutsättningarna för att uppnå bestående resultat.

Projektets syfte är att:

Stödja utvecklingen av det uthålliga samhället

Stödja landsbygdsutvecklingen med inriktning på livsmedelsproduktion

Öka konkurrenskraften inom livsmedelssektorn genom att stärka såväl småskaliga livsmedelsförädlare som konsumenter

Regionala kontaktpersoner

I Sverige har 4 områden utsetts att i samverkan med projektet engagera en "regional matambassadör" som arbetar 25 %. Ett nära samarbete mellan Hushållningssällskapets Förbund och projektledningen planeras vad gäller spridning av information via hemsida, seminarier och nätverk.

Varje område kommer att kartläggas vad gäller satsningar som stödjer utvecklingen av den lokala livsmedelsförsörjningen och erfarenheter från respektive område kommer att spridas runt om i landet. Samtidigt kommer varje område att stödjas genom t.ex. förslag på kompetensutveckling, hjälp att bygga nätverk, utveckling av både nya och gamla idéer och förslag till samarbetspartners och finansierare. De fyra aktuella områdena är Uppland-Sörmland, Halland, Gotland och Gästrikland-Dalarna. I övriga delar av landet kommer regionala kontaktpersoner att inbjudas att vara med i ett nationellt nätverk för erfarenhetsutbyte. En första träff ägde rum den 19 november 2001 på Ultuna i Uppsala med uppföljning den 20 november i form av en konferens på Kungliga Skogs- och Lantbruksakademien. Konferensen gick under namnet "Närproducera mat. Miljövänlig? Affärs- mässig? Djurvänlig?".

Regional mat på LivsmedelsSverige.org Webben som informatör och kunskapspridare blir en central del i arbetet och "Regional mat" finns redan nu som webbplats. På adressen <http://www.livsmedelssverige.org> hittar man bl.a. forskningsnyheter, rapporter om aktuella händelser och om olika projekt runt om i landet. Många hör av sig med nyheter, vill veta mer och önskar att tillfällen skapas för fördjupade kontakter.

Webbplatsen vänder sig till:

- Aktörer inom olika projekt för lokal och regional livsmedelsförsörjning
- Råvaruproducenter
- Företagare med inriktning på småskalig livsmedelsproduktion
- Människor som behöver information för att själva starta projekt
- Forskare vid universitet och högskolor

- Agenda 21-samordnare
- Myndigheter (länsstyrelser, landsting, kommuner)
- Politiker / beslutsfattare
- Handel
- Storhushållspersonal
- Allmänhet

Webbplatsen vänder sig bl.a. till aktörer inom olika projekt för lokal och regional livsmedelsförsörjning, råvaruproducenter, företagare med inriktning på småskalig livsmedelsproduktion, Agenda 21-samordnare, länsstyrelser, landsting, kommuner, handel, storhushållspersonal och allmänhet.

Många lokala och regionala satsningar

LRF har ett stort engagemang i frågor om landsbygdsutveckling, småskalig livsmedelsproduktion och förädling samt landsbygdsturism. Detta visar sig bl.a. i deras engagemang för Svensk Lantmat. SLU bedriver forskning i många frågor som anknyter till lokal utveckling, livsmedelskvalitet och strukturen i livsmedelssystemet, dessutom satsar SLU mycket på samverkan i olika former och med olika aktörer i samhället, såsom enskilda företag, kommuner och nationella myndigheter. Vidare har Hushållningssällskapen under ett stort antal år arbetat lokalt och regionalt med att stödja och utveckla småskalig livsmedelsförädling. Det har skett genom att stimulera enskilda producenter att utveckla produkter, att finna marknadskontakter, att kvalitetssäkra och att hitta distributionsvägar. Gemensamt för dessa projekt är att initiativet har kommit från enskilda personer med ett stort engagemang för frågan. De har också i de flesta fall drivits med stöd av olika offentliga projektmedel från kommun, landsting och länsstyrelse i kombi-

nation med privat medfinansiering samt anslag från Hushållningssällskapen. Under de senaste åren har finansiering tillkommit från EU. För närvarande driver Hushållningssällskapen ett antal projekt med mer övergripande inriktning. Det största är "Mat som utvecklingskraft", som drivs i fyra län; Norrbotten, Jämtland, Örebro och Kristianstad. Ett annat är "Näreko" i Västra Götalands län.

En smaklig nysatsning i Enköping

Ett bra exempel på alla de satsningar som görs runt om i landet presenterades vid en buffé i Nykvarn i september och går under namnet "Gott från Enköping". Flera producenter i Enköpingstrakten har med stöd från kommunen gått samman och satsat på gemensam marknadsföring och distribution. Några exempel på medverkande företag är Åloppe Ekomat, Örtkompaniet, Glad Gris – Spånga Gårdsslakteri, Frösthultsgården och Bagarstugan. En av de drivande krafterna i "Gott från Enköping" och dessutom årets vinnare av guldallriken är Gösta Johnsson och hans sambo Vanja Olergård på Vreta kaningård. Guldallriken utdelas av tidskriften "Restauranger och Storkök" och i år med motiveringen att Vreta Kaningård banar väg för lokal livsmedelsproduktion. Gösta säger bl.a. att vi producenter måste samverka för att hitta bra lösningar och genom öppenhet skapa förtroende hos konsumenterna. Kaninkött äts mycket på kontinenten och intresset har ökat markant i Sverige under senare tid.

Detta är bara ett konkret exempel på projekt som lyfter fram den lokala och regionala maten. Hur många satsningar som finns, vilka mängder livsmedel som säljs lokalt och regionalt och vilka belopp som

len att uppgå till minst 10% av marknaden inom en nära framtid!

Ingela Hallberg
 SLU Kontakt
 018-672 456
 ingela.hallberg@kontakt.slu.se

och Britt Winberg
 Hushållningssällskapet i Uppland-Sörmland
 018-560 400

Maakunnan maut

varsinaissuomalaisien ravintoloiden ruokalistoilta

Maaliskuusta lähtien varsinaissuomalaisien ravintoloiden ja ruokapalveluyritysten ruokalistoilta asiakas löytää Maakunnan maut –menun, jonka raaka-aineet ovat omasta maakunnasta. Nämä ravintolat tunnistaa ”Runsauden haarukasta”, logosta, joka koristaa Maakunnan maut –ravintoloiden ovipelejä.



Hankkeen ensimmäinen vaihe kestää vuoden 2002 loppuun.

Lisätietoja

projektipäällikkö Kaija Roiha
puh. (02) 333 6216, 0400 527 599
kaija.roiha@utu.fi

Maakunnan maut on Turun yliopiston täydennyskoulutuskeskuksen vetämä hanke, jonka ideana on lähiruuan tuominen ravintoloiden ruokalistoilta nykyistä suuremmassa mittakaavassa. Jokainen ruokapalveluyritys rakentaa menunsa yrityksen imagoon ja tyyliin sopivaksi varsinaissuomalaisista ruokaperinnettä kunnioittaen.

Hankkeessa mukana sekä tuottajat että tekijät

Hankkeessa on mukana sekä raaka-aineiden tuottajia että ruuan tekijöitä. Tavoitteena on saada mukaan 30 kummastakin ryhmästä. Ravintoloiden kohdalla tavoite on jo täytynyt, mutta tuottajia kaipaamme vielä lisää. Tavoitteena on lisätä raaka-ainevirtoja hankkeen tuottajilta ravintoloille ja edelleen kuluttajille.

Turun Keittiömestariyhdistys aloitteen tekijänä

Hankeidea on peräisin Turun Keittiömestariyhdistykseltä, joka on aktiivisesti mukana hanketoiminnassa.

Yhteisiä kokoontumisia

Hankkeessa järjestetään tuottajille ja ruokapalveluyrityksille yhteisiä kokoontumisia, joissa he pääsevät saman pöydän ääressä ruotimaan tuotteiden laatuun, jalostusasteeseen, hintaan ja kuljetuksiin liittyviä ongelmia. Lisäksi tehdään retkiä tuottajien tiloille.

Markkinointi yrityksille ja matkailijoille

Maakunnan maut –ravintoloita, kartanoita ja ruokamatkailutiloja markkinoidaan suoraan yrityksille.

Matkailijoita varten on oma esitteensä, josta Runsauden haarukkaa tunnustavat ruokapaikat löytyvät kartalta.

Hankkeen rahoitus

Hankkeen rahoittaa pääosin Euroopan maatalouden ohjaus- ja tukirahasto (EMOTR) sekä Varsinais-Suomen TE-keskuksen maaseutuosasto. Muut rahoittajat ovat Finfood, Turun Keittiömestariyhdistys, Varsinais-Suomen liitto ja hankkeeseen osallistuvat yritykset.

Pro Healthy Life

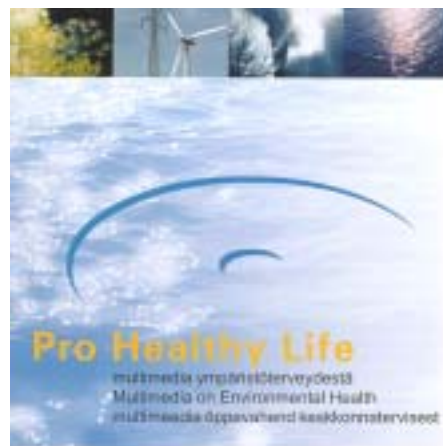
Multimedia ympäristöterveydestä

Tieto ahdistaa ja tieto vapauttaa – mitkä ympäristöterveysriskit ovat suuria ja mitkä pieniä? Miten yksilöt ja yhteisöt voivat kohdata nämä riskit ilman ahdistusta tai kynnisyttä?

Pro Healthy Life multimedia sisältä noin 1500 sivua, tarinoita, oppimistehtäviä, faktoja ja videoita ympäristöterveydestä. Suurin osa ympäristöterveydellisistä riskeistä välittyy ilman, veden ja ravinnon kautta. On myös kyse valinnoista, vallasta ja vaikutamisesta, on kysymys riskinhallinnasta yksilön ja yhteiskunnan tasolla.

Pro Healthy Life – Terveen Elämän Puolesta – voi toimia tehokkaimmin se, joka tietää ja ymmärtää.

hintatiedot ja tilaukset
<http://www.tkk.utu.fi/julkaisut/html>



Tapahtumakalenteri

20. – 22.3.2002 Gastro-messut, Helsinki Messukeskus
- 4.4.2002 Mielikuvista menestystä? -seminaari, Ylöjärvi
(Seminaarin järjestää ylimaakunnallinen Luontoyrittäjyyden osaajaverkostot
laatutyön perustana (LUOLA) -hanke, valtakunnallinen
luontoyrittäjyysverkosto -kestävää kilpailukykyä luomassa -hanke sekä
Suomen luontoyrittäjyysverkosto ry,
lisätietoja Anne Matilainen (06) 421 3337)
9. – 12.4.2002 FoodAsia, Singapore (timo.j@sci.fi)
- 7.5.2002 Elintarvikepäivä 2002 (www.etl.fi)
- 15.5.2002 Flavoriseminaari, Espoo
13. – 15.6.2002 Varsinais-Suomi esittäytyy Helsingissä Senaatintorilla
1. – 4.8.2002 Farmari, Hämeenlinna
- 30.8. – 1.9.2002 Kauhajoen Ruokamessut
- 31.8. – 1.9.2002 Pääkaupunkiseudun Luomumessut Jäähallissa
(Nordenskiöldinkatu 11-13, 00250 Helsinki)
1. – 2.10.2002 Elintarvikeyrittäjyyden kehittämisen hankeseminaari, Mikkeli
22. – 24.11.2002 Ruoka 2002, Helsinki Messukeskus
-
4. – 6.4.2003 Farma ruokamessut, Viihdy & Virkisty, Avantgarden –messut,
Turun messukeskus