

§
Elintarvikkeiden hygieniasäännöt
uudistuivat
1.1.2012

Erillisliite: keskiaukeamalla



Ruoka-Suomi -tiedotuslehti

Ruoka-Suomi -tiedotuslehti kertoo elintarvikealan kehittämistyöstä. Lehti ilmestyy vuonna 2012 neljä kertaa. Numeroiden ilmestymis- ja materiaaliaikataulu on seuraava:

nro	materiaalin dl	ilm.
1	1.2.	17.2.
2	2.5.	18.5.
3	29.8.	14.9.
4	14.11.	30.11.

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

Toimitus

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

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

Turun yliopisto
Koulutus- ja kehittämiskeskus Brahea
20014 Turun yliopisto
fax (02) 333 6331

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

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

Ruoka-Suomi -tiedotuslehden julkaisija on Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmän Ruoka-Suomi -teemaryhmä. Lehti on luettavissa sähköisesti myös teemaryhmän nettisivuilla.
www.maaseutupolitiikka.fi
www.ruokasuomi.fi

Sisällys

Ohjelma- ja strategiaprosessien vuosi	1
Kokemuksia Belgiasta: Flanderin alue ja ruuan lyhyet toimitusketjut	2
Lähiruoan saatavuus parantunut	4
Tiedot kaupoista ja yrittäjistä koottu verkkoon	
Smaklust 2012 i Stockholm	4
Helsingin ruokakulttuuristrategian vuosikatsaus 2011	5
Bra mat i Västnyland	5
Herkkujen Suomi tarjoilee lähi- ja luomuruokaa Helsingin sydämessä	6
Kansallinen elintarvikehygienialainsäädäntö uudistui	8
Uudenlainen omavalvontatuote pienille ja keskisuurille elintarvikealan yrityksille	9
"Lihaketju nousuun" - eteläsavolaisen lihaketjun kehittämiseminaari	10
Honkavaaran Perinnepiha vuoden 2011 Karelia à la carte yritys	11
Suomi toistaiseksi Pohjoismaiden kärjessä nimisuojaetuissa tuotteissa	12
Elintarvikealan kilpailukyky kasvuun, Itämeri-yhteistyön tulokset apuneuvoksi	14
Varsinaissuomalaiset makeiset ja ohrapuuro maistuivat Grüne Woche -messuilla Berliinissä	15
Kuluttajat arvostavat läpinäkyvyyttä ja jäljitettävyyttä	16
Vuoden Luomutuote -kilpailu 2012	16
Liiketoimintasuunnitelmasta tukea yrityksen perustamiseen	17
Päijät-Häme mitalit 2011 lähiruualle	17
Pienet elintarvikeyritykset kansainvälisille markkinoille	18
Ruoansulatus ja ravitseminen 4 op	18
Kuluttajan arvot vaikuttavat makukokemukseen	19
Maataloustuotteiden markkinoinnin ja tuotannon kehittäminen vuonna 2012	19
Elintarvikeketjun kehittäminen vuonna 2012	
Meillä tehdään mestarikokkeja!	20
Kainuulainen Lähiruoka -hankkeen vuosi 2011	21

Ohjelma- ja strategiaprosessien vuosi

EU:n nykyistä ohjelmakautta on vielä lähes 2 vuotta jäljellä ja ohjelmien toimeenpano kiivaimmillaan. Tämän osoitti myös tammi-kuinen Ruoka-Suomi -teemaryhmän kokous, jossa varsin perusteellisesti kävimme läpi, mitä elintarvikesektorin kehittämisessä kussakin maakunnassa on juuri nyt meneillään tai suunnitteilla. On ilo huomata, että vaikka hanke-toiminnassa on omat hankaluutensa, niin tuloksia tuottavaa tekemisen meininkiä löytyy kaikilta alueilta. Hankeieroksemme myös osoitti kehittämistoiminnan monialaisuuden: toimenpiteitä kohdistui niin markkinointiin, jakelukanaviin, lähiruuan saamiseen julkisiin keittiöihin, poliittisiin päättäjiin vaikuttamista, osaamisen tason nostoa ketjun eri osapuolissa sekä luomun kehittämistä. Hankkeissa on yhä enemmän muistettu ottaa haltuun kerralla koko ketju ts. samaan pöytään pyritään saamaan niin tuottajat, jalostajat, myyjät kuin asiakkaat. Käynnissä olevissa ja jo päättyneissä hankkeissa painottuu selvästi lähiruuan edistäminen, mikä omalta osaltaan tukee nykyisenkin hallituksemme linjauksia.

Toisaalta pikkuhiljaa on aika kääntää katseet jo tulevaisuuteen ja uusiin ohjelmaprosesseihin. Elintarvikealalla keskeisimmät instrumentit löytyvät jatkossakin EU-osarahoituksesta maaseutuohjelmasta, jonka asetusluonnoksissa elintarvikeala onkin varsin hyvin esillä. EU:n ns. maaseutuasetusluonnoksessa elintarvikeala on nostettu yhdeksi kuudesta prioriteettialueesta (Elintarvikeketjun organisoitumisen ja maatalouden riskienhallinnan edistäminen). Tämän prioriteetin tavoitteena on alkutuottajien kytkeminen paremmin ruokaketjuun laatujärjestelmien ja paikallisten markkinoiden edistämisen sekä lyhyiden jakeluketjujen avulla ja myös tuottajaryhmät ja toimialaorganisaatiot ovat tässä vahvasti esillä. Vähähiilisyys painottuvassa prioriteetissa taas on hahmoteltu maatalouden ja elintarvikejalostuksen energiatehokkuuden lisäämistä ja uusiutuvien energialähteiden sekä biotalouteen tarkoitettujen sivutuotteiden,

jätteiden, jäännösten ja muiden kuin elintarvikkeiksi tarkoitettujen raaka-aineiden hankinnan ja käytön helpottamista. Esimerkiksi sivuvirtojen hyödyntämiseen liittyviä kehittämishankkeita meilläkin on ollut jo paljon ja ne luovat hyvää pohjaa jatkotoimenpiteille.

Paikallismarkkinat ja lyhyet jakeluketjut ovat ydintermejä tulevaisuuden elintarvikealan kehittämistyössä. Lähiruoka -sanana on koenut kovan inflaation, mutta komissio antaa vahvan signaalin todellisista paikallistason toimista, aidosta lähiruusta, jossa niin tuotanto, jalostus kuin pääosa myynnistäkin tapahtuu omalla lähialueella. Suomen keskittyneessä teollisuus- ja kauppaympäristössä tämä aiheuttaa myös haasteen, mikäli esimerkiksi teurastamoja tai meijereitä omalla alueella kerta kaikkiaan ei ole. Komission linjauksista voi myös havaita, että alkutuottajat halutaan saada tiiviimmin mukaan ruokaketjuun aktiivisiksi toimijoiksi pelkän raaka-aineen tuottamisen sijaan. Tämän vahvemman tuottaja-kuluttaja-yhteyden luomista on perännnyt myös esimerkiksi monet tutkimukset.

Tulevaan ohjelmakauteen valmistautuessa mietitään myös kehittämisinstrumentteja. Jokainen hankkeen toteuttaja ja kehittäjä omilla tahoillaan voisi pohtia, mikä nykyisessä järjestelmässä on hyvää ja mitä pitäisi ehdottomasti muuttaa. Tällä hetkellä on havaittavissa jonkin verran yritysten innon hiipumista osallistua hankkeisiin ja onkin syytä miettiä, onko esimerkiksi tukimuodoissa tai -tasois- sa jotain parantamista. Pohtia voi myös sitä, ovatko kaikki hankkeet rakennettu yritysten todellisista tarpeista vai ovatko ne mahdollisesti liian ylhäältä päin annettuja, jolloin ne eivät kohtaa suoraan yritysten omia kehittämishaasteita.

Maakunnissa on laadittu eritasoisia ja pituisia elintarvikealan strategioita, jotka suuntaavat kehittämisen painopisteitä ja täten myös varojen käyttöä. Osalla maakunnista on pidem-

piakaiset strategiat, osalla ne on kytketty EU-ohjelmakausiin ja päättyvät täten vuonna 2013. Tänä vuonna alueilla onkin pidettävä huolta siitä, että alueille saadaan ajantasaiset ja vähintään tulevan ohjelmakauden kattavat alueelliset elintarvikealan tulevien vuosien linjauksiin, strategiisiin painopisteisiin ja mahdollisiin kärkihankkeisiin keskittyvät strategiat. Ilman niitä taustatuki alalle alueellisten varojen kohdentamisessa jää heikoksi eikä siihen alueilla - eikä Suomella - ole varaa.



*Kirsi Viljanen
Ruoka-Suomi -teemaryhmän puheenjohtaja
Maaseutuyllitarkastaja, työ- ja
elinkeinoministeriö*

Kokemuksia Belgiasta: Flanderin alue ja ruuan lyhyet toimitusketjut

Elintarvikealan toimialaseminaarissa Kouvolassa esiteltiin ruuan lyhyttä toimitusketjua flaamilaisittain. Lyhyen ketjun järjestelmän kokemuksista oli kertomassa Flanderin alueen maatalous- ja kalastusministeriön kestävän maatalouden kehittämisestä vastaavan osaston johtaja Johan Verstrynge.

Tuottajan ja kuluttajan väliseen suoraan yhteistyöhön perustuva lyhyt toimitusketju on jakelumallina monimuotoinen. Myynti voidaan järjestää esimerkiksi koti- tai tilamyymintinä, paikallismyymälän, paikallisten torien ja tuottajatorien kautta, itsepoimintana, yhteistyönä ruokapiirien tai tuottajajärjestöjen kanssa tai yksinkertaisimmillaan tienvarren vihanneslaatikoista tai myyntiautomaateista. Se voi olla myös yhteisöjen tukemaa sopimustuotantoa, jossa kuluttajat jakavat syntyneet riskit ja tuotot.

Neljännes kuluttajista löytänyt lyhyt-ketjun

Ruokajärjestelmän paikallisuutta korostavan lyhyen toimitusketjun keskeisiä piirteitä ovat sitoutuminen paikallisen talouden kehittämiseen, sosiaalisen ja ympäristön hyvinvoinnin sekä tuottajien ja kuluttajien välisen vuorovaikutuksen luomiseen. Kiinnostusta tämän tyyppiseen kestäväan kehityksen tuotantoon on olemassa. Vuonna 2010 noin neljännes alueen kuluttajista teki lyhyen toimitusket-

jun elintarvikehankintoja. Flanderin maatalousyritysten liikevaihto on hiljattain kasvanut 25 prosentilla kysynnän kasvun myötä.

Lyhyen toimitusketjun strategian keskeiset toteuttajat alueella ovat Flanderin viisi läänää, alueellinen maatalous- ja kalastusalan markkinointikeskus VLAM, maataloustuotekeskus, ruokapiirit, joita oli 119 yhteistyössä 99 paikallisen tuottajan kanssa vuonna 2010, sekä alueen luonnonmukaisen maatalouden ja luomuelintarvikkeiden kattojärjestö, Flanderin luomufoorumi.

Pullonkaulojen poistajia

Verstryngen mukaan palvelu ja vastaanotto ketjussa toimii useimmiten hyvin tai erittäin hyvin. Infrastruktuurissa sekä myyminen edistämässä useilla yrityksillä olisi kuitenkin edelleen kehittämismahdollisuuksia.

Lyhyen toimitusketjun pullonkaulojen poistajana VLAM:n tehtävänä on maatalous-, puutarhatalous- ja kalastusalan sekä elintarvikealan tuotteiden ja palvelujen myynnin edistäminen, jota rahoittaa ala itse sekä Flanderin hallitus. Keskukseksi on oma Tunnustettu maataloustuotteiden myyntipiste -laatu-merkkinsä, jota käyttävä tuottaja sitoutuu tarjoamaan pääasiassa itse kasvatettuja tai jalostettuja tuotteita suoraan kuluttajille reilulla hinnalla, tuotteen alkuperästä tiedottaen

ja myynnin alueellista luonnetta painottaen. VLAM-merkin käyttöön oikeutettuja myyntipisteitä on nykyään 236 ja tuottajatoreja kaksi.

Maataloustuotekeskus puolestaan opastaa maataloustuottajia asiaankuuluvan lainsäädännön noudattamisessa niiden tuotannossa, tarjoaa opastusta aloittaville tuottajille, järjestää koulutusta ja tiedotustilaisuuksia.

Lyhytketjustrategian edistäminen Flanderissa

Lyhyen toimitusketjun järjestelmän edistämiseksi pääministeri ja Flanderin hallituksen taloudesta, ulkopoliitikasta, maataloudesta sekä maaseutupoliitikasta vastaava ministeri Kris Peeters esitteli lyhyttä toimitusketjua koskevan strategiasuunnitelman Flanderin parlamentin maatalousvaliokunnalle viime syksynä.

Suunnitelman toteutus rakentuu perustan, verkoston ja yhteyspisteen ympärille. Perustamäärittelee toimenpiteiden täytäntöönpanon, järjestää täytäntöönpanon seurannan ja toimii ohjaustehtävissä ei-operatiivisella tasolla. Strategiasuunnitelman yhteistyökumppaneista koostuva jäsenistö kokoontuu kahdesti vuodessa. Verkoston tehtävä on parantaa toimijoiden yhteistyötä, muodostaa ja ylläpitää yhteyksiä toimijoiden välillä, välittää tietoa jäsenistössä ja tarjota keskitetysti tietoa lyhyen toimitusketjun kokonaisuudesta.



Lyhyt toimitusketju vahvistaa paikallistaloutta ja paikallidentiteettiä ja onnistuu samalla vastaamaan kuluttajan tarpeisiin löytäen kestäväan kehityksen mukaisia tuotteita, jotka ovat aitoja, laadukkaita, paikallisia, tuoreita ja luotettavia.



Vuonna 2010 neljännes Flanderin alueen kuluttajista teki ostoksia suoraan maataloilta. Perunat ovat edelleen tärkeä sisäänvetotuote asiakkaiden houkuttelemiseksi maatalaostoksille. Lyhyt toimitusketju antaa kuluttajille mahdollisuuden saada tietoa tuotantomenetelmistä ja tuotannon kausittaisuudesta.

Verkostoon kuuluvat kaikki lyhyen toimitusketjun toimijat, kuten sidosryhmäorganisaatiot sekä kansallisen, alueellisen ja paikallisen tason päättäjät. Maatalousministeriöön perustettava yhteispiste koordinoi politiikkaa ja strategian täytäntöönpanoa.

Uutena toimintamuotona kokeillaan ns. pikavoitto -hankkeita, joihin on varattu 50 000 euroa. Tuen enimmäismäärä hanketta kohden on 7 500 euroa, josta ennakko on 75 prosenttia. Tuettavan hankkeen on edistettävä vähintään yhtä strategian tavoitetta, kuten jakelun, logistiikan tai markkinakehityksen yhteistyötä. Hankkeen on oltava käytännönläheinen, ajallisesti lyhyt, konkreettinen vaikutuksiltaan ja siitä tulee tiedottaa hyvin. Vain ei-kaupalliset organisaatiot ja laitokset voivat osallistua hankehakuun joko yksin tai yhteishankkeilla. Pikavoitto -hankkeiden arvioinnissa otetaan huomioon innovatiivinen luonne, yhteistyö eri toimijoiden välillä, tiedon siirron määrä, kannattavuus, odotettu vaikutus, omaperäisyys, organisatorinen toteutettavuus ja laatu.

Muita lyhytketjustrategian toteutusta tukevia toimenpiteitä ovat ns. esittelyhankkeet, rakenteellinen tuki sekä tutkimus ja kehitys.

Esittelyhankkeet

Toukokuussa 2012 käynnistyy esittelyhankkeiden hankehaku. Esittelyhankkeiden tar-

koitus on uusien tekniikoiden, käytäntöjen ja mahdollisuuksien esittely tuottajille kestävän maatalouden lisäämiseksi. Hakuun voivat osallistua kestävän maatalouden tietokeskuksiksi hyväksytyt organisaatiot ja laitokset. Tuen enimmäismäärä hanketta kohden on 75 000 euroa tai 100 000 euroa usean laitoksen yhteistyöhankkeissa. Rahoitusta haetaan kahden vuoden ajalle.

Rakenteellinen tuki

VLAM:n vuotuinen budjetti lyhyen toimitusketjun, paikallisten tuotteiden ja luomutuotteiden edistämisen ja tiedotustoimien on 220 000 euroa. Vuonna 2012 sitä on maksettu maataloustutokeskukselle ja paikallisten tuotteiden keskukselle.

Tutkimus ja kehitys

Maatalous- ja kalastusministeriön valvonnasta ja tutkimuksesta vastaava osasto ja maatalous- ja kalastustutkimuslaitos ILVOn yhteiskuntatieteellinen yksikkö tekevät lyhyttä toimitusketjua koskevia

tutkimuksia. Maitotuotteista vastaava ILVOn tekninen neuvontapalvelu auttaa maataloustuottajia tuotantoon liittyvissä ja teknisissä kysymyksissä.

Lisätietoja:

Johan Verstryngen esitys: http://www.tkk.utu.fi/extkk/ruokasuomi/materialit_Kouvola_Verstrynge.pdf
Suomenkielinen lyhennelmä esityksestä: http://www.tkk.utu.fi/extkk/ruokasuomi/materialit_Kouvola_Verstrynge-suomeksi.pdf

Kirjoittaja: "Verstryngen esityksen pohjalta koostanut Jarna Lindroos, jarna.lindroos@utu.fi



Flanderin alueella on lähes 30 000 maatalousyritystä, joiden liikevaihto on yhteensä 82,5 miljoonaa euroa. Maatalousyritysten liikevaihto on hiljattain kasvanut 25 % kysynnän kasvun myötä.



Lyhyt toimitusketju on monimuotoinen. Kuluttaja voi löytää paikalliset herkut niin maatilatorilta kuin tienvarren myyntiautomaatistakin. Olennaista on, että tuottaja hallitsee markkinoinnin ja tiedotuksen, omaa riittävän markkinatuntemuksen ja kykenee reagoimaan asiakaspalautteeseen. Pienet myyntiyrityköt hyötyvät näihin ketjun pullonkauluihin kohdennetuista tukitoimista.

Lähiruoan saatavuus parantunut Tiedot kaupoista ja yrittäjistä koottu verkkoon

Kiinnostus lähiruokaan on vahvistunut niin kuluttajien kuin ammattilaisostajien keskuudessa. Joulunajan hyvä uutinen on, että kysyntään voidaan vastata yhä paremmin. Paikallisia tuotteita on yhä enemmän vähittäiskauppojen valikoimissa ja ammattikeittiöiden tarjoamissa aterioissa.

Yrittäjien omien myyntipisteiden ohelle on noussut pientuottajien tuotteisiin ja lähiruokaan erikoistuneita kauppiaita. Uusien myyntipaikkojen ansiosta tuottajat ja jalostajat voivat keskittyä tuotantoon ja vähentää myyntiin käyttämäänsä aikaa. Myös tuotevalikoima kasvaa kaiken aikaa.

Ruoka-Suomi -teemaryhmä on koonnut lähiruokaa myyviä kauppiaita verkkoon. Näissä kaupoissa ruuan alkuperä on mahdollista nähdä yksittäisen yrittäjän tasolle saakka. Kuluttajalle lyhyt ja läpinäkyvä ketju merkitsee turvallisuutta.

Eri puolilla Suomea sijaitsevista elintarvikealan pienyrityksistä puolestaan voi hakea tietoa Aitojamakuja.fi-sivustolta, jonka hakukoneessa on yli 1 400 yritystä. Lähiruoan nosteesta kertoo sekin, että kuluneen vuoden aikana sivustolle on listautunut yli 350 uutta yritystä.

Sivustot ovat osa elintarvikealan pienyrityksyyden kehittämistä, johon panostetaan Suomessa laajasti. Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmän Ruoka-Suomi -teemaryhmä tukee ruokaketjun toimintaa, yhteistyötä ja kehittää suomalaisten raaka-aineiden jakelua.

Lähiruokaa myyviä kauppiaita kootaan osoitteeseen www.ruokasuomi.fi - ajankohtaista.

www.aitojamakuja.fi auttaa löytämään paikallisia elintarvikeyrittäjiä eripuolilta Suomea.



Aito ruokakauppa, www.aitoruokakauppa.fi (yllä)
ja Finska, www.ruokakauppafinska.fi. Kuvat:
Lounafood



Smaklust 2012 i Stockholm

Förvånad, imponerad och nyfiken. Det är vad du som besökare skall bli när alla Sveriges mathantverkare visar upp sig och sina produkter.

Upplevelsorna avlöser varandra, smakerna flödar - som besökare skall du få uppleva, med dina sinnen, hur fantastiska smaker blir till och även avnjuta dem.

På Smaklust bygger vi upp ett Sverige i miniatyr - som besökare kan du vandra genom hela landet och ta del av vad just "din" region kan erbjuda. Förutom att handla mathantverk kan du uppleva maten i några av alla restaurangerna, se hur produkterna blir till, gå på Smakteater eller testa din känsla för smakens nyanser. Du hittar Smaklust framför Sjöhistoriska museet i Stockholm, 25-27 maj 2012.

Läs mera: www.smaklust.se

Helsingin ruokakulttuuristrategian vuosikatsaus 2011

Vuosikatsaus kertoo Helsingin ruokakulttuuristrategian kärkihankkeiden edistymisestä ja esittää poimintoja kuluneen vuoden mielenkiintoisimmista ruokakulttuurin ilmiöistä. Katsaus antaa tiivistetyn kokonaiskuvan strategian etenemisestä ja siitä miten se jo näkyy katukuvassa ja kaupunkilaisten ruokapöydissä. Katsauksen lopussa esitetään lisäksi kehitysideoita, joiden pohjalta kaupunki voisi parantaa toimintaansa.

Vuosikatsauksen on koornut Ville Relander, joka on työskennellyt ruokakulttuuristrategian projektipäällikkönä 28.2.2011 lähtien edistäen kaupungin ja muiden ruokakulttuurin toimijoiden välistä yhteistyötä. Lue vuosikatsaus www.heltu.fi

-Jatkuva vuorovaikutus ruokakulttuuripäättäjien, ravintoloitsijoiden ja mielipidevaikuttajien kanssa kansalaisjärjestöistä ministeriöihin ja Michelin -kokeista katukeittiöiden kingeihin on ollut työni oleellinen osa. Olen tietoisesti rakentanut nostetta ja keskustelua, jotta ihmiset huomasivat, että ruokakulttuurin saralla tapahtuu parhaillaan jotain äärimmäisen mielenkiintoista. Olen keskittynyt ensimmäisen vuoden aikana avoimeen vuorovaikutukseen ja verkostoitumiseen, kertoo Relander.

Mikä Tukkutori?

Helsingin Tukkutori on Helsingin kaupungin virasto, joka vuokraa toimitiloja ja maa-alueita tukkukauppiaille, sekä kauppahalli- ja torikauppiaille. Tukkutorin palveluihin kuuluvat mm. lihatukkuhalli, pakastamo, vihertukkuhalli ja vihannestukkutori. Syksyllä 2012 osa Tukkutorista avautuu kuluttajille, kun entisen Helsingin kaupungin teurastamolaitoksen rakennuksiin avataan ruoan ja designin tapahtumatila sekä myymälöitä ja ravintoloita. Teurastamohalliin avattava tapahtumatila on myös designpääkaupunkivuoden ruoka- ja design tapahtumien päänäyttämö.

Ville Relander

Projektipäällikkö, Helsingin ruokakulttuuristrategia

puh. (09) 310 79223, 040 528 3519

vilhelm.relander@hel.fi

Bra mat i Västnyland

Hangon, Inkoon ja Raaseporin alueella on käynnistynyt alueellinen lähiruokayhteistyö. Bra Mat i Västnyland:in tavoitteena on luoda verkostoja lähiruokatuotannon helpottamiseksi ja ehottamiseksi, sekä lähiruoan tuotekehityksen ja lähiruoan jakelun parantamiseksi. Luomamme verkosto koostuu paikallisista alkutuottajista ja yrittäjistä, Slow Food Västnyland r.f.:stä, Gastro Nostra:sta, Kokkimaajoukkueesta sekä monista muista lähiruokaan keskittyneistä toimijoista.

Lue lisää: <http://bramativastnyland.novia.fi>



Uudenmaan alueen elintarvikeyrityksien kehittäjät kokoontuivat Ruoka-Suomi-teemaryhmän ja Aitoja Makuja -hankkeen kutsumina Malmgårdissa (www.malmgard.fi) 14.12.2011. Mukana olivat Bra mat i Västnyland -hankkeen lisäksi Huoletta tuoretta -Närmande närmat -hanke ja Lähiruokatreffit -hanke.

Herkkujen Suomi tarjoilee lähi- ja luomuruokaa Helsingin sydämessä



Toista kertaa järjestettävä Herkkujen Suomi -tapahtuma kutsuu lähi- ja luomuruoan ystävät aitojen, suomalaisten makujen äärelle. Herkkujen Suomi järjestetään Rautatientorilla 23–25.8., yhdessä pienpanimoiden oluita juhlistavan Syystober-tapahtuman kanssa. Samaan aikaan vietetään myös Taiteiden yötä ja Helsingin Juhlaviikkoja.

Rautatientori osoittautui viime vuonna erinomaiseksi paikaksi tavoittaa suuri joukko pienten elintarviketuottajien ystäviä. Herkkujen Suomeen voidaan jälleen odottaa kymmeniä tuhansia kiinnostuneita ja ostohaluisia kävijöitä. Tapahtuman pääjärjestäjinä ja yhteistyökumppaneiden koolle kutsujina toimivat Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto MTK ry, Svenska lantbruksproducenternas centralförbund, (SLC), Ruoka-Suomi -teemaryhmä, Aitoja makuja -hanke ja Pienpanimoyhdistys.

Aidot maut kiinnostavat

Elokuussa 2011 ensimmäistä kertaa järjestetty Herkkujen Suomi -tapahtuma keräsi yhdessä Syystoberin kanssa 58 000 hyvän ruoan ystävää Rautatientorille ja nousi kertaheitolla Suomen suurimpien ruokatapahtumien kärkisijoille. Esillä oli 11 ruokamaakuntaa ja yli 100 yritystä ja muuta toimijaa. Tapahtuma sai sekä näytteilleasettajilta että kävijöiltä pääosin hyvää palautetta vaikka kehitettävääkin löytyi.

Halutuimmat tuotteet myytiin loppuun jo ensimmäisenä päivänä. Tapahtuman saama suosio osoitti, että suomalaiset kuluttajat ovat ottaneet lähiruoan omakseen.

Matka maakuntien makumaailmaan ja suomalaiseen ruokakulttuuriin

Herkkujen Suomeen voi tulla myymään ja esittelemään maakuntiemme lähi- ja luomuruokaa tai toimintaa ruokakulttuurin parissa. Maakuntaosastoilla ruoantuottajilla on mahdollisuus tuoda esiin alueellista omaleimaisuutta, tarjota yleisölle mahdollisuus tutustua paikalliseen ruokakulttuuriin sekä maistella ja ostaa paikallisten tuottajien herkkuja.

Oluen ja ruuan lisäksi myös tilaviinit esille

Herkkujen Suomi ja Syystober -alue uudistuu viime vuodesta. Uusi sijoittelu yhdistää alueen entistäkin paremmin yhtenäiseksi kokonaisuudeksi. Myös näytteilleasettajat tulevat olemaan viime vuotta tasavertaisemmassa asemassa näyttelypaikkojen suhteen.

Tänä vuonna myös tilaviinit ovat tervetulleita mukaan tapahtumaan Syystober-alueelle.

Herkkujen Suomi tarjoaa kävijöilleen myös ruoka-aiheista ohjelmaa sekä musiikkia ohjelmavallalla ja Syystober-teltassa. Syystoberissa valitaan myös Suomen paras olut 2012.

Tule näkymään ja tekemään kauppaa ja markkinoimaan tuotteitasi Herkkujen Suomeen!

Herkkujen Suomi on avoinna yleisölle torstaina 23.8. (Taiteiden yö) klo 16–21, perjantaina 24.8. klo 11–20, lauantaina 25.8. klo 10–18. Syystober-olutjuhla on auki joka ilta klo 01 saakka.

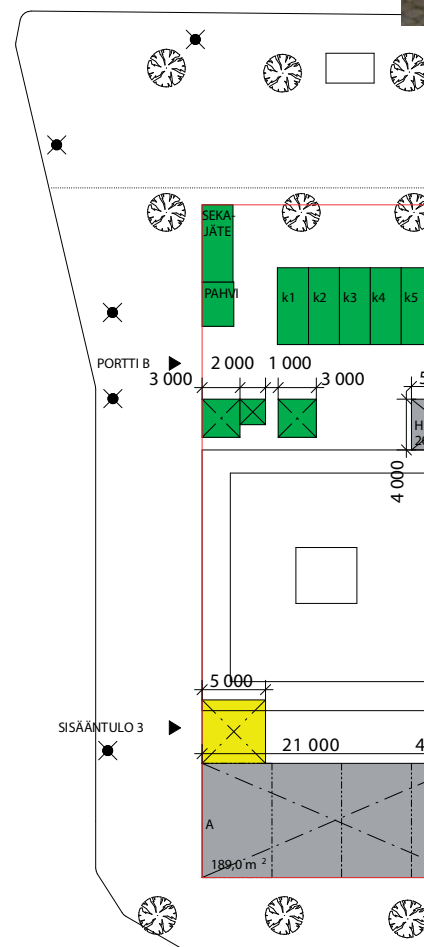
Perjantaina 24.8. klo 9–11 järjestetään kauppojen, ravintoloiden ja julkisten ruokapalveluiden sisäänostajille oma tapahtuma, jonka tarkoituksena on auttaa pienten elintarvikeryrittäjien lähi- ja luomuruoan saamista julkisiin ruokapalveluihin ja kauppojen hyllyille.

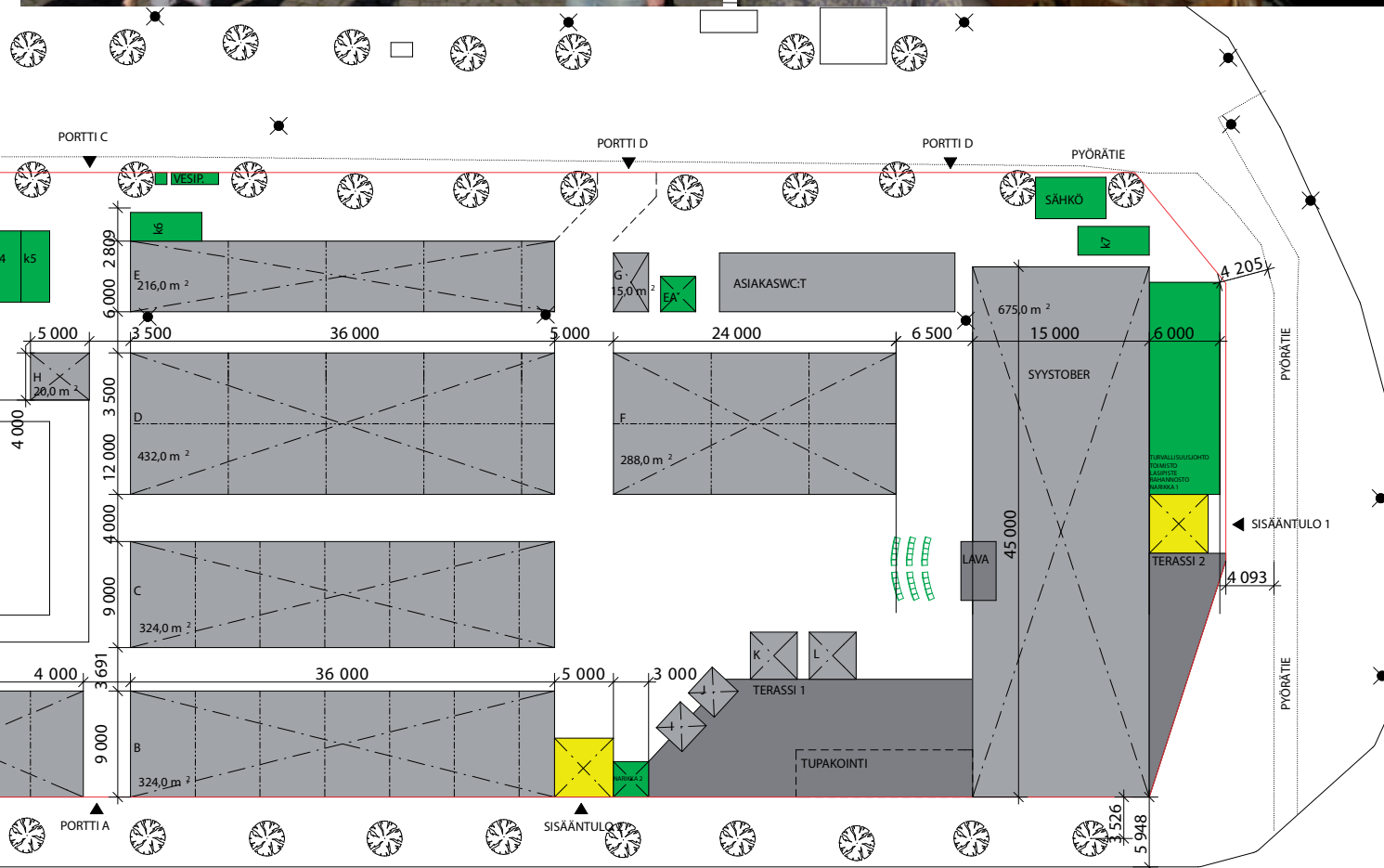
Lisätietoja tapahtumasta, osastojen hinnoista ja varauksista saat alueesi Ruoka-Suomi yhteyshenkilöltä sekä allekirjoittaneelta, p. 020 413 2316, klaus.hartikainen@mtk.fi tai viestintäassistentti Julia von Flittneriltä, p. 020 413 2387, julia.vonflittner@mtk.fi.

Lisätietoja tapahtumasta löydät myös osoitteesta www.herkkujensuomi.fi.

Tavataan Herkkujen Suomessa!

Klaus Hartikainen, viestintäjohtaja, MTK





Kansallinen elintarvikehygienialainsäädäntö uudistui

Viite: Ruoka-Suomi lehden numerossa 3/2011 esiteltiin elintarvikelain muutosta ja elintarvikevalvonta-asetusta.

Elintarvikelaki

Laki elintarvikelain muuttamisesta (352/2011) tuli voimaan 1.9.2011. Muutoksen tarkoitus on painottaa elintarvikelain riskiperusteista soveltamista ja keventää elintarvikeyritysten byrokratiataakkaa sekä lisätä valvonnan avoimuutta. Lakiin lisättiin uusi 6 a §, jonka mukaan kutakin toimintaa pitää arvioida sen riskeistä lähtien eli toiminnan luonne ja laajuus huomioon ottaen.

Keskeisiä muutoksia:

- elintarvikehuoneistojen ennako-hyväksynnästä siirryttiin ilmoitusmenetelyyn; vain eläimistä saatavia elintarvikkeita käsittelevät laitokset pitää edelleen hyväksyä
- omavalvontasuunnitelmaa ei enää hyväksytä
- alkutuotannon tuotteiden vähäisen luovutuksen kuluttajalle katsotaan jatkossa kuuluvan alkutuotantopaikan toimintaan, eikä siitä tarvitse tehdä erillistä elintarvikehuoneistoilmoitusta
- vähäriskinen, pienimuotoinen yksityishenkilöiden ja harrastekerhojen elintarvikealan toiminta vapautuu ilmoitusvelvollisuudesta, kun kyse ei ole elinkeinotoiminnasta
- pienteurastamojen ja riistankäsittelylaitosten lihintarkastus ja valvonta siirtyivät kunnilta Elintarviketurvallisuusviraston (Evira) vastuulle
- elintarvikealan toimijan on jatkossa julkistettava valvontaviranomaisen antama elintarvikehuoneiston tarkastuksesta kertova asiakirja Eviran määräämällä tavalla.

Elintarvikevalvonta-asetus

Valtioneuvoston asetus elintarvikevalvonnasta 420/2011 (elintarvikevalvonta-asetus) on 1.9.2011 alkaen korvannut samannimisen asetuksen 321/2006. Asetuksessa säädetään alkutuotantopaikkaa ja elintarvikehuoneistoa koskevasta ilmoituksesta ja laitoshyväksynnän hakemisesta, ilmoitusten käsittelystä ja hyväksymispäätöksestä sekä eräistä viranhaltijoiden kelpoisuusehdoista. Uudet säännöt keventävät olennaisesti elintarvikeyritysten perustamiseen liittyvää byrokratiaa.

Muut asetukset voimaan 1.1.2012

Osana elintarvikelain muutoksen toimeenpanoa uudistettiin neljä maa- ja metsätalousministeriön hygieniasetusta, joissa annetaan tarkempia määräyksiä elintarvikealan hygieniavaatimuksista ja elintarvikevalvonnasta, sekä säädettiin uusi asetus elintarvikealan vähäriskisistä toiminnoista.

Asetukset ovat:

Asetus vähäriskisistä toiminnoista, Valtioneuvoston asetus eräistä elintarviketurvallisuusriskeiltään vähäisistä toiminnoista, 1258/2011

Alkutuotantoasetus, Maa- ja metsätalousministeriön asetus elintarvikkeiden alkutuotannon elintarvikehygieniasta, 1368/2011

Elintarvikehuoneistoasetus, Maa- ja metsätalousministeriön asetus ilmoitettujen elintarvikehuoneistojen elintarvikehygieniasta, 1367/2011

Laitosasetus, Maa- ja metsätalousministeriön asetus laitosten elintarvikehygieniasta, 1369/2011

Lihantarkastusasetus, Maa- ja metsätalousministeriön asetus lihintarkastuksesta, 1470/2011

Tämän lehden liitteenä (keskiaukeamallla) on kolme kirjoitusta, jotka valottavat elintarvikkeiden alkutuotantoa, elintarvikehuoneistoja ja laitoksia koskevia hygieniasäädäntöjä.

Luonnonvaraista riistaa koskeva kansallinen elintarvikelainsäädäntö on merkittävästi muuttunut. Muutoksia on kuvattu Metsästäjä-lehden 1/2012 artikkelissa "Myytkö riistanlihaa? Muista huomioida lainsäädäntö", Maaria Hackzell, MMELO. Kirjoitus on sähköisesti luettavissa:

<http://epaper01.mmd.net/pub/riista/index?lang=fi&issue=201201>

Lisätietoja

*Ruoka-Suomi teemaryhmän jäsen, eläinlääkintöylitarkastaja Joanna Kurki
Maa- ja metsätalousministeriö,
Elintarvike- ja terveysosasto*

Uudenlainen omavalvontatuote pienille ja keskisuurille elintarvikealan yrityksille

Omavalvontaa tietotekniikan avulla

Loimaalainen Trullivelho Oy on tuonut markkinoille tuotteen, joka helpottaa elintarvikealan omavalvontaa. Napsa-omavalvontasovellus on suunniteltu käyttäjän näkökulmasta ja sen tarkoitus on omavalvonnan helpottamisen lisäksi vähentää laiterikkoja, hävikkiä sekä kirjauksiin käytettävää aikaa.

Enää ei tarvita vihkoja, kansioita tai muita lippulappuja, sillä Napsassa kaikki on siististi samassa paketissa. Tapahtumahistorian tarkastelu on helppoa: parilla klikkauksella näkyy haluttu tapahtumasarja miltä tahansa ajanjaksolta, kertoo Trullivelho Oy:n toimitusjohtaja Mika Oborin.

Napsa valvoo ja hälyttää

Napsa muodostuu itsenäisestä laitteistosta ja siihen liittyvästä sovelluksesta. Laitteistoon kuuluu kannettava tietokone, varmistuslaite ja lämpötilavalvonnan langattomia antureita. Lisäksi tarvitaan gsm-liittymä hälytyksien välittämiseksi ilmoitettuihin matkapuhelinliittymiin. Sovellus on valmiiksi asennettu tietokoneelle, joten Napsan käyttöönotto sujuu nopeasti: asennetaan anturit, syötetään käyttäjätiedot ja halutut tehtävät. Sen jälkeen Napsa alkaa valvoa lämpötiloja näyttämällä antureista saatua reaaliaikaista tietoa kaaviona.

Napsa hälyttää ylittyvistä raja-arvoista ja sähkökatkoista tai muistuttaa määräaikaista tehtävistä. Hälytykset välittyvät tekstiviesteinä Napsaan syötettyihin gsm-numeroihin. Määritetyistä gsm-liittymistä voi myös lähettää kyselyn Napsalle esim. lämpötiloista. Vastaus tulee tekstiviestinä.

Napsa säästää aikaa ja rahaa

Napsa säästää kirjauksiin käytettyä aikaa ja samalla huolehtii tehtävien hoidosta muistuttamalla niistä. Napsan avulla myös yrityksen sisäinen informaatiokulku paranee. Rahaa säästyy, kun lämpötilavalvonnan käyrät näyttävät, missä kohteessa alkaa syntyä poikkeamia, jolloin poikkeamien syihin voi puuttua jo ennen kylmälaitteen rikkoutumista. Sähkön katkaisemisesta saatu hälytystekstiviesti voi pelastaa suuren määrän pakasteita tai muita tuotteita. Napsan aiheuttamat investointikustannukset tulevat nopeasti takaisin, takaa Oborin.

Napsa käyttöön

Napsa on suunniteltu helppokäyttöiseksi, mutta tarvittaessa saa käyttötukea. Napsa on hinnaltaan sopiva ja vuokrauskin on mahdollista.

Napsassa on itsenäinen laitteisto ja sovellus: ei ylläpitomaksuja eikä riippuvuutta Internetistä,



mikä lisää käyttöturvallisuutta. Laitteisto räätälöidään aina kunkin yrityksen tarpeiden mukaan. Asennus on nopea ja helppo, ja sen voi tarvittaessa tehdä myös myyjämme, toteaa Oborin.

Lisätietoja:

Trullivelho Oy, Kältintie 15, 32440 Alastaro
Mika@trulli.fi

"Lihaketju nousuun"

- eteläsavolaisen lihaketjun kehittämisseminaari

ProAgria Etelä-Savon Lihakas-hanke ja Helsingin yliopiston Ruralia-instituutin ILME-hanke järjestivät eteläsavolaisen lihaketjun kehittämisseminaarin torstaina 12.1.2012. Päivän anti oli runsas ja osallistuneet yrittäjät saivat paljon tietoa koko lihaketjusta.

Alkutuotannon näkymiä

Tilaisuudessa Outi Kiesilä ProAgria Etelä-Savosta kertoi eteläsavolaisen naudantuotannon nykytilasta, asiaa oli selvitetty Lihakas-esiselvityshankkeen kyselyllä. Kysely tehtiin 26 eteläsavolaiselle tilalle ja sen avulla selvitettiin mm. yrittäjien tarpeita tuotannon ja toiminnan kehittämiseen. Vastaajat kokivat kehittämismahdollisuuksina luomutuotannon, yhteistyön lisäämisen ja tuotannon tehostamisen.

Kannattamattomuuteen keinoja antoi Atrian Juha Ryhänen. Ryhänen painotti puheenvuorossaan oikean ruokinnan ja teurastusajan merkitystä. Yrittäjän on löydettävä kannattava tasapaino lihan tuotantokulujen ja lihasta saatavan tulon välillä.

Limousin-kasvattaja Joel Puhakainen Beeffi Oy:stä kertoi kuulijoille Nostetta naaraista -hankkeesta, jonka tavoitteena on luoda alkutuottajien ja teollisuuden välille toimivaa yhteistyötä. Lihatalo Snellmanin kanssa on markkinoille jo tuotu Limousin á la carte -tuotteita, joiden avulla kuluttaja tunnistaa rotulihaan helpommin. Hanke pyrkii myös takaamaan korkealaatuisille limousinnaaraille tasapuolisen hinnoittelun urosten kanssa.

Luomuraaka-aineesta pula

Ajankohtaisia näkymiä luomulihaan tuotannosta kertoi Arto Jokinen Pajuniemi Oy:stä. Jokinen toi puheenvuorossaan esiin huo- len raaka-aineen riittävyydestä, esim. koko Euroopassa on jo puutetta luomusianlihasta. Pajuniemi on kuitenkin vahvasti aikeissa laajentaa luomutuotteidensa valikoimaa niin sian- kuin naudan- ja lampaanlihatuotteissa.

Yritysten konsteja kannattavuuden parantamiseen

Heikki Manninen Roinilan lihatilalta kertoi teurastuttamisesta keinona lisätä myyntikannavia. Mahdollisuus pienteurastamon käyttöön ja sitä kautta tuotteiden suoramyyn- tiin voi olla lihantuottajalle kannattava ratkaisu. Roinilan lihatilan oma tuotanto teurastetaan tilalla, käsitellään ja jalostetaan tuotteiksi Roinilan Aromilihassa ja myydään kiertävien lihan myyntiautojen ja Aromiliha myymälän kautta.

Heidi Haajanen Kuvalan lihasta toi esiin tuotteiden hyvää laatua kilpailukeinona. Tuotteiden hyvä laatu takaa yrityksen hyvän maineen ja auttaa kilpailussa volyymituotteiden kanssa. Kuvalan tilalla teurastetut porsa- at markkinoidaan pihveinä, paisteina, suikaleina, jauhelihana ja makkaroina lähiseudun kaup- poihin.

Keittiömestarit Timo Leso ja Timo Hyöppinen kertoivat sisäelinten ja muiden vähemmän käytettyjen ruhon osien hyödyntämisestä.

Sisäelimille ei kysyntää juuri ole ollut, mutta ne olisivat käyttökelpoisia mm. annoksen li- sukkeena. Sen sijaan edullisempia lihanosia jo käytetäänkin melko paljon ja ne ovat myös maukkaita. Pitkään kypsytettyä härän rintaa löytyy jo usean ravintolan listalta. Päivän lo- puksi maisteltiin sisäelimestä tehtyjä tuotteita.

Päivä antoi kuulijoilleen paljon eväitä tule- vaisuutta varten ja tilaisuudessa saatiin näke- mys koko lihaketjun nykytilasta. Jatkossakin kannattaa vastaavanlaista mallia varmasti hyödyntää, jotta saadaan aikaan vuoropuhe- lua alkutuotannon ja loppukäyttäjien välille. Kehitetään siis elintarvikealaa yhdessä!

Päivän puheenvuoroja on kuultavissa ja nähtä- vissä osoitteessa www.luomu.fi/tietoverkko.

Riina Tuominen
Projektipäällikkö
Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti
riina.sh.tuominen@helsinki.fi

Lisätietoja myös:

Outi Kiesilä
Maito- ja naudatilaneuvoja
ProAgria Etelä-Savo
outi.kiesila@proagria.fi

Lihakas-esiselvityshanketta naudanlihan tuotannosta ja ILME – eteläsavolaisen elintarvikealan imagon parantaminen sekä lähi- ja luomuruoan käytön edistäminen 2009-11 -hanketta rahoittaa Etelä-Savon ELY-keskus Euroopan maaseudun kehittä- misen maatalousrahastosta.



Heidi Haajanen Kuvalan lihasta kertoi, että yritys sai Maakuntien Parhaat merkin ELMA-messuilla 2011 (vas.) ja Maisteltavaksi tilaisuudessa saatiin herkkuja naudan munuaisista ja maksasta puolukkachutneyn kera. (oik.)

Honkavaaran Perinnepiha Vuoden 2011 Karelia à la carte yritys

Pohjoiskarjalainen ruokamatkailuverkosto Karelia à la carte julisti vuoden 2011 yritykseksi Honkavaaran Perinnepihan Joensuun Pyhäselästä. Vuoden 2011 Karelia à la carte yritys on valittu runsaan 80 yrityksen keskuudesta. Honkavaaran Perinnepihan Tarja Lehikoinen on toiminnassaan tehnyt tunnetuksi Karelia à la carte brändiä ja kehittänyt aktiivisesti koko Karelia à la carte verkostoa. Yritys on sitoutunut Karelia à la carte arvoihin, joita ovat paikallisuus, karjalaisuus, omaleimaisuus, vieraanvaraisuus, luonto. Yritys on määrätietoisesti vuosikaudet vaalinut karjalaista ruokaperinnettä ja tehnyt hyvässä hengessä tiivistä yhteistyötä muiden yritysten kanssa ja käyttänyt ateriapalveluiden raaka-aineena lähialueen tuotteita. Yritys tunnetaan korkeatasoisesta ja iloisesta palvelusta sekä erinomaisen herkullisesta ruuasta!

Honkavaaran Perinnepihan maatila perustettiin Honkavaaralle jo 1600-luvulla. Pihapiirin vanhat rakennukset ovat 1800-luvun puolivälistä. Tilalla on toiminut kestäkievari, jossa Elias Lönnrot yöpyi runonkeruu- matkallaan.

Tilalla on ollut useita omistajasukuja. Nyt Toivasten tyttären tytär Tarja Lehikoinen emännöi tilaa. Tilalla on ollut myös useita torppareita. Viime sotien aikana Honkavaaralle maajoittui paljon sotilaita ja evakkoja. Tilalla toimi myös posti ja lennätin. Historiasta pulppuaa iloisia ja surullisia tarinoita, jopa kummitusjuttuja. Perimätieto kuiskuaa myös kätkeymistä aarteista. Vuonna 1990 pihan rakennukset jäivät tyhjilleen, ja ränsistyivät pahoin (mm. melkein kaikista rakennuksista katot romahtivat). Tarja Lehikoinen aloitti toivottomalta tuntuvan korjausurakan v. 1997 asuttuaan vuosikaudet ulkomailla. Pitoja alettiin järjestää tilalla vuonna 1999.

Vuonna 2007 Karelia à la carte vuoden yritys valittiin ensimmäisen kerran, jolloin valinta kohdistui Anita ja Heikki Ovaskaisen luotsaamaan Majatalo Puukarin Pysäkkiin Valtimolta.



Honkavaaran Perinnepihan yrittäjä Tarja Lehikoinen

Vuonna 2008 Karelia à la carte yritykseksi valittiin Tuoteankkuri Pyhäselästä.

Vuonna 2009 Karelia à la carte yritykseksi valittiin Mahevi Oy Polvijärveltä.

Vuonna 2010 Karelia à la carte yritykseksi valittiin Ravintola Kielo Joensuusta.

Karelia à la carte -verkosto on 20 -vuotias ruokamatkailuverkosto, johon kuuluu pohjoiskarjalaisia elintarvikealan yrityksiä, matkailuyrityksiä, juhlapalveluyrityksiä ja ravintoloita.

Lisätietoja:

ProAgria Pohjois-Karjala

Johanna Rinnekari

Puheenjohtaja, Karelia à la carte -verkoston valiokunta

Palvelupäällikkö, ProAgria Pohjois-Karjala

puh. 040 301 2441

johanna.rinnekari@proagria.fi

www.kareliaalacarte.fi

Honkavaaran Perinnepiha

Tarja Lehikoinen

puh. 050 575 4028

Rekivaarantie 22 Hammaslahti, Joensuu

www.honkavaaranperinnepiha.fi

Suomi toistaiseksi Pohjoismaiden kärjessä nimisuojuatuissa tuotteissa

Mitä yhteistä mahtaa olla ranskalaisten Roquefort-juustolla, italialaisten Prosciutto di Parma-kinkulla, kreikkalaisten Feta-juustolla ja suomalaisten Lapin Poron lihalla? Paljonkin, sillä ne kaikki ovat EU:n nimisuojuajärjestelmän piirissä ja ns. suojattuja alkuperänimityksiä (SAN).

Maataloustuotteille ja elintarvikkeille on itse asiassa kolme erilaista suojausjärjestelmää. Näistä kaksi (SAN, SMM) suojaa tuotteen valmistamisen ja/tai tuotannon sen perinteisellä maantieteellisellä alueella. Kolmas järjestelmä (APT) suojaa tuotteen perinteisen valmistusmenetelmän. Suomalaisista tuotteista SAN-suojaus on Lapin Puikulalla, Lapin Poron lihalla, Lapin Poron kuivalihalla ja Lapin Poron kylmäsavulihalla, SMM-suojaus Kainuun Rönttösellä ja APT-suojaus Sähdillä, Kalakukolla ja Karjalanpiirakalla. Euroopan unionissa on tällä hetkellä reilusti yli tuhat suojattua tuotetta ja määrä kasvaa tasaisesti koko ajan. Nimisuojuatuista tuotteista suurimman ryhmän muodostavat juustot, hedelmät ja vihannekset, liha ja lihajalosteet sekä oliiviöljyt.

Monista muista alkuperämerkinnöistä poiketen nimisuojuajärjestelmän nimiset EU:n alueella ja sopimusten kautta myös kolmansissa maissa. Suomessa on monia mielenkiintoisia elintarvikkeita, joiden markkinat voisivat hyvin olla kansainvälisiä. EU:n nimisuojuajärjestelmän tuomaa lisäarvoa mm. vientinäkökulmasta ei Suomessa ole kuitenkaan hyödynnetty kovin paljon. Suhteutettuna

nimisuojuattujen tuotteiden kokonaismäärään Suomen 8 tuotetta vaikuttaa suhteellisen vähäiseltä verrattuna esimerkiksi kärkipaikkaa pitävään Italiaan, jolla on 227 nimisuojuattua tuotetta. Pohjoismaissa Suomi pitää kuitenkin toistaiseksi kärkipaikkaa.

Tietoisuus nimisuojuajärjestelmästä on maassamme puutteellista. Tuottajat eivät ole saaneet nimisuojuatuistaan korkeampaa hintaa, mikä voi olla osasy syy kiinnostuksen vähäisyyteen. Tällä hetkellä varsin harvat tuottajat Suomessa käyttävät nimisuojuajärjestelmää, vaikka se olisi mahdollista ja he olisivat siihen oikeutettuja. Jakelukanavien vähyyden ja tuotteiden marginaalisuuden vuoksi nimisuojuajärjestelmä on vielä melko tuntematon myös suomalaisille kuluttajille. Vain Karjalanpiirakka ja Lapin puikulaperuna ovat päässeet kansallisiin jakelukanaviin, kun suurin osa nimisuojuatuista on lähinnä omalla paikallisella alueella myytäviä erikoisuuksia. EU:n nimisuojuajärjestelmä nähdään kuitenkin laatu-merkkinä, ja ilahduttavan usein ulkomaiset matkailijat tunnistavat sen.

Nämä tekijät ovat nousivat esiin haastatteluaineistosta, jota kerättiin Helsingin yliopiston Ruralia-instituutin Mikkelin yksikön toteuttamassa ja maa- ja metsätalousministeriön osarahoittamassa tutkimuksessa *EU:n nimisuojuajärjestelmä tutuksi*. Vastaavaa tutkimusta ei ole Suomessa aiemmin tehty. Aiemmat tieteelliset julkaisut nimisuojuatuista tuotteista koskevat lähes pelkästään SAN- ja SMM-merkittyjä tuotteita, sillä Euroopassa APT-

merkittyjä tuotteita on suhteellisen vähän. Tutkimusaineistoon perustuen on valmistunut opinnäytetyö vuoden 2011 lopulla.

Osoitukset tuotelaadusta, kuten nimisuojuajärjestelmän nimiset, saattavat olla yhä tärkeämmässä roolissa kuluttajien ostokäyttäytymisessä. Etenkin muualla Euroopassa yhteys maantieteelliseen sijaintiin nähdään usein osoituksena elintarvikkeiden laadusta sekä takuuna alkuperästä, raaka-aineista, tuotantomenetelmistä sekä yksittäisen tuotteen aistinvaraisista piirteistä. Nimisuojuajärjestelmän uskotaan kasvattavan suosiotaan tulevaisuudessa myös Suomessa ja uusia nimisuojuatuja voisi löytyä esimerkiksi leipä- ja kalatuoteryhmistä.

EU:n nimisuojuajärjestelmää elintarvikkeille hyödynnetään EU-maissa laajasti mm. ruokamatkailussa. Maukas, ainutkertainen ja paikallinen ruoka sekä elintarvikkeet ovat keskeinen osa matkailuelämystä. EU:n nimisuojuajärjestelmän kautta kaikkia näitä asioita on mahdollista viestiä kuluttajille objektiivisesti ja tunnustetusti. Ruoka on siis viestintää; se on osa alueen luomaa mielikuvaa ja brändiä asiakkaille.

Kun Pohjois-Euroopassa suositaan elintarvikkeiden osalta taloudellista tehokkuutta, Etelä-Euroopassa painotetaan enemmän alueellisia, sosiaalisia ja kulttuurillisia tekijöitä. Etelä-Euroopassa alueelle ominainen ruokaperinne onkin helposti tunnistettavissa mm. tuotteiden nimien perusteella, sillä nimissä on usein maantieteellinen kytkös.



Suojattu alkuperänimitys (SAN)



Suojattu maantieteellinen merkintä (SMM)



Aito ja perinteinen tuote (APT)

Nimisuojajärjestelmän avulla voitaisiinkin rakentaa alueen symbolista arvoa ja osoittaa, että ruoka on aidosti osa suomalaista ja paikallista kulttuuria.

Nimisuojattujen tuotteiden rekisteröintejä ja rekisteröityjä hakemuksia voi seurata EU:n DOOR-tietokannasta. Euroopan Unionilla on tavoite luoda myös tietokanta, josta on saatavissa tietoa nimisuojattujen tuotteiden tuotannosta, hinnoista ja nimisuojan tuomasta taloudellisesta hyödystä. Helsingin yliopiston Ruralia-instituutti järjestää yhdessä Hämeen ammattikorkeakoulun kanssa valtakunnallisen ja kaikille avoimen Nimisuojaseminaarin ke 13.6.2012 Hämeenlinnassa. Seminaarin tavoitteena on antaa monipuolisesti tietoa nimisuojajärjestelmästä niin tutkimustiedon kuin käytännön kokemusten näkökulmasta.

*Marjo Särkkä-Tirkkonen, erikoissuunnittelija, ETM
Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti*

*Mona Turpeinen, ETM
Helsingin yliopisto, Maatalous -
metsätieteellinen tiedekunta
Taloustieteen laitos/Elintarvike-ekonomia*

*Maija Heinonen, neuvotteleva virkamies
Maa- ja metsätalousministeriö*

Lisätietoa nimisuojasta:

Komission sivut:

http://ec.europa.eu/agriculture/foodqual/quali1_fi.htm

DOOR:

<http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html>

MMM:n sivut:

<http://www.mmm.fi/nimisuoja>

Kansallinen menekinedistämisyjärjestelmä:

<http://www.mavi.fi/fi/markkinatuet/menekinedistaminen.html>

EU:n menekinedistämisyjärjestelmä:

http://ec.europa.eu/agriculture/prom/index_en.htm



Lukumääräisesti suurimpia tuoteryhmiä nimisuojaajärjestelmässä ovat juustot. Niitä oli hyvin esillä 5. kertaa järjestetyssä, nimisuojaateemaan keskittyvässä Food Quality Forumissa marraskuun lopulla 2011 Brysselissä. Kuva: Marjo Särkkä-Tirkkonen.

Elintarvikealan kilpailukyky kasvuun Itämeri-yhteistyön tulokset apuneuvoksi

Itämeren alueen elintarvikealan Baltfood-yhteistyöprojekti tuotti runsaasti sovelluskelpoista teknologia- ja markkinatietoa. EU:n tukeman projektin rahoitus päättyi tammikuussa 2012, mutta projektin tulokset ja alan liiketoiminnan kehittämisen tueksi luodut työkalut ovat jatkossakin yritysten ja tutkimuksen hyödynnettävissä.

Yksi kolmivuotisen Baltfood-yhteistyön painopistealueista oli ruokatrendien tutkimus. Sen tuloksena mm. tunnistettiin nykypäivän tärkeimmät megatrendit: terveys, kestävä kehitys ja identiteetin osoittaminen. Elintarvikealan muutosten ja ravitsemuksellisten trendien seurantaan projektissa kehitettiin verkkotyökalu, TrendWiki.

Projektissa perustettuun Baltfood T&K-verkostoon kuuluu kolmekymmentä tutkimus- ja kehittämiskeskusta Itämeren alueella. Verkoston kautta yritykset voivat esimerkiksi etsiä kumppaneita prosessien parannushankkeisiin tai avustajia tuotteiden markkinoille saattamiseen. Kasvuun ja

uusille markkinoille tähyävät yritykset voivat hyödyntää myös Baltfood-tutkimusten muun muassa Venäjän, Valkovenäjän ja Ukrainan markkinoista tuottamaa tietoa.

Baltfood Akatemia puolestaan perustettiin tarjoamaan elintarvikealalle ajasta ja paikasta riippumatonta verkkokoulutusta ajankohtaisista teemoista. Akatemian virtuaalisessa luentosalissa voi myös keskustella kansainvälisten kollegojen kanssa elintarvikelainsäädännön tai kuluttajakäyttäytymisen kansallisista eroista.

Ruoka-Suomi -teemaryhmän erityisasiantuntija **Heidi Valtari** Turun yliopiston koulutus- ja kehittämiskeskus Braheasta toivoo projektin tuloksia hyödynnettävän aktiivisesti.

– Itämeri-yhteistyön tuottamasta tiedosta riittää vielä pitkään ammennettavaa myös suomalaisille pk-yrityksille ja muille alan toimijoille. Pidän hyvinä myös mahdollisuuksia lähivuosina uusien sisältöjen tuottamiseen ja uudenlaisten yhteistyömuotojen kehittämiseen, arvioi projektiin aktiivisesti osallistunut Valtari.

Yhteistyö jatkuu – elintarvikkeet alueen vahvuudeksi

Baltfood-yhteistyössä mukana olleista maista Suomi, Saksa, Tanska ja Liettua ovat sopineet yhteistyön jatkamisesta saumattomasti. Työtä koordinoimaan on perustettu Baltfood-sihteeristö, joka ylläpitää projektin aikana luotua Itämeren alueen ruokasektorin tiede-, yritys- ja julkisia yhteisöjä palvelevaa tutkimus- ja kehitystoiminnan verkostoa.

Sihteeristöpäämääränä on vahvistaa Itämeren aluetta ruoka-alueena. Yhtenä tavoitteena on nostaa ruoka ja elintarvikkeet merkittävään asemaan kannattavaa, kilpailukykyistä ja kestävää toimintaa tuottavalla Itämeren alueella ja sen kehittymiseen vaikuttavissa linjauksissa.

Tarkemmin työkaluista ja sisällöistä englanniksi www.baltfood.org – project results ja suomeksi www.ruokasuomi.fi – oppaat ja ohjeet



The collage displays various outputs of the Baltfood project. It includes screenshots of the TrendWiki platform, which tracks food trends and provides market insights. It also shows materials from Baltfood Akatemia, an e-learning platform for food industry professionals, and Baltfood Market Access, a tool for discovering growth opportunities in new markets. The materials are presented in both Finnish and English, highlighting the project's international focus.

Varsinaissuomalaiset makeiset ja ohrapuuro maistuivat Grüne Woche -messuilla Berliinissä

Varsinaissuomalainen elintarvikeosaaminen esittäytyi Grüne Woche - messuilla Berliinissä kun Turun yliopiston koulutus- ja kehittämiskeskus Brahean koordinoima LounaFood – Aitoa Makua Varsinais-Suomesta -hanke esitteli maakunnan elintarvikeosaamista Euroopan komission maaseutuverkoston osastolla tammikuun lopussa. Sunnuntai 22.1 oli EU:n osastolla nimetty Suomi-päiväksi ja teemaksi pienelintarvikeyritys. Lounafoodin toimintatavat ja tavoitteet sopivat päivän teemaan verraten hyvin sillä hankkeen ensisijaisena tavoitteena on nostaa esille maakunnan pienet ja keskisuuret elintarvikealan yritykset ja heidän tuotteensa.

Esimerkkinä LounaFoodin ja pienten yritysten välisestä yhteistyöstä EU:n kutsumana Suomi-päivänä osastolla esittäytyivät myös pöytätyöläiset pienyritykset; Makeidonin makeistehdas ja Riihipuodin mylly. Suomalainen osaaminen sai ystävällisen ja tervetulleen vastaanoton ja Makeidon makeiset sekä Riihipuodin ohrapuuro maistuivat hyvin messuyleisölle. Makeidonin Kirsi Hirvensalo ja Riihipuodin Anni Saari kokivat tilaisuuden osallistua messuille varsin antoisana kontaktien solmimisen kannalta. Runsaslukuisen saksalaisyleisön tavoittaminen Grüne Wochella herättää siinä määrin kiinnostusta kummassakin yritysässä, että osallistumista ensi vuoden messuille mietitään ihan tosissaan.

Kansainväliset Grüne Woche - messut järjestettiin tänä vuonna 77.kerran ja messuilla oli tänäkin vuonna esillä paitsi ruokaosaamista ja makuelämyksiä ympäri maailman niin myös puutarha- ja maatalousalan koneita ja tarvikkeita sekä koti- ja lemmikkieläimiä. Viime vuonna Grüne Woche - messuilla oli mukana yli 1600 näytteilleasettajia 57 maasta sekä noin 415 000 vierailijaa.

Lisätietoja:

Sanna Vähämiko

Lounafood - aitoa makua Varsinais-Suomesta

Turun yliopiston koulutus- ja kehittämiskeskus Brahea

sanna.vahamiko@utu.fi

<http://www.lounafood.net>

<http://www.facebook.com/pages/LounaFood/309890295719118>

LounaFood/309890295719118



Kuluttajat arvostavat läpinäkyvyyttä ja jäljitettävyyttä

Vastuullisuus liikkuu vahvana teemana keskusteluissa näinä aikoina. Elintarvikekehityksen OSKE-klusterin vuoden 2011 kärkiteemana oli vastuullisuus elintarvikeketjussa. Muiden toimenpiteiden ohessa kysimme kuluttajilta, mitä asioita heille tulee mieleen vastuullisuudesta. Hyvin vahvasti esiin nousi tarve tietää, mistä tuote on lähtöisin, miten sitä on käsitelty ja millainen yritys sen on valmistanut. Esimerkkejä tiedon saatavuudesta löytyy kananmunaketjusta ja luomutuomijoiden tarkastusmerkin kohdalla. Viimeisin näkyvä ulostulo tätä kirjoitettaessa on Atria Suomen broileriketjun tuottajien esiintuominen tuotepakkauksissa.



Kuva: Jussi Koivunen/Studio Koivunen Oy

Foodwestillä on mietitty sitä, miten muissakin ketjuissa voitaisiin saada kuluttajan ulottuville lisää tietoa tuotteen elinkaaren ajalta joko tuotepakkausten, verkkosivujen tai muun viestinnän kautta. Syksyn 2011 Laatuketjuhakuun tehtiin hankehakemus avustuksen saamiseksi mallien kehittämiseen ja laajan yritysjoukon informointiin mahdollisuuksista toteuttaa läpinäkyvyyttä ja jäljitettävyyttä erilaisten yritysten toiminnassa. Hanke hyväksyttiin rahoitettavaksi ja käytettävissä on nyt maan laajuinen resurssi mikro- ja pk-yritysten kanssa tehtävään työhön. Hankkeen virallinen nimi on ”Läpinäkyvyys ja jäljitettävyys pienten yritysten tuotestrategioissa”. Toiminta käynnistyy kevään aikana ympäri maata ja jatkuu vuoden 2013 loppuun saakka. Aktiivista yhteydenottoa toivotaan eri tahoilta, joko alueellisen Ruoka-Suomi-toimijan kautta tai suoraan Foodwest Oy:lle.

Ohjelmapäällikkö Salme Haapala
Foodwest Oy
puh. 040 585 1772
salme.haapala@foodwest.fi
www.foodwest.fi
www.elintarvikekehitys.fi

Vuoden Luomutuote -kilpailu 2012

Luomuliiton sivuilla voi nyt osallistua Vuoden Luomutuote -kilpailuun. Ilmoittautumisaikaa on 14.2. saakka. Voittaja julkaistaan 14.3. ”Luomulla lisäarvoa ammattikeittiöille” -Luomupäivän yhteydessä Gastro -messuilla Helsingin messukeskuksessa. Luomupäivän kunniaksi kilpailussa on ensimmäistä kertaa kaksi sarjaa: tuotteet kuluttajille ja ammattikeittiöille. Kilpailulla halutaan tuoda esille suomalaisia luomu-uutuuksia. Lisätietoja sekä kilpailusta että 14.3. seminaarista ja ilmoittautumiset: www.luomuliitto.fi

Liiketoimintasuunnitelmasta tukea yrityksen perustamiseen

Yritysten ensimmäiset elinvuodet ovat niille tunnetusti vaikeinta aikaa ja liiketoimintasuunnitelma on korvaamaton tuki yrittäjän kokemien haasteiden läpikäymisessä. Elintarvike-ekonomian Pro gradu tutkielmassani Helsingin yliopiston Taloustieteen laitokselle tutkittiin liiketoimintasuunnitelman toteutumista. Tutkimus kohdennettiin yhden maakunnan alueen yrityksiin, jotka kaikki toimivat samalla alalla. Tutkielmassa pyrittiin selvittämään mitkä kohdat liiketoimintasuunnitelmassa kaipaisivat lisähuomiota ja onko joihinkin kohtiin keskitytty mahdollisesti tarpeettoman paljon.

Liiketoimintasuunnitelmaa laadittaessa olisi aina hyvä muistaa ettei yksi suunnitelman osio menisi muiden edelle. Yrityksen elinkaaren aikana yrittäjä joutuu käsittelemään jokaista suunnitelmaan kirjoitettua asiaa. Yritys ei ole perustamisen jälkeen valmis, vaan se kehittyy ja muuttuu omassa toimintaympäristössään. Kuten tutkimuksen yrityksissä oli tehty, on hyvä luoda suunnitelmaa mielessä ennen sen kirjoittamista paperille. Yrittäjä saattaa myös suunnitelmaa pohtiessaan havaita uusia mahdollisuuksia asioiden toteuttamiseen. Avun käyttäminen liiketoimintasuunnitelman kirjoittamisessa yhdisti kaikkia tutkimuksen yrityksiä. Suurin avuntarve koettiin rahoitus- ja taloussuunnitelmien teossa. Liiketoimintasuunnitelmissa selkeästi eniten painoarvoa oli saanut rahoituksen suunnittelu. Se on tämän kaltaisissa yrityksissä hyvin tyypillinen piirre, kun kyseessä on pienet yritykset ja investointeihin tarvitaan rahaa heti alussa. Potentiaaliin asiakasryhmiin olisi ollut syytä lähes kaikissa suunnitelmissa kiinnittää enemmän huomiota. Markkinoiden tutkiminen oli jätetty oman alueellisen tuntemuksen varaan lähes täysin. Mahdollisia muutoksia tulevaisuudessa olisi myös ollut hyvä pohtia laajemmin.

Yrittäjien olisi hyvä suunnitelmaa kirjoittaessaan perehtyä hieman syvällisemmin alueen markkinoihin. Asiakkaat luovat yrityksen kassavirran, joten tämä on todella huomion arvoinen asia suunnitelmissa. Myös kilpailijoiden tunteminen on tärkeää. Toimialan yritysmäärien ja esimerkiksi liikevaihdon selvittäminen on helppoa, eikä vie paljoa aikaa, mutta on arvokasta tietoa yrittäjälle.

Lisätietoja
Juha Jurmo, ETK
juha.jurmo@helsinki.fi

Päijät-Häme mitalit 2011 lähiruualle

Päijät-Häme -mitalit 2011 luovutettiin 2.12.2011 Lahden Taidemuseolla pidetyssä Vellamon maakuntajuhlissa. Tämänvuotiset valinnat osuvat erityisen hyvin ajanhermolle.

Vuoden 2011 mitalien saajia yhdistää sama yhteinen teema: Lähiruoka.

Vuonna 2011 Päijät-Häme-mitalin saajia oli 2 kpl ja ne edustavat lähiruokaa, erityisesti lähiruokakauppaa. Kyseessä ovat siis perinteinen lähiruokaa myyvä kauppa- ja ravintola sekä moderni uuden ajan lähiruokaa ja lähituotteita myyvä kauppa- ja ravintola.

Päijät-Häme on laajasti tunnettu ja arvostettu lähiruokaosaamisesta. Lähiruuan ja lähituotteiden tuottajat, viljelijät, valmistajat ja jatkojalostajat ovat merkittävä ryhmä erilaisia erityisosaajia, jotka tuottavat laadukasta lähiruokaa pöytiimme. Mutta ilman myyntikanavia ei hyväkään tuote löydy asiakkaalle. Vuoden 2011 Päijät-Häme -mitalit myönnettiin tahoille, jotka kumpikin omilla tahoillaan ja tavoillaan tekevät mahdolliseksi lähituotteiden päätyksen ruokapöytiimme.

Päijät-Häme-mitali nro 33 luovutettiin Lahden Kauppahallille

Lahden Kauppahalli on perustettu vuonna 1922. Lahden Kauppahalli edustaa perinteistä ja aitoa lähiruokakauppaa parhaimmillaan. Kauppahallissa, torin vieressä on myyty lähiruokaa jo vuosikymmeniä ennen kuin lähiruoka -terminä oli edes keksitty. Mielenkiintoista on, että esim. kauppahallissa kaikkien tuntema Lihaliike A.O. Vuorinen on myynyt lähilihaa jo 89 vuoden ajan.

Mitalin ja siihen liittyvän kunniakirjan vastaanottivat kauppias Jarkko Laaksonen Lihaliike A.O. Vuorinen Oy:stä ja kauppias Ari Seppälä Salpausselän Kalasta.

Päijät-Häme -mitali nro 34 luovutettiin HEILA -lähiruokatorille

HEILA -lähiruokatori Heinolassa edustaa uuden aikakauden lähimyyntikonseptia. HEILA on tehnyt alalla pioneerityötä; HEILA on ensimmäinen lähiruokaa ja lähituotteita myyvä tavaratalomuotoinen myymälä Suomessa. Se perustettiin vuonna 1998, jonka jälkeen lähiruokabuumi lähti nousuun. Perustajina olivat lähituotantoon keskittynyt tuttu pariskunta Benjamin maatilatorilta Eila ja Ismo Eerola sekä Pihamaan Puutarhatilalta tuttu pariskunta Janne ja Titta Pihamaa. HEILAn toiminnassa juuria ja kasvoja tuotteiden takana on pidetty erittäin tärkeänä ja toiminnoissa on viety eteenpäin suomalaisen ruuan ja pientuotannon ilosanomaa. Mitalin ja siihen liittyvän kunniakirjan vastaanottivat yrittäjät Eila Eerola ja Titta Pihamaa.

Lähde: Päijät-Hämeen Liiton tiedote

Lisätietoja: toimisto@paijat-hame.fi

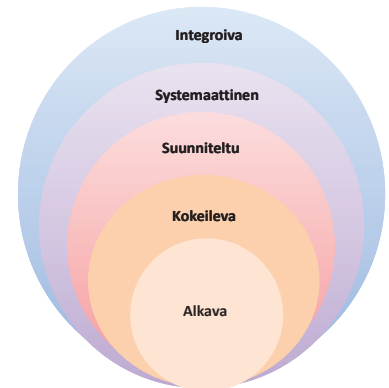
Pienet elintarvikeyritykset kansainvälisille markkinoille

IBFOOD, kansainvälistymismalleja pienille elintarvikeyrityksille, on Tekesin SAPUSKA -ohjelmaan kuuluva projekti, jonka keskeisenä tavoitteena on auttaa pieniä elintarvikeyrityksiä rakentamaan kasvupolkuja kansainväliseen liiketoimintaan ja tunnistamaan omat kansainvälistymisen mahdollisuudet valitulle markkina-alueelle. Oulun yliopiston Taloustieteen tiedekunnan johtamisen ja kansainvälisen liiketoiminnan yksikön toteuttama projekti alkoi 1.7.2010 ja päättyi keuhäällä 30.04.2012. IBFOOD -hankkeessa on ollut mukana pieniä pohjoissuomalaisia yrityksiä, kuten Maustaja, Vihiluodon Kala ja Ruokapohjola. Projektissa on mm. tehty opinnäytetyöt liittyen Saksan luomumarkkinoihin sekä tapahtumamarkkinointiin. Elintarvikeyritysten laatujärjestelmät ja vaatimukset kestävän kehityksen mukaiselle toimitusketjulle ovat lisäksi olleet tutkimuksen teemoja.

Pienten yritysten keskeisiä kansainvälistymisen esteitä ovat vähäiset resurssit ja osaaminen sekä vaikeus saada tietoa, joka vastaa yrityksen tarpeita. Vaikka suomalaisilla tuotteilla olisi kysyntää, ongelmaksi muodostuu pieni tuotantovolyymi, mikä estää tuotteiden kansainvälisen markkinoinnin perinteisiä myyntikanavia käyttäen. IBFOOD -projektin tavoit-

teena on ollut tutkia vaihtoehtoisia tapoja kansainvälistyä. Esimerkiksi suoramyynä kulluttajille tapahtumissa kuten Keski-Euroopan joulumarkkinoilla voisi olla potentiaalinen tapa tehdä kansainvälistä kauppaa ja tuoda esille suomalaisia elintarvikkeita. Pk-yritykset kuitenkin tarvitsevat ulkopuolista – paikallista tai valtakunnallista – tukea osallistukseen kansainvälisiin tapahtumiin. Myös verkottuminen niin kotimaassa kuin ulkomailla on erittäin tärkeää pienille yrityksille. Sopivan viennin välikäden tai paikallisen kumppanin löytäminen kohdemarkkinoilta näyttää olevan onnistumisen perusedellytys.

Kansainvälistyäkseen pieni yritys tarvitsee lisäresursseja ja osaamista, mutta usein myös omien asenteidensa ja toimintatapojensa muuttamista. IBFOOD -hankkeessa on käytetty kehittämäämme IBAM-mallia, joka on kansainvälisen liiketoiminnan systemaattiseen arviointiin ja kehittämiseen soveltuva työkalu erityisesti pienille ja keskisuurille yrityksille. Työkalu on soveltunut hyvin myös elintarvikealan yritysten arviointiin. IBAM sisältää mittariston, jonka avulla yrityksen kansainvälisen liiketoiminnan kyvykkyydet voidaan tunnistaa, arvioida ja raportoida. Yrityksen kansainvälistymisessä voi olla viisi tasoa, jotka on esitetty



Kuva: Pk-yrityksen kansainvälistymisen vaiheet

oheisessa kuvassa. Toistaiseksi pienet elintarvikeyritykset ovat tyypillisesti olleet joko kansainvälistymisensä alkavassa tai kokeilevassa vaiheessa.

Lisätietoja IBFOOD -projektista:

Ulla Lehtinen,
ulla.lehtinen@oulu.fi
puh. (08) 553 2926

Ruoansulatus ja ravitsemus 4 op

Ruoansulatus ja ravitsemus -opintojaksolla (4 op) perehdytään ruoansulatuselinten toimintaan sekä ravitsemustieteen perusteisiin ja käytännön sovellutuksiin. Opintojakso kuuluu Turun yliopiston lääketieteellisen tiedekunnan opintoihin, ja se järjestetään avoimena yliopisto-opetuksena huhti-toukokuussa 2012. Opintojakso sopii kaikille lääketieteestä ja ravitsemustieteestä kiinnostuneille. Opintoihin voi osallistua pohjakoulutuksesta ja siitä riippumatta. Opintojakson voi hyväksyttää osaksi lääketieteen lisensiaatin tutkinnon keskeisiä opintoja Turun yliopiston lääketieteellisessä tiedekunnassa.

Opintojakson sisältö:

- * ruoansulatuselimistön toiminta
- * ravintofysiologian perusteet
- * ravinnontarve ja ravitsemussuositukset
- * ravinnon saannin selvittäminen
- * terveen ihmisen ravitsemuksen ja ravitsemusohjauksen keskeiset ja ajankohtaiset haasteet
- * henkilökohtaisen ruokapäiväkirjan pito ja laskenta

Lisätietoja:

suunnittelija Jenni Heinonen
puh. (02) 333 6489
jenni.heinonen@utu.fi



Kuluttajan arvot vaikuttavat makukokemukseen

Viime vuosina ruoan kuluttamiseen liittyvien arvojen, kuten terveellisuuden, turvallisuuden ja eettisyyden, yhteiskunnallinen ja taloudellinen merkitys on vahvistunut. KTM Rami Paasovaaran markkinoinnin alaan kuuluvassa väitöstutkimuksessa analysoidaan, miten arvot ohjaavat kuluttajien ruokatuotekokemuksia.

Tutkimuksen mukaan kuluttajan arvot eli yksilön elämän tärkeät periaatteet/päämäärät eivät yksiselitteisesti ohjaa ruoan valintakäyttäytymistä. Vaikka toisistaan poikkeavat arvot vaikuttaisivat eri tavalla ruoan aistinvaraiseen kokemiseen, tuoteasenteisiin tai valintamotiiveihin, monien tavallisten ruokatuotteiden, kuten ruisleivän, kohdalla valintapäätös ei näytä suoranaisesti pohjautuvan kuluttajan arvoihin.

Tuotekohtaisista miellelyhtymistä johtuen tiettyä arvoa korostava informaatio voi vaikuttaa kuluttajien ruokatuotteen kokemiseen joko vahvistavasti tai heikentävästi. Esimerkiksi terveellisyttä painottavalla viestillä havaittiin olevan turvallisuusviestiä positiivisempi vaikutus spelttipuuron kokemiseen, kun taas turvallisuutta painottavalla viestillä oli terveellisyysviestiä positiivisempi vaikutus tyrnimehun kokemiseen.

Ruokabrändillä havaittiin olevan merkitystä siihen, miten kuluttajan arvot vaikuttavat ruoan maun kokemiseen.

– Tunnetun brändin positiivinen vaikutus makukokemukseen voi kumoutua, jos kuluttajan arvot eivät ole sopusoinnussa brändimielikuvien kanssa, kertoo Paasovaara.

Ymmärrys siitä, että kuluttajat ja varsinkin erilaiset kuluttajaryhmät liittyvät sekä ruoan brändiin että sen tuotemuotoon ja raaka-aineeseen erilaisia merkityksiä, tehostaa markkinoinnin suunnittelua ja tuotekehitystä.

– Kun ruokabrändiä kyetään markkinoimaan kohderyhmää kiinnostavilla ominaisuuksilla, kuluttaja voi joustaa ruoan mausta, Paasovaara jatkaa.

Kahdessa kokeellisessa kuluttajatutkimuksessa mitattiin ruokamotivaatioita, tuoteasenteita ja -mielikuvia, ostoaikomuksia, makukokemuksia ja todellisia ruokavalintoja kuluttajien arvojen aktivoinnin jälkeen. Koetilanteissa oli arvioitavana useita erilaisia ruokatuotteita. Erityisesti toisilleen vastakkaisten arvojen, hedonismin ja perinteisyyden, vaikutukset olivat tarkasteluiden kohteena.

Julkaisun tilaukset ja pdf: <http://www.uwasa.fi/julkaisusarjat/luettelo/?julkaisu=659>

Maataloustuotteiden markkinoinnin ja tuotannon kehittäminen vuonna 2012

Maa- ja metsätalousministeriö myöntää avustusta laajoihin valtakunnallisiin maataloustuotteiden markkinoinnin ja tuotannon kehittämishankkeisiin, joissa painottuu tietämys laadukkaista maataloustuotteista, ruokakulttuuri tai terveelliset ruokailutottumukset sekä näihin kokonaisuuksiin liittyvä tiedonvälitys. Ns. maataloustuotteiden markkinoinnin ja tuotannon kehittämishankkeisiin voi hakea avustusta maa- ja metsätalousministeriöstä syksyisin. Avustuksen saajina voivat olla yritykset ja muut yhteisöt. Vuonna 2012 avustusta saavista hankkeista on tietoa osoitteessa: http://www.mmm.fi/fi/index/etusivu/maatalous/tuet/markkinoinnin_kehittaminen.html

Elintarvikeketjun kehittäminen vuonna 2012

Maa- ja metsätalousministeriö myöntää avustusta Elintarvikeketjun kehittämiseen. Vuonna 2012 rahoitettavilla hankkeilla edistetään todennettavan jäljitettävyyden ja vastuullisuusjärjestelmän kehittämistä tuoteryhmäkohtaisesti, parannetaan ammattikeittiöiden hankintaosaamista terveellisten ja turvallisten sekä kestävyttä edistävien valintojen, kuten kasvis-, luomu- ja sesonkiruoan, lisäämiseksi, lisätään erityisesti nuorten tietämystä ruokaketjusta ja sen vaikutuksista työllisyyteen, huoltovarmuuteen, ympäristöön ja ruoan laatuun sekä nostetaan ruoan ja ruoantekijöiden arvostusta julkisissa ruokapalveluissa. Hankeavustuksen saajina voivat olla rekisteröidyt yhdistykset ja järjestöt sekä yritykset, tutkimuslaitokset, valtion viranomaiset ja muut julkisyhteisöt. Vuonna 2012 avustettavista Elintarvikeketjun kehittämishankkeista on tietoa (suomeksi ja ruotsiksi) osoitteessa: www.laaturketju.fi => Hankkeet => Vuoden 2012 hankkeet.

Meillä tehdään mestarikokkeja!

Vuodesta 1994 lähtien olemme johdattaneet iloisia amatöörejä ja alan ammattilaisia keittotaidon ihmeelliseen maailmaan. Tule meille kokkaamaan yksin tai oman seurueesi kanssa. Tai anna meidän kokata sinulle. Valinta on sinun!

Kokkikurssit pidetään tiloissamme Helsingin Uudenmaankadulla tai Lempäälässä idyllisessä Ravintola Villa Hakkarissa.

Kokkausteemoja on monia mm.

Italia, Välimeren maiden ruokia, Suomalaista kansainvälisesti, Sushi liekitys, kalakurssi ym. mahtavia teemoja.

Voit pitää joko kokopäivän kestävän kokouksen tiloissamme ja jatkaa iltaa kokkailun merkeissä tai tulla kokkaamaan lounasta tai illallista.

Anna lahjaksi unohtumaton elämys!

Palkitse itsesi tai osta lahjaksi lahjakortti Kulinaariseen Instituuttiin kokkaamaan.

Valitse joko lyhyt ja tehokas 3 tunnin Kokkauspaja tai nauti koko päivän kestävällä Teemakurssilla. Lisätietoja löydät nettisivuiltamme www.kulinarineninstituutti.fi

Helsingin Kulinaarinen Instituutti

Uudenmaankatu 7 B

00120 Helsinki

Puh. (09) 6811 7212

toimisto@kulinarineninstituutti.fi

www.kulinarineninstituutti.fi



Kainuulainen Lähiruoka -hankkeen vuosi 2011

Vuosi 2011 oli ollut täynnä isoja ja pienempiä edistysaskeleita lähiruoan osalta. Vuoden alusta liikkeelle lähtenyt yhteistyö ravintola Toreron kanssa alkoi lähiruokalounaalla, saaden seurakseen lähiruoka-aamiaisen ja -pikkujoulun. Elokuussa olimme seitsemän kainuulaisen yrityksen kanssa esittelemässä maakuntamme makuja Herkkujen Suomi-tapahtumassa Helsingissä.

Syksyn myötä lähiruokapiiri aloitti Kajaanissa toimintansa. Tätä kautta yli 90 kuluttaja-asiakasta on tehnyt ruokaostoksiaan saaden tuotteita suoraan tuottajilta. Syyskuussa vietimme hankkeen ideoimaa Lähiruokaviikkoa ja haastoimme mukaan myös muiden maakuntien toimijoita. Aktivoimme kaupat, ravintolat, julkisen ruokahuollon sekä kuluttajat käyttämään enemmän lähiruokaa sekä veimme lähiruoka-näkyvyyttä koko Kainuuseen. Teemaviikossa mukana oli neljä kuntaa, 20 vähittäiskauppaa, ravintoloita sekä useita kehittäjätahoja.

Kesästä joulukuun saakka Radio Kajaus teki kainuulaisista tuottajista sekä lähiruokatoimijoista radiojuttusarjaa. Myös paikallislehti KotiseutuPlus julkaisi Kainuulaista Lähiruokaa -palstaa. Molemmissa medioissa toimimme esille laajasti eri tahoja ja tuotteita lähiruoan puitteissa.

Lisäksi olemme teetättäneet useita selvityksiä sekä olleet mukana monissa tapahtumissa ja järjestämässä tilaisuuksia, joissa on viety lähiruoka-sanomaa eteenpäin. Seuraa blogiamme: <http://lahiruoka.wordpress.com>

*Anna-Kaija Kaikkonen
anna-kaija.kaikkonen@proagria.fi
Kainuulainen Lähiruoka-hanke*



Tapahumat

15. - 18.2.2012	Biofach, Nürnberg, luomutuotteet (www.biofach.de)
15. - 18.2.2012	Local Identity Product (LIP) –sustainable support systems for communities in Europe, Latvia (http://www.vip.kompetences.lv/EN.html)
18. - 19.2.2012	LähiRuokamessut, Lahti (www.lahdenruokamessut.fi)
24.2.2012	Laadukas tuotteistaminen: Luomumehiläistarhaus – mahdollisuus tuotteen eriyttämiseen, Joensuu ja Mikkeli (anneli.salonen@pkky.fi (Joensuu) sekä birgitta.partanen@helsinki.fi (Mikkeli))
24.2.2012	Laadukas tuotteistaminen – villisikapäivä, Joensuu (hanna.tuominen@pkky.fi)
1.3.2012	Porkkanoita tulevaisuuden liiketoimintaan? Varsinais-Suomen ruokaketjun kasvukset ja vilja –tulevaisuustyöpaja, Turku (riikka.saarimaa@utu.fi)
1.-3.3.2012	ExpoHoReCa, Pietari, Venäjä (http://www.en.farexpou/horeca2012)
9. - 14.3.2012	Internorga, Hampuri (mikko.nummi@dfhk.fi)
14.3.2012	Luomupäivä: Lisää luomua ammattikeittiöihin, Helsinki (http://www.luomuliitto.fi/index.php/luomupaeivaet)
14. - 16.3.2012	Gastro, Helsinki
15.3.2012	Pohjoiset pöperöt Gastro-messuilla, Helsinki (www.tekes.fi/sapuska)
22.3.2012	Proteiinit tulevaisuuden ravintolähteenä, Varsinais-Suomen ruokaketjun tulevaisuustyöpaja (riikka.saarimaa@utu.fi)
22.3.2012	Toimialapäälliköiden rahoitusnäkömyksen julkaiseminen, Helsinki (www.temtoimialapalvelu.fi)
27. - 28.3.2012	Alimentaria, Barcelona (http://alimentaria2012.b2b-match.com/p_registration.php)
27. - 30.3.2012	Anuga Foodtech, Köln, elintarviketeollisuuden laitteet (www.anugafoodtech.com)
28.3.2012	Laadukas tuotteistaminen – villisikapäivä, Helsinki (hanna.tuominen@pkky.fi)
19. - 20.4.2012	YTR:n verkostoseminaari (kirsi.viljanen@tem.fi)
24.4.2012	Puhdas vesi – tulevaisuuden tärkein resurssi. Varsinais-Suomen ruokaketjun tulevaisuustyöpaja (riikka.saarimaa@utu.fi)
24. - 27.4.2012	GastroNord, Tukholma (http://www.gastronord.se/en)
8.5.2012	Elintarvikpäivä 2012, Helsingin messukeskus (marleena.tanhuanpaa@etl.fi)
21. - 23.5.2012	Pohjoismainen maaseutututkijakonferenssi, Joensuu (tuija.mononen@uef.fi ja www.mua.fi > rural at the edge))
25. - 27.5.2012	Smaklust, Tukholma Ruotsi
13.6.2012	Nimisuoja-seminaari, Hämeenlinna (marjo.sarkka-tirkkonen@helsinki.fi)
16.7.2012	LähiRuoka ja puhdas vesi Suomi Areenalla, Eura (marko.jori@pji.fi)
23. - 25.8.2012	Herkkujen Suomi, Helsinki (www.herkkujensuomi.fi)
31.8. - 2.9.2012	Kauhajoen ruokamessut, Kauhajoki (www.ruokamessut.fi)
7.9.2012	LähiRuokaseminaari Elimäki (www.lyry.net)
8. - 9.9.2012	Elimäen LähiRuokamessut, Elimäki (www.lyry.net)
16. - 21.9.2012	IBA, München, leipomoalan suurtapahtuma (www.iba.de)
29. - 30.9.2012	LähiRuokamarkkinat, Inkoo (www.westerby.fi)
1. - 7.10.2012	Luomuviikko
5. - 7.10.2012	Turun Ruoka- ja Viinimessut, Turku (www.turunmessukeskus.fi)
10. - 11.10.2012	Elintarvike- ja luonnontuotealojen valtakunnallinen seminaari, Seinäjoki (juha.rutanen@helsinki.fi)
21. - 25.10.2012	Sial, Pariisi, elintarvikeala (www.sialparis.com)
1. - 2.11.2012	Valtakunnallinen luomuseminaari, Mikkeli (carina.tikkanen-kaukanen@helsinki.fi)
6.11.2012	Elintarviketeollisuuden toimialaraportin julkaisuseminaari (www.temtoimialapalvelu.fi)
14.11.2012	Maatalous-teemainen Luomupäivä ja vuoden Luomuyrityksen julkaiseminen, Tampere (elisa.m.niemi@gmail.com)