

Ruoka-Suomi

3 • 2010



Ruoka-Suomi -tiedotuslehti kertoo elintarvikealan kehittämistyöstä. Lehti ilmestyy vuonna 2010 neljä kertaa. Numeroiden ilmestymis- ja materiaaliaikataulu on seuraava:

nro	materiaalin dl	ilm.
1	3.2.	19.2.
2	5.5.	21.5.
3	18.8.	3.9.
4	10.11.	26.11.

Kunkin numeron painomäärä on noin 2000 kpl. Jakelulistalla on 1500 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 kaikilla 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

Ruokakesä mennyt on, syksy saapuu	1
Lähiiruokaa supermarkettiin: Millä ehdoilla?	2
Valtuutettu Hyvinsyöjä ajattelee sekä itseään että ympäristöään	4
Ruokaa läheltä -hanke tuo paikalliset tuotteet lähelle kuluttajaa	5
Lähiiruokaseminaari 2010	6
Syyskuussa kouluissa laitetaan Marjoilla menoksi	7
Portaat luomuun -ohjelma uudistui	8
Vuoden 2010 yritystilastot ovat valmistuneet	9
Laadukasta lähiiruokaa ja laajaa yhteistyötä -alueen palvelurakenteisiin syytä panostaa	10
Lähiiruokamarkkina kolminkertaistuu	12
Tilaviinitoiminnan tueksi ensimmäinen tutkimus herukka ja omenalajikkeiden soveltuvuudesta viinin valmistamiseen	13
Itämeren alueen elintarvikealan koulutusyhteistyötä jatketaan	14
BaltFood TredWiki avuksi trendien seurantaan	15
Tyrniöllyn nauttiminen vaikutti positiivisesti kuivasilmäisyyteen	16
Kansallinen ruokastrategia - tavoitteena kilpailukykyinen ruokasektori	16
Ruuan valmistustaito hyppysissä - yrittäjäksi elintarvikealalle	17
Kansainvälisille markkinoille hyvässä seurassa	18
Uusi pohjoismainen ruoka II -ohjelman keskiössä maku	18
Tietohaarukka 2010 - tilastotietoa elintarvikealasta on ilmestynyt	19
Ravintotase 2008 ja 2009 (ennakko)	19
Ruokamaa Pohjanmaa -strategiaseminaari	20
Karelian Food Forum	21
Lähiiruoka ja paikallisuus muuttuvassa elintarviketaloudessa	22
Pohjoismainen hanke selvittää kouluruokailuketjun nykytilaa	25
BaltFood newsletter	25
Jokaisella ruoka-annoksella on oma tarinansa	26
Makujan Lappi - ruokatapahtuma kokosi alan huiput Rovaniemelle	27
Kainuun elintarvikepäivä 2010	28
Pientuotannon puolesta	29
Lähiiruokaa Kainuussa	30
Pakkausmerkintäopas päivitetty	30
Kaupallistamiskurssi elintarviketutkijoille	31
Vauhditus.fi: Uusin työkalu elintarvikealan myyntityöhön	32
Ravintoarvomerkintäopas päivitetty	32
Luomukeskustelutiaisuus 9.9.2010	33

Kansikuva: K-kauppias Jarmo Ruotsalainen K-supermarket Artomarketista Nilsiästä; kuvaaja: Jukka-Pekka Korpi-Vartiainen
(kts. s. 1)

Ruokakesä mennyt on, syksy saapuu

Ruokaan liittyvät asiat puhuttivat ja olivat näyttävästi esillä kesällä 2010. Kansainvälisistä ruoka-asioista eniten meitä suomalaisia kosketti kesän aikana Venäjän vienti sekä syksyn satonäkymiin vaikuttava kuivuus ja kuumuus. Kansallinen, valtioneuvoston kanslian asettama ruokastrategian johtoryhmä julkisti linjauksensa kesäkuussa. Ryhmä asetti vision huomisen ruuasta aina vuoteen 2030 asti ja painotti vision toteuttamiseksi neljää keskeistä asiaa.

Maakunta- ja paikallistasolla kesä oli ruokatapahtumien aikaa. Ruukkifestivaali, Saporofestari, Kurkkumarkkinat, Härkätien rapujuhlat ja mm. erilaiset toritapahtumat toivat ruokaa ja ruokaan liittyviä asioita ihmisläheisesti ja koskettavasti esiin. Alkava syyskausi tuo mukanaan uuden, raikkaan sadon ja tarjoaa syksyn tapahtumille tuoreen maun. Jaksammehan kehittäjinä edelleenkin olla tapahtumien järjestäjinä, sillä näin pystytään tuomaan ruokaa ja samalla ruoka-asiaa kuluttajien lähelle.

Elintarvikealan pienyrittäjyyden menekinedistämiseksi ja imagon parantamiseksi laadittiin Ruoka-Suomi -teemaryhmän johtamana ja

laaja-alaisesti alan toimijoiden yhteistyönä strategia vuosille 2007 - 2013. Strategian viitoittamana laadittu pienyrittäjyyden ydinviesti *Aitoja makuja* nousee jo tänä päivänä esiin ilahduttavan monessa yhteydessä. Kansikuva tuo esiin yhden Sisä-Savon seutuyhtymän Elintarvikealan viestintä- ja koordinaatiohankkeessa luodun käyttötavan. Aitoja makuja ydinviestin lippulaivana on www.aitojamakuja.fi -sivusto, jota valtakunnallisessa Manner-Suomen maaseutuohjelmaa toteuttavassa Aitoja makuja -hankkeessa kehitetään ja tehdään tunnetuksi paitsi alan yrittäjille, ostajille ja sidosryhmille niin myös jatkossa yhä enemmän kuluttajille.

Elintarvikealan pk-yritysten tuotteiden merkittävimpiä jakelukanavia ja asiakkaita ovat suora kuluttajamyynti, ammattikeittiöt sekä vähittäiskauppa. Päivittäistavarakauppa ry:n ja muiden sidosryhmien kanssa Ruoka-Suomi -teemaryhmä valmistelee vuonna 2011 käynnistettävää valmennusohjelmaa, jossa pieniä ja keskusuuria elintarvikealan yrityksiä valmennetaan vähittäiskaupan yhteistyökumppanuuteen. Yhteistyön avaamisen ja säilyttämisen työkaluksi kehitetään ns. tuotekortti, jossa tulevat esiin liikesuhteen aloittamisen ja kehittämisen keskeiset edellytykset.

Ruoka on merkittävä osa matkailua ja ruoan merkitys matkailupalvelujen osana tulee vahvistumaan. Matkailuaktiviteetin muodon mukaan myös ruoka tulee esiin erilaisena ja eri tavalla. Laajaa sekä monitasoista ruokaan ja matkailuun liittyvää työtä tulee jatkaa ja vahvistaa. Kaikissa toiminnoissa on kuitenkin tärkeintä kiinnittää huomio riittävän korkeaan laatuun. Matkailu ja Ruoka-Suomi -teemaryhmät järjestävät yhteistyökumppanien kanssa 8. - 9.12.2010 ruokaan ja matkailuun liittyvän valtakunnallisen teemaseminaarin. Ohjelma valottaa ruoan ja matkailun toimintaa eri näkökulmista, myös kansainvälisesti. Seminaarin työpajoissa rakennetaan pohjaa teeman ympärille kasattavan kehittämisohjelman rakennuspalikoiksi. Tervetuloa mukaan!

Heidi Valtari
Ruoka-Suomi -teemaryhmän koordinaattori



Aitojamakuja.fi esittäytyi MTK:n kanssa Porissa SuomiAreenalla 21. - 23.7.2010.



MAASEUTUPOLITIIKAN YHTEISTYÖRYHMÄN JULKAISUJA 6/2006

Elintarvikealan pienyrittäjyyden imagon parantaminen ja menekinedistäminen - Valtakunnallinen strategia vuosille 2007 - 2013; Luettavissa www.ruokasuomi.fi - Selvitykset ja tutkimukset

Lähiruokaa supermarkettiin: Millä ehdoilla?

– Pärjätäkseen ruokakaupan on erilaistuttava, sanoo Päivi Korolainen, joka on miehensä Arttu Korolaisen kanssa toiminut iisalmelaisen K-supermarket Mehevän kauppiaina vuodesta 1990. Ruokakaupaksi profiloitunut myymälä määrittelee erityisansioikseen tuotteiden tuoreuden ja monipuolisen valikoiman.

Mehevän erottautumiskeinoja ovat palvelu, luomutuotteet sekä paikallisuuden ja ympäristövastuullisuuden korostaminen.

1990-luvulla luomuiltiin

1990-luvulla virisi innostus luomutuotantoon. Luomutuotteet K-supermarket Mehevään tulivat Savosta, Iisalmesta ja lähipaikkakunnilta. Ensimmäisiä luomutuotteita olivat vihannekset, juurekset, kananmunat sekä viljatuotteet. Myös luomumarjoja, -marjajalosteita ja -juustoja oli tarjolla.

– Luomun osuus yrityksemme myynnistä oli tuolloin suurimmillaan, Päivi Korolainen kertoo.

Yritys aloitti 1990-luvulla myös pitkäjänteisen yhteistyön paikallisten viljelijöiden ja yritysten kanssa. Monilla lähialueen tuotteilla on uskollinen ostajakuntansa ja yhteistyö tuottajien kanssa toimii hyvin. Esimerkiksi Myllylän luomutilalta kauppaan tulee parikymmentä viljatuotetta savolaisesta talkkunasta muurin-pohjalettujauhoihin.

Tuore lähiruoka joustavasti kauppaan

– Lähituote pääsee valikoimiin, kun sen volyymi on kohtuullinen ja kierto nopea. Tällaisten

tuotteiden valtti on usein tuoreus”, Päivi Korolainen toteaa.

Monet lähituotteet tulevat suoraan tiloilta K-Supermarket Mehevän kylmiöön tai myyntitiskiini. Järvikalaa kauppaan toimittavat paikalliset kalastajat. Marja-aikaan kauppa ostaa mustikat ja puolukat suoraan poimijoilta.

Päivi Korolainen kiittelee lähituottajien joustavuutta. Paikallisilta tuottajilta tavaraa saa silloin, kun sitä tarvitaan ja kaupalle sopivina määrinä. Toimitusvarmuuskin on tärkeää. Kun tuote löytää asiakkaansa, sitä täytyy myös olla saatavissa. Asiakas ei kovin monta kertaa kysele tuotetta turhaan.

Gourmet-herkkujen haasteet

Päivi Korolaisen mielestä on valitettavaa, jos kaupan iisalmelaisasiakkaat eivät pääse edes tutustumaan paikallisiin erikoisuuksiin, joita toimitetaan pääkaupunkiseudun halleihin ja ravintoloihin.

– Erikois- ja gourmet-tuotteiden myynti on haasteellista pienillä paikkakunnilla. Asiakkaiden joukossa ei välttämättä ole riittävästi herkuttelijoita ja kokeilijoita.

– Asiakkaat voivat kysellä tunnettuja ulkomaisia herkuttelujuustoja, vaikka esimerkiksi Kiuruvedellä tuotetaan ainakin yhtä hyviä ja hinnaltaan kilpailukykyisiä tuotteita. Esimerkiksi Vuohitila Tähtien kutunjuusto ja jogurtti ovat erinomaisia tuotteita.

Mehevä on valmis kokeilemaan erikois- ja gourmet-tuotteiden tarjoamista edellyttäen, että tavarantoimittaja haluaa osaltaan edistää myyntiä tuote-esittelyillä ja maistatuksilla.

Leipäkulttuuria vaalittava

Paikallisten perinteiden ylläpidossa pienillä tavarantoimittajilla on iso rooli. Korolainen pitää tärkeänä, etteivät esimerkiksi pienleipomoiden koitset tuotteet katoa suurten teollisuuslaitosten jyrätessä markkinoilla.

– Kansallinen monipuolinen leipäkulttuurimme on sen varassa, että me kaupoissa annamme sijan pienille leipomolle. Eivätpä taida monet leipomot enää tehdä savolaista rasvarieskaa laskiaisen aikaan! Tarvittaessa pienleipomot myös kehittälevät tuotteita yhteistyössä kanssamme.

Laatu, logistiikka ja markkinointi tärkeitä

Kauppa edellyttää, että lähituotteen ominaisuudet, logistiikka, tilausjärjestelmä ja markkinointi ovat kaikki kunnossa.

Laadun ja turvallisuuden on oltava kunnossa ja täytettävä viranomaismääräykset. Tuotteen säilyvyyteen ja pakkauksen toimivuuteen kauppa kiinnittää erityistä huomiota. Lisäarvoa tuotteelle antavat erilaisuus, erikoisuus, sopivuus erityisruokavaliioihin, vähäinen käsittely, lisäaineettomuus ja alkuperäisyys. Parhaimmillaan tuote edistää paikallisen ruokakulttuurin säilyttämistä.

Lähituotteita tuovat kauppaan kuljetusliikkeet ja tuottajat itse. Ne tilataan useimmiten puhelimitse ja hyllytetään kaupassa. Monet paikalliset toimijat ottavat tuotteistaan myös hävikkivastuun ja toimittavat tarpeen mukaan vanhentuneiden tuotteiden tilalle hyvää tavaraa. Joustava jakelu estää varastojen kertymisen kauppaan.

Tuote-esittelyillä, maistatuksilla ja käyttövinkeillä on keskeinen merkitys tuotteiden markkinoinnissa. Tuottajan näkyminen kaupassa luo tarinan sekä suhteen asiakkaan ja tuotteen välille – saa tuotteen elämään.

Hyvä pakkaus tuotetietoineen on tärkeä osa myös lähituotteiden myymälämarkkinointia. Tavarantoimittajan oma markkinointi vaikkapa nettisivuillaan edistää myyntiä. Myös sosiaalista mediaa kannattaa hyödyntää. Esimerkiksi johonkin ruokavaliioon sopivasta uudesta tuotteesta ja sen ostopaikoista kannattaa viestiä paikallisille ravitsemuksen ammattilaisille.

Päivi Korolainen suosii nykyaikaisia tilausjärjestelmiä ja toivoo kaupan saavan mahdollisimman paljon tietoa sähköisesti. Myös omavalvonta on tärkeä työkalu. Omavalvonta





edellyttää kaupan ja suoratoimittajan välillä sopimusta tuotteista, hinnoista, tuotteen laadusta ja molempien osapuolien oikeuksista ja velvollisuuksista.

Paikallistuotteet rikastavat ruokakulttuuria

Päivi Korolainen arvioi kaupan keskittymisen yksipuolistaneen ruokatarjontaa. Asioita on helpointa hoitaa keskusliikkeiden kautta. Tämän seurauksena kaupan yksiköt muistuttavat tarjonnaltaan toisiaan yhä enemmän.

Paikallisen elinkeinoelämän edistäminen on osa kaupan yhteiskuntavastuuta. Kauppa, viranomaiset ja muut toimijat voivat yhdessä edistää pienten innovatiivisten yritysten toimintaa. Työllistämällä paikallisia ihmisiä, luodaan hyvinvointia ja ylläpidetään myönteistä ilmapiiriä.

–K-kauppiaina haluamme rikastuttaa suomalaista ruokakulttuuria ja tarjota kuluttajille vaihtoehtoja. On siis löydettävä keinot, jolla pienikin toimija pääsee tarjoamaan tuotettaan super- ja hypermarketeissa. Samalla toivon kaupan löytävän tapoja erilaistua ja selviytyä tiukassa kilpailussa muutenkin kuin alennettuun hintaan myytävillä sisäänvetotuotteilla kikkaillemalla ja ilmoituksia suurentamalla.

Lyhennelmä Jukka-Pekka Korven maa- ja elintarviketalouden verkkojulkaisussa Tuunattu Kalakukko 5-2010 julkaisemasta artikkelista.

Syksyllä 2010 Arttu ja Päivi Korolainen siirtyvät K-Supermarket Mehevän liikerakennuksen viereen valmistuvan liikekeskuskiinteistön vastaviksi. Mehevä muuttuu K-Citymarketiksi, jonka kauppiaina toimivat Harri ja Sarika Kauppinen.

Teksti: Marjo Uusikylä, Info plus

Kuvaaja: Jukka-Pekka Korpi Vartiainen

Lähi- ja suoratoimittajien tuotteet

Päivi Korolainen ryhmittelee lähi- ja suoratoimittajat välttämättömien tuotetuotteiden, erilaistavien tuotteiden sekä erikoistuotteiden toimittajiin.

Välttämättömiä lähituotteita ovat tuotetuotteet, kuten leipä, peruna, vihannekset ja hedelmät, kala, marjat ja kananmunat. Näillä tuotteilla vaikutetaan kaupan tuoreuskuvaan, ympäristöimagoon, kotoisuuteen ja paikallisuuteen sitoutumiseen. Tiedostavalle kuluttajalle nämä tuotteet voivat olla merkittävä kaupan valintaperuste.

Erilaistavia tuotteita ei välttämättä saa mistään muualta. Kauppiailta voi olla niihin yksinmyyntioikeus, mikäli tavarantoimittajan volyymit eivät riitä juuri isompaan tuotantoon. Ryhmään voi kuulua esimerkiksi liha- ja viljatuotteita, hunajaa ja mehua.

Erikoistuotteet ovat haasteellisimpia. Asiakas on herätettävä kiinnostumaan niistä esittelyjen, ”paikallinen tuote”-merkintöjen, käyttövinkkien ja maistatusten avulla. Erikoistuotteita ovat muun muassa gourmet-tuotteet, monet juustot ja hillot, osa luomutuotteista ja erikoiset lihajalosteet. Tällaiselle tuotteelle erikoisuus ja markkina-arvo voi luoda merkityksen, vaikkei tuottavuus puoltaisikaan valikoimissa pitämistä.

Valtuutettu Hyvinsyöjä ajattelee sekä itseään että ympäristöään

Suomalaisen ruokakulttuurin edistämishjelma Sre aloittaa syksynsä tuomalla kuluttajille ruokaostoksille mukaan otettavaa tietoa vastuullisten ruokavalintojen tekemiseksi. Hyvinsyöjiin liittynyt saa kei-not vaatia koko ruokaketjulta enemmän - muun muassa tietoa ruoan alkuperästä. Hyvinsyöjä voi valinnoillaan ja vaatimuksillaan muuttaa maailmaa mausta tinkimättä.

- Meillä on valtavat mahdollisuudet syödä hyvin ja nauttia ruoasta niin, että teemme myös ympäristölle hyvää. Siitä on tässä Hyvinsyöjä-hankkeessa kyse, Sre:n ohjausryhmän puheenjohtaja **Jaana Husu-Kallio** kertoo.

Vastuullinen syöminen kiinnostaa kuluttajia, sillä moni meistä haluaa omilla toimillaan jarruttaa ilmastonmuutosta. Yhä useammin halutaan valita paitsi herkullinen, myös eettisesti hyvä ruoka. Kolmannes ympäristövaikutuksista syntyy ravinnosta. Ruoantuotanto vaikuttaa erityisesti vesistöjen tilaan ja monimuotoisuuteen. Husu-Kallio tietää, että ympäristön kuormitusta voidaan vähentää yhteistyöllä.

- Voimme kehittää tuotteita ja käytäntöjä, joista hyötyvät myös luonto ja suomalainen ruokaketju. Toimia tarvitaan koko ruokaketjulta ja päättäjiltä, mutta muutoksia tapahtuu vain, jos asiat tehdään niin, että myös kuluttaja hyötyy, Husu-Kallio sanoo.

- Hyvinsyönti ei ole vaikeaa. Itse suosin sesongin tuotteita. Tällä hetkellä esimerkiksi kaali ja marjat ovat parhaimmillaan, Husu-Kallio kertoo.

Viisi tärkeää tapaa

Sre kokosi ruoka-alan asiantuntijoiden ja kuluttajien kanssa tärkeimmät neuvot ja ohjeet Hyvinsyöjille. Ohjeet tiivistyivät viideksi helposti ymmärrettäväksi ja muistettavaksi tavaksi, jotka on tarkemmin esitelty www.hyvinsuoja.fi nettisivuilla.

- minulle on paljastettava ruokani alkuperä
- vien sesonkiherkuista parhaat päältä
- kasvissuhteeni kukoistaa
- laitoin roskikseni pysyvästi paastolle
- kускаan, kaapitan ja kokkaan turhia kuormittamatta.

Jokainen voi liittyä vaatimaan

Hyvinsyöjien joukkoa kootaan haastamalla heitä sosiaalisen median sivustoilla. Kuluttajat ja päättäjät voivat liittyä Hyvinsyöjiin kampanjasivuilla www.hyvinsuoja.fi. Sivuilta löytyy helposti ymmärrettävää tietoa. Jo nyt joukko julkisuuden henkilöitä on lupautunut kantamaan Hyvinsyöjä-korttia lompakossaan ja vaatimaan muun muassa kaupoilta ja ravintoloilta enemmän tietoa ja valikoimia. Asiakkaiden vaatimukset vaikuttavat.

Hyvää ruokaa arvostavien kuluttajien voimaannuttamisen lisäksi kampanjassa hyödynnetään Ajatushautomo Demos Helsingin ja Sitran luomaa Peloton-koulutusta levittämällä syvällistä tietoa mm. kotitalousopettajille ja ruokakaupoille.

- Suomalaisen ruokakulttuurin edistämishjelman tavoite on lisätä ruoan arvostusta. Se on käytännössä sitä, että osataan ostaa ja valmistaa hyvää ruokaa, syödään sitä yhdessä, tiedetään ruoan vaikutukset niin oman kuin



ympäristönkin tilaan - eikä heitetä ruokaa ros-kiin! pääsihteeri **Marja Innanen** kiteyttää.

- Hyvinsyöjät ovat nyt lähteneet liikkeelle. Olemme haastamassa niin kuluttajat kuin ruokaketjinkin toimimaan. Uskomme, että joukkovoima saa paljon aikaan, Innanen toteaa.

Lisätietoa Hyvinsyöjä-kampanjasta ja Suomalaisen ruokakulttuurin edistämishjelmasta:

Marja Innanen

pääsihteeri

*Suomalaisen ruokakulttuurin edistämishjelma Sre
GSM. + 358 40 777 5582
marja.innanen@mmm.fi*

Pauliina Munukka

tiedottaja

*GSM. + 358 40 352 7008
pauliina.munukka@mmm.fi*

www.sre.fi

www.hyvinsuoja.fi

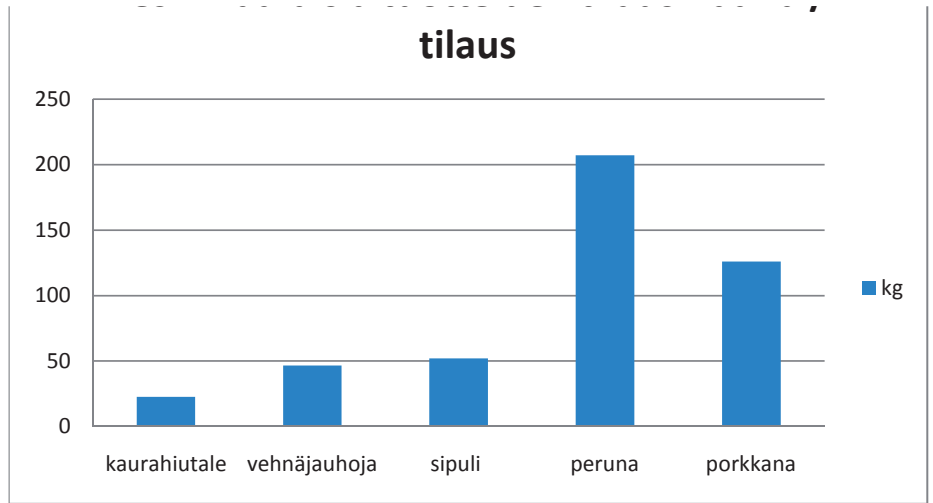
Ruokaa läheltä -hanke tuo paikalliset tuotteet lähelle kuluttajaa

Ruokaa läheltä -hanke sai alkunsa keväällä 2009, kun tikkakoskelainen Maria Markus tuskastui lähiruuan heikkoon saatavuuteen asuinalueellaan. Tuolloin Tikkakoskelta täytyi ajaa Jyväskylän keskustaan asti voidakseen ostaa lähiruokaa. Markus kääntyi ongelmiseen jyvaskyläläisen JAPA ry:n puoleen ja näin syntyi Jyväsiin ja Keski-Suomen TE-keskuksen rahoittama Ruokaa läheltä -hanke.

Hankkeen tarkoituksena on perustaa kolme lähiruokapiiriä Jyväsiin toiminta-alueelle Muurameen Laukaaseen, Jyväskylään tai Uraisille. Hankkeen ensimmäinen lähiruokapiiri aloitti toimintansa Tikkakoskella elokuussa 2009. - Lähiruokapiirin suosio ylitti kaikki odotukset, sanoo JAPA ry:n koordinaattori Anna Sarkkinen. - Hankkeen tavoitteena oli saada kymmenisen perhettä lähiruokapiiriin, mutta tavoite täyttyi moninkertaisesti, hän jatkaa. Tikkakosken lähiruokapiirissä tehdään joka kuukausi noin 40-50 tilausta ja lisäksi piirin sähköpostilistalla on parisen saata jäsentä. Myös rahoittaja oli tyytyväinen hankkeen tuloksiin, sillä Jyväsiin ry. valitsi sen vuoden 2009 parhaaksi hankkeeksi.



Kuvaaja Anna Sarkkinen



Tilaukset kerran kuussa

Lähiruokapiiriin tarkoituksena ei ole tuottaa voittoa, vaan tarjota kunnan asukkaille mahdollisuus ostaa paikallisten tuottajien tuotteita tuoreina ja edullisesti, ilman ylimääräisiä välikäsiä. - Lähellä tuotettujen elintarvikkeiden suosiminen on myös ympäristöteko, koska kuljetusmatkat pysyvät lyhyinä, Sarkkinen muistuttaa. - Lisäksi elintarvikkeiden pakkauskustannuksissa syntyy säästöjä, hän jatkaa. Lähiruokaa ostamalla tuetaan myös paikallisia tuottajia ja pidetään eurot omassa maakunnassa.

Lähiruusta kiinnostuneet asukkaat voivat tilata lähiruokapiiriin tuotteita noin kerran kuukaudessa. Tilaaminen tapahtuu internetissä olevalla tilauslomakkeella. Tuotevalikoima vaihtelee vuodenajan, tuotteiden saatavuuden ja tilaajien kiinnostuksen mukaan. Tarjolla on monipuolinen valikoima kauden vihanneksia, viljatuotteita, hilloja, kananmunia ja säilykkeitä. - Suuri osa piiriin tuotteista on luomua, vaikka sitä ei tuotteilta varsinaisesti vaadita, Sarkkinen sanoo. Monelle tuotteelle olisi kysyntää enemmän

kuin niitä voidaan toimittaa. - Kananmunat viedään aina käsistä, Sarkkinen naurahtaa.

Vapaaehtoiset avainasemassa

Toinen lähiruokapiiri perustettiin Muurameen alkuvuodesta 2010 ja myös sen toiminta on lähtenyt mukavasti käyntiin. Kolmas ja samalla hankkeen viimeinen lähiruokapiiri aloittaa toiminnan Laukaassa elokuun lopussa. - Lähiruokapiirit toimivat vapaaehtoisvoimin, Sarkkinen toteaa. Vapaaehtoisten apua tarvitaan muun muassa tilauslomakkeen päivittämisessä ja tuotteiden jakamisessa tilaajille. Hankkeen tarkoituksena on, että piirit pyörivät kokonaan vapaaehtoisten voimin. - Sillä varmistetaan piiriin toiminnan jatkuvuus myös hankkeen jälkeen, Sarkkinen selvittää. - Ilman vapaaehtoisia ruokapiiriin toiminta loppuu, hän sanoo.

JAPA ry. on jyvaskyläläinen kestävää kehitystä edistävä yhdistys. Lisätietoja hankkeesta ja lähiruokapiireistä löytyy JAPA ry:n verkkosivuilta osoitteesta: www.japary.fi/lahiruoka.

Teksti: Paula Taiminen



Lähirookaseminaari 2010

Vastuullisia valintoja julkisiin ruokapalveluihin

Aika	Tiistai 5.10.2010 klo 8.30–13.00
Paikka	Laurea ammattikorkeakoulu, Vanha maantie 9, 02650 Espoo
Järjestäjät	EkoCentria /Savon ammatti- ja aikuisopisto, Maa- ja metsätalousministeriö, MTK keskusliitto, SLC
Kohderyhmä	Julkisen sektorin päättäjät ja kehittäjät, kestävien elintarvikkeiden edistäjät, ruokapalveluvastaavat ja muut aiheesta kiinnostuneet
Sisältö	<p>Lähirookaseminaarin teemana on Nauti tuoreesta!</p> <p>Julkisen sektorin toimijoilta odotetaan konkreettisia toimia kokonaisvaltaisen kestävä kehityksen edistämiseksi sekä ilmastonmuutoksen hillitsemiseksi. Lähirookaseminaarin pääluennoitsijoista Göteborgin kaupungin Agenda-21 toimintaohjelman koordinaattori Rebecca Palosaari Fogler kertoo, miten ympäristövastuullisten aterioiden tarjontaa on lisätty Göteborgin kaupungissa pitkäjänteisesti. Kestävän kehityksen johtaja Thomas Weiss esittelee, miten vastuullisia ravitsemuspalveluita on kehitetty Saksassa. Lisäksi toimitusjohtaja Tuulia Pelli kertoo Lahden kaupungin ruokapalveluiden vihertymisestä ja kunnanjohtaja Tytti Määttä yhdessä ruokahuoltopäällikkö Leena-Kaisa Pärkkä-Hietalan kanssa esittelevät Vaalan kunnan ruokapalveluiden vastuullista hankintastrategiaa.</p> <p>Tilaisuuden puheenjohtajana toimii MTK:n ruokakulttuuri-asiamies Anni-Mari Syväniemi.</p>
Hinta	Seminaari on osallistujille maksuton. Teeman mukainen lounas seminaarin päätteeksi 8,80 €/hlö.
Seminaarikieli	Suomi ja englanti (Thomas Weiss). Tilaisuudessa ei ole tulkkausta.
Ilmoittautuminen	15.9.2010 mennessä projektiassistentti Anu Arolaaksolle puh. 044 785 4048, anu.arolaakso@sakky.fi
Muut tilavaraukset	Laurean myyntipalvelusta varaustilanteen mukaan 10.8. lähtien.
Lisätietoja	Projektipäällikkö Irma Kärkkäinen puh. 044 785 4012, irma.karkkainen@sakky.fi

Tuore on mahdollista!



Syyskuussa kouluissa laitetaan Marjoilla menoksi

Arktiset Aromit ry:n tämän vuoden pääkampanjana on valtakunnallinen koulumarjakuukausi syyskuussa. Sen suojelijaksi ja koulujen rehtoreille, kotitalous- ja biologian opettajille sekä ruokapalvelupäälliköille lähetettyjen haastekirjeiden allekirjoittajaksi lupautui maaja metsätalousministeri Sirkka-Liisa Anttila.

Haastekirjeet ja kampanjan materiaalinäytteet postitettiin kevätlukukaudella maamme peruskoulujen ylä- ja alaluokille. Kampanjaa varten laadittiin yhteistyössä eri järjestöjen (mukana myös Ruoka-Suomi teemaryhmä) kanssa nuorten aamuateriavaihtoehtoista koostuva **Marjoilla menoksi -esite**. Siinä marjat ovat mukana kaikissa kuudessa eri aamuateriavaihtoehdossa.

Yläluokille, jossa koulumarjakuukausi voidaan ottaa esille myös kotitalousopetuksessa, Marjoilla menoksi esitteen ja -julisteen lisäksi on toimitettu Terveelliset luonnonmarjat, Syö marjoja 2 dl päivässä ja Jälkiruoka mukaan aterialle esitteitä hyödynnettäväksi opetuksessa ja jaettavaksi oppilaille.

Koulumarjakuukauden aineistoa on tilattu elokuun puoliväliin mennessä 382 kouluun. Kampanjan välityksellä lähes 50 000 koululaista pääsee nauttimaan marjateemasta. Marjoilla menoksi -teema osoittautui kouluisa kiinnostavaksi. Sekä ala- että yläluokat järjestävät tänä vuonna selvästi aiempia vuosia runsaammin marjaretkiä, ottavat marjateeman esille kotitalousopetuksessa ja edistävät nuorten marjatuntemusta ja käyttöä myös muissa oppiaineissa. Tulossa oleva hyvä puolukkasato mahdollistaa myös luonnon puolesta koulujen marjateeman toteutuksen.



Metsämarjojen terveellisyys, alhainen hiilijalanjälki ja jokamiehenoikeudet kiinnostavat myös maailmalla. Arktiset Aromit ry on kesän mittaan koonnut vapaaehtoisia marjanpoimijoita ja perheitä mm. Etelä-Koreasta, Kiinasta ja Japanista tulleitten TV-kuvausryhmien kuvauksiin. Suomen puhdas ja kaunis luonto, metsämarjojen terveellisyys, jokamiehenoikeudet ja maamme ihmisten elintavat kesämökkeineen, marjojen käyttötottumuksineen, saunomisineen jne. pääsevät esille monilla TV-kanavilla Aasian maissa.

Arvokkaat metsämarjamme ovat vetovoimatekijä, joka kiinnostaa satoja miljoonia katsojia Suomen ulkopuolella. Marjat parantavat Suomi -kuvaa ja lisäävät Suomen kiinnostavuutta kansainvälisessä matkailussa. Turhaan ei Arktiset Aromit ja Maaseutuverkosto järjestä syyskuun 9. päivä Helsingissä seminaaria "Jokamiehenoikeudet osana hyvinvointia ja Suomi -kuvaa".

*Simo Moisio
Arktiset Aromit ry
simo.moisio@arctic-flavours.fi*

Portaat luomuun -ohjelma uudistui

Portaat luomuun -ohjelma on uudistunut vastaamaan entistä paremmin ammattikeittiöiden tarpeita. Portaiden määrä on kasvanut viiteen ja ohjelmaan voi valmentautua verkossa. Uudistuksen tavoitteena on merkittävästi lisätä ohjelmaan liittyvien keittiöiden määrää ja sen myötä tarjota tuottajille ja valmistajille luomutuotteiden käyttöön sitoutunut kohderyhmä.

Uudistettuun ohjelmaan on voinut liittyä toukokuusta lähtien. Tähän mennessä 27 eri organisaatiota on hyväksytty ohjelmaan. Keittiötä on kuitenkin jo yhteensä 99, sillä samasta organisaatiosta voi liittyä useampi keittiö. Suurin liittynyt organisaatio on Mikkelin Ruoka- ja puhtauspalvelut, joka kokonaisuudessaan liittyi ohjelmaan ja sai sen tunnuksena diplomin 64 keittiön seinälle.

Kynnys madaltui

Uudistunut Portaat luomuun- ohjelma noudattaa edeltäjänsä mallia: luomutuotteita käytetään keittiöissä jatkuvasti, mutta niiden määrää lisätään vähitellen, portaittain. Uudistuksen myötä portaiden määrä kasvoi kolmesta viiteen. Ensimmäinen porraskerros edellyttää vain yhden luomutuotteen jatkuvaa käyttöä. Porrastuotteiden määrän vähentämisellä pyritään madaltamaan erityisesti julkisten, kuten kunnallisten ruokapalvelujen kynnystä liittyä mukaan ohjelmaan. Näin siksi, että isojen yksiköiden suuret ja säännölliset käyttömäärät lisäävät koko tarjontaketjun kiinnostusta luomutoiminnan kehittämiseen. Suurin osa ammattikeittiöistä käyttää luomutuotteita toistaiseksi vain satunnaisesti, mihin tarjontaketjun on erittäin haasteellista vastata. Jatkuvasti käytettävän luomuraaka-aineen lisäksi ohjelma suosittelee käyttämään muita luomutuotteita keittiöiden tarpeiden ja mahdollisuuksien mukaan.

Keittiö etenee portailla lisäämällä luomutuotteiden käyttöä. Ammattikeittiö hakeutuu valitsemalleen portaalle ja sitoutuu ohjelman peruslupauksiin: luotettavaan ja kestäväen kehityksen mukaiseen toimintaan. Ohjelma suosittelee keittiöiden lisäävän luomun lisäksi muitakin kestäviä ruokahankintoja, kuten kasviksia, lyhyen toimitusketjun tuotteita sekä pyrkivän jätteiden sekä veden ja energian kulutuksen vähentämiseen.



Uudistunut portaikko sisältää nyt 5 porrasta. Keittiöt lisäävät luomutuotteiden käyttöä portaita noustessaan.

Valmennus verkossa

Ammattikeittiöt voivat valmentautua Portaat luomuun -ohjelmaan nyt kokonaan verkossa. Ohjelman sivuille (www.portaatluomuun.fi) on koottu kattava ja täydentyvä tietopaketti, joka luomutiedon lisäksi tarjoaa tietoa kestäväen kehityksen mukaisesta toiminnasta. Omaa osaamistaan voi testata monivalintakysymyksiin perustuvan testin avulla. Testin läpäisy on edellytys ohjelmaan liittymiselle.

Ohjelmaan myös liitytään verkon kautta. Keittiöt luovat oman käyttäjätunnuksen, jonka avulla voivat myöhemmin päivittää omia tietojaan. Sähköisen rekisterin avulla saadaan ajantasaista tietoa keittiöistä sekä heidän käyttämistään luomuraaka-aineista.

Ohjelman kotisivuilla on myös tulostettava Pdf-aineisto sekä kalvosarja, joita sekä keittiöt että muut toimijat voivat käyttää koulutusaineistona.

Voisinko tarjota tuotteita ammattikeittiöille?

Ammattikeittiöiden lisääntyvän luomutuotteiden käytön esteenä on vähäinen ja sopimaton tuotetarjonta. Yleisiä tuotteisiin liittyviä ongelmia ovat liian pienet pakkaukset ja alhainen jalostusaste, erityisesti kasviksissa. Ammattikeittiöitä on monenlaisia, pienistä kahviloista aina koko kaupungin ruokapalveluun, joten heidän toimintatapansa ja tarpeensa ovat hyvin erilaisia.

Valtioneuvoston viime vuonna tekemä periaatepäätös kannustaa julkisia keittiöitä toimimaan esimerkkinä muille kestävässä hankinnoissa. Tämä ilmenee lisääntyneenä kiinnostuksena sekä lähi- ja luomutuotteita kohtaan – kunhan kysyntä ja tarjonta vain kohtaisivat



Ammattikeittiöt ovat kiinnostuneita luomu- ja lähituotteista ja odottavat niiden tuottajilta ja valmistajilta aktiivisempaa tarjontaa ja kiinnostusta kehittää tuotteita myös heidän tarpeisiinsa.

toisensa. Julkisten keittiöiden hankintoja ohjaa hankintalaki, joka velvoittaa niitä kilpailuttamaan hankinnat. Tämä lainsäädäntö ei kuitenkaan estä lähi- ja luomutuotteiden pääsyä kunnallisiin keittiöihin, vaan monesti suurempi este on näiden tuotteiden vähäinen tarjonta.

”Luomu on mystinen juttu. Siitä puhutaan paljon, mutta kukaan ei tule tarjoamaan niitä tuotteita”, totesi yksi julkisen ruokapalvelun edustaja. Julkiset ruokapalvelut tarjoavat vaihtoehtoisen markkinakanavan vähittäiskaupalle. Luomutuotteiden osalta Portaat luomuun-keittiöt ovat sitoutuneita luomutuotteiden käyttöön ja toivovat lisää tietoa luomun saatavuudesta. Monet ovat valmiita myös pitkäjänteisempään yhteistyöhön ammattikeittiöiden tuotevalikoiman kehittämiseksi.

Käy katsomassa joko lähiseudultasi löytyy Portaat luomuun-keittiöitä osoitteesta www.portaatluomuun.fi.

*Lisätietoja
Marja-Riitta Kottila; EkoCentria
puh. 044 785 4035*

Vuoden 2010 yritystilastot ovat valmistuneet



Ruoka-Suomi

Elintarvikeyritykset toimialoitain 6/2010

	Teurastus ja lihanjalostus	Kalanjalostus	Vihannesten sekä marjojen ja hedelmien jalostus	Maidon jatkojalostus	Myllytuotteiden valmistus	Leipomotointa	Juomien valmistus	Muiden elintarvikkeiden jalostus	Yhteensä
Ahvenanmaa	1	2	3	2	0	9	1	4	22
Etelä-Karjala	11	8	14	1	10	36	3	10	93
Etelä-Pohjanmaa	10	4	28	6	4	52	8	10	122
Etelä-Savo	14	12	17	4	4	41	8	9	109
Itä-Uusimaa	6	7	8	4	1	15	7	12	60
Kainuu	5	10	17	1	3	16	2	6	60
Kanta-Häme	15	4	25	7	4	35	6	13	109
Keski-Pohjanmaa	5	8	9	3	2	16	3	8	54
Keski-Suomi	21	15	36	4	8	57	7	28	176
Kymenlaakso	13	13	24	3	6	39	2	17	117
Lappi	62	20	15	4	1	39	7	12	160
Pirkanmaa	23	6	14	11	9	73	4	8	148
Pohjanmaa	13	35	17	4	7	50	5	25	156
Pohjois-Karjala	14	15	27	5	6	59	4	12	142
Pohjois-Pohjanmaa	32	28	38	13	9	58	5	23	206
Pohjois-Savo	17	27	35	9	11	57	7	16	179
Päijät-Häme	12	4	13	3	4	36	12	10	94
Satakunta	41	35	39	4	9	58	6	18	210
Uusimaa	66	34	31	9	18	127	20	69	374
Varsinais-Suomi	52	49	48	8	13	64	10	53	297
Yhteensä	433	336	458	105	129	937	127	363	2888
%	15	12	16	4	4	32	4	13	100

MAASEUTUPOLITTIKAN YHTEISTYÖRYHMÄ



Ruoka-Suomi

Elintarvikeyritykset kokoluokittain 6/2010

Henkilöstö	< 4	5 - 9	10 - 19	20 - 49	> 50	Yhteensä
Ahvenanmaa	18	1	0	1	2	22
Etelä-Karjala	79	8	1	2	3	93
Etelä-Pohjanmaa	76	21	13	3	9	122
Etelä-Savo	71	28	4	2	4	109
Itä-Uusimaa	43	3	5	3	6	60
Kainuu	41	8	8	3	0	60
Kanta-Häme	71	13	8	8	9	109
Keski-Pohjanmaa	30	13	6	4	1	54
Keski-Suomi	154	11	3	3	5	176
Kymenlaakso	85	20	10	0	2	117
Lappi	124	24	9	0	3	160
Pirkanmaa	97	18	15	12	6	148
Pohjanmaa	98	41	12	2	3	156
Pohjois-Karjala	104	22	9	4	3	142
Pohjois-Pohjanmaa	162	14	11	9	10	206
Pohjois-Savo	140	16	10	7	6	179
Päijät-Häme	66	13	4	7	4	94
Satakunta	156	22	12	7	13	210
Uusimaa	215	55	31	37	36	374
Varsinais-Suomi	217	30	26	17	7	297
Yhteensä	2047	381	197	131	132	2888
%	71	14	7	4	4	100

MAASEUTUPOLITTIKAN YHTEISTYÖRYHMÄ

Lisää yritystilastoja osoitteessa www.ruokasuomi.fi kohdassa yritystilastot, lisätietoja Heidi Valtari, heidi.valtari@utu.fi

Laadukasta lähiruokaa ja laajaa yhteistyötä - alueen palvelurakenteisiin syytä panostaa

Matkailija tai tapahtumakävijä ei välttämättä tule ajatelleeksi etukäteen kohdealueen palvelurakennetta. Kuitenkin palvelurakenteella ja -tarjonnalla on selkeästi merkitystä tarjotessamme elämispalveluja niin alueen ihmisille kuin vierailijoillekin. Lähiruoka on vahvasti esillä erilaisissa politiikkaohjelmissa. Millä tavalla välitämme ruokaelämyksiä vierailijoille ja oman maakunnan asukkaille? Minkälaisia ruokaelämyksiä Etelä-Savossa on tarjolla? Helsingin kauppakorkeakoulun Pienyrityskeskus on ollut mukana yhteispohjoismaisessa EXPLORE

(Experiencing local food resources in the Nordic countries) hankkeessa, jossa tavoitteena oli tuottaa tietoa ruokaelämysten arvoketjuista. Pääpartnerina projektissa on ollut Nordlands Research Institute, Bodø (Norja) ja muina kumppa-



neina Pienyrityskeskus lisäksi Jönköping International Business School (Ruotsi) ja Reykjavikin yliopisto (Islanti). Hankkeen yhtenä rahoittajana on Pohjoismainen innovaatiokeskus (The Nordic Innovation Centre).

Tutkimuskohteena ovat olleet korkeatasoiset maaseuturavintolat Suomessa, Ruotsissa, Norjassa ja Islannissa. Suomesta tutkimukseen valittiin kolme eteläsavolaista ravintolaa: Anttolan Hovin Kartano, Kenkävero ja Tertin kartano. Ne sijaitsevat melko lähellä Mikkelin kaupunkia, mutta niiden ympäristö on hyvinkin maaseutumainen. Niitä yhdistää myös kyky havaita uusia liiketoimintamahdollisuuksia ja siten mukautua toimintaympäristönsä muutoksiin. Yksi osoitus tästä on aktiivinen toiminta 14 matkailuyrityksen muodostamassa ketjussa, Saimaan Charmantit Oy:ssä. Kaikkia tutkimuksessa mukana olevia maaseuturavintoloita yhdistää kiinnostus ja panostus paikallisiin korkealaatuisiin raaka-aineisiin, joita käytetään vuodenaikojen vaihtelun mukaan. Kenkävero ja Tertin kartano valmistavat myös omia elintarvikkeita. Lisäksi kummankin ravintolan keittiössä käytetään hyväksi itse kasvatettuja yrttejä, salaatteja ja vihanneksia. Tarjonnassa korostetaan perinteistä ruokaa laadukkaasti ja nykyaikaisesti valmistettuna. Palvelussa pyritään yksinkertaisuuteen ja leppoisuuteen.

Ravintolavierailu maaseudulla – kokonaisvaltainen kokemus

Ravintolaliiketoiminnassa asiakkaalle syntävä arvo on yhdistelmä tuotetta ja palve-

lua. Pohjoismaisissa maaseuturavintoloissa on havaittavissa suuntaus, joka siirtää huomiota lautasesta ja aterialta kohti asiakkaan kokonaisvaltaista kokemusta ravintolavierailun aikana ja myös sen jälkeen. Laadun merkityksen muutos näkyy suurempana kiinnostuksena paikallisia raaka-aineita ja reseptejä kohtaan. Asiakastarjonnan laajeneminen varsinaisesta aterialta kokonaisvaltaiseen ravintolavierailuun vaatii ravintolanpitäjältä laajempaa verkostoa ja uusia kumppaneita.

Yrittäjät ovat yhä enemmän tietoisia välttämättömyydestä tuottaa asiakkaille lisäarvoa yhdistämällä ravintolapalveluihin erilaisia elämyksiä. Tutkimuksessa esiin tulleet tyyppilliset elämykset liittyvät joko itse ruokailukokemukseen tai sitä täydentäviin palveluihin. Esimerkiksi Tertin kartanossa isäntä tai kokki esittelee tarjolla olevia ruokalajeja. Lähes kaikki tutkitut ravintolat tarjoavat paketteja, joihin sisältyy myös majoitusta, teatterinäytöksiä tai muita paikallisia palveluja. Laaja yhteistyö paikallisten elämystuottajien kanssa on muutamassa myös mielikuvaa ravintolayrittäjästä.

Verkostoituminen onkin tärkeää maaseuturavintoloille, jotka sijaitsevat syrjäisissä paikoissa kaukana suurista keskuksista ja asiakasvirroista. Siihen liittyvät strategiset päätökset tarjonnasta ja yhteistyökumppaneista vaikuttavat



Tertin kartano

paitsi yrityksen menestykseen myös kumppaneiden ja toimittajien taloudelliseen tilanteeseen. Esimerkiksi Saimaan Charmanttien verkosto Suomessa kykenee markkinoimaan kohteitaan näyttävästi valtakunnallisessa päivälehdessä.

Paikallisuus – laadukkaita raaka-aineita, tuotteita, elämyksiä

Pohjoismaissa vuodenaikojen vaihtelun vuoksi kysyntä ja tarjonta ovat voimakkaasti kausiluonteisia, mikä vaikuttaa sekä matkailukauden pituuteen että paikallisten tuotteiden kasvukauteen. Paikallisuutta korostettiin sekä Anttolan Hovin Kartanossa, Kenkäverossa että Tertin kartanossa. Paikallisuudesta haetaan ainutlaatuisuutta ja kilpailuetua, toisaalta itse ruoan ja siihen liittyvien perinteiden avulla, toisaalta käyttämällä ravintolan sijaintia historiallisessa rakennuksessa tai muotoilua ja taidetta paikallisuuteen yhdistävänä tekijänä. Näitä vaikutteita Tertin kartanossa vahvistetaan edelleen ruokailun aikana, jolloin isäntä voi kertoa paikkaan tai ruokaan liittyviä tarinoita. Kenkäverossa näyttelytilan muotoilu ja taide tuovat paikallista ainutlaatuisuutta esiin. Voimakkain vaikutus saadaan aikaan yhdistämällä paikan, kulttuurin ja ruoka-aineiden ainutlaatuisuus ja viestimällä siitä kaikkien viiden aistin avulla.

Lähtökohtaisesti paikallisilla raaka-aine- ja elintarviketuottajilla ei ole ollut juurikaan kokemusta korkeatasoisten ravintoloiden palvelemisesta. Haasteita on ilmennyt tuottajien kyvyssä toimittaa riittävän korkeatasoisia raaka-aineita ja räätälöidä tuotteitaan ja valmiudessa tehdä kokeiluja ja tuottaa vaihtelevia valikoimia. Yhteistyö vaatii ravintoloilta tiivistä kanssakäymistä tuottajien kanssa



sekä tuottajilta yhteistyötä jopa kilpailijoiden kesken. Paikallisten tuottajien verkoston laajuus vaihtelee suuresti. Suomalaisten ravintoloiden yhteistyö kymmenien paikallisten elintarviketuottajien kanssa on koettu molemmin puolin erittäin hedelmälliseksi. Ravintolat, joiden läheisyydessä on täydentäviä palveluja, voivat keskittyä ruokailukokemukseen ja sen kehittämiseen eikä niiden tarvitse huolehtia täydentävistä palveluista. Kaikki eteläsuomalaiset ravintolat sijaitsevat kohtuullisen matkan päässä täydentävistä palveluista ja niillä onkin useita yhteistyökumppaneita erityisesti elämystarjonnan puolella.

Myyntinedistämisen järjestäminen esimerkiksi palvelutarjoajien verkostona auttaa paikallisten erityispiirteiden esiin tuomisessa. Nämä verkostot houkuttelevat henkilöitä, jotka ovat kiinnostuneita kohteen ainutlaatuisuudesta ruoka mukaan lukien. Verkostot ovat seurausta paikallisten ja kansallisten viranomaisten tietoisesta toiminnasta. Suomessa idea Saimaan Charmanttien verkostosta on saanut alkunsa EU:n hanketoiminnan piirissä, mutta toteutunut jäsenten vahvan sitoutumisen ja yhteisten ponnistelujen kautta.



Korkeatasoisten palvelurakenteiden kehittäminen matkailussa

Tarkasteltaessa korkealaatuisten maaseuturavintoloiden merkitystä alueen elinkeinotoiminnassa ei mistään Pohjoismaasta löytynyt politiikkatoimenpiteitä, mitkä olisivat suoraan suunnattu maaseuturavintoloihin. Sen sijaan epäsuoria toimia löytyi monelta rintamalta. Etelä-Savon kannalta merkittävimmät ovat olleet verkostoitumishankkeet, jotka ovat edesauttaneet Saimaan Charmanttien Oy:n syntymiseen. Vaikka matkailu nähdään tärkeänä kaikille tutkimuksessa mukana olleille alueelle ja kolme neljästä matkailijasta nimeää ruokaelämykset yhdeksi tärkeimmistä alueella vierailemisen syistä, ei suoria politiikkatoimenpiteitä ole suunnattu tähän sektoriin. Poliittikkatoimenpiteiden positiiviset vaikutukset saadaan kuitenkin esille vain, jos alueen yrittäjät ja muut toimijat innostuvat ja sitoutuvat yhteisiin päämääriin ja toimivat yhteistyössä. Matkailututkimuksessa olisi kuitenkin syytä kiinnittää enemmän huomiota palvelurakenteisiin ja niiden mielikuvavaikutuksiin.

Lisätietoja:

Professori Markku Virtanen

puh. +358 40 754 5539

markku.virtanen@pyk.hkkk.fi

Vanhempi tutkija Sinikka Mynttinen

puh. +358 50 496 5227

sinikka.mynttinen@pyk.hkkk.fi

Kuvat: Tertin kartano gourmet Ay

Lähiuokamarkkina kolminkertaistuu

Sitran selvitys ennustaa lähiruoalle uudenlaisia kuluttajien verkkopalveluita, pieniä tukkuja, tuoretukuttoreja sekä monimuotoisia toimitus- ja kuljetusmalleja. Ostohalukkuus lähiruoalle on olemassa, mutta tehokas ja välikäsi vähentävä jakelu- ja logistiikkajärjestelmä odottaa vielä käyttöönottoa.

Lähiuoka on Suomessa vielä marginaalissa ja melko vaikeasti saavutettavissa. Elintarviketeollisuus ja suuret kauppaketjut hallitsevat elintarvikemarkkinoita, joilla pienten erikoistuottajien ja -myymälöiden osuus on vasta alle yksi prosenttia.

Sitran Maamerkit -ohjelman johtavan asiantuntijan Jyri Arponen mukaan lähiruoka ja isot ketjut eivät ole kilpailijoita, vaan markkinoilla on synergian mahdollisuus. Koska lähiruokamarkkina on elinkaarensa alkuvaiheessa, siellä on tilaa kilpailulle. Uusien vahvojen toimijoiden tulo markkinoille lisää kysyntää ja hyödyttää kaikkia markkinan toimijoita.

Suomen lähiruokamarkkinan koko kasvaa selvityksen mukaan viidessä vuodessa noin 100–200 miljoonaan euroon. Vuonna 2008 se oli noin 74 miljoonaa euroa.

Sitran Maamerkit -ohjelman teettämä

Lähiuoka, nyt – trendistä markkinoille -selvitys on tarkoitettu työkaluksi uusille ja alalla jo toimiville yrittäjille lisäämään ymmärrystä toimialasta, sen dynamiikasta ja erityisesti siitä, mitä vaatimuksia, haasteita sekä uusia liiketoimintamalleja ja mahdollisuuksia alalla on.

Lähiuokan valteina tuoreus, kotimaisuus ja paikallisten yrittäjien tukeminen

Niin Euroopan kuin Yhdysvaltojenkin luomuruokamarkkinoiden kehitys on ollut vauhdilla.

Kuluttajilla on halua ostaa tuoreeksi, puhtaaksi, laadukkaaksi ja ekologiseksi mieltämäänsä ruokaa. Selvitykseen sisältyneessä kuluttajatutkimuksessa lähiruokan valteiksi nousivat lisäksi ruoan jäljitettävyyden ja paikallisten yrittäjien tukeminen. Kuluttaja on kuitenkin hintaherkki: korkeamman hinnan täytyy tarkoittaa kuluttajalle tuoreempaa ja laadukkaampaa tuotetta. Lähiuokan täytyy erottua ja olla tunnettu.

– Jotta ala kasvaisi kuluttajien asenteiden lupaamalla vauhdilla, tarvitaan vahvoja brändejä ja toimijoita. Esimerkiksi suurien vähittäiskauppaketjujen mukaantulon myötä ala saisi tarvitsemiaan erilaisia rahoittajia ja rahoitusmuotoja, Arponen kertoo.

– Nyt tarvitaan painopisteen siirtämistä tuotannosta kuluttajaan ja panostusten lisäämistä markkinointi- ja liiketoimintaosaamiseen.

Monimuotoisia toimitus- ja kuljetusmahdollisuuksia

Lähiuokatoimittajat ovat pääosin pieniä maatiloja, jotka voisivat hyötyä yhteisestä jakelusta kuluttajille. Toinen mahdollisuus kustannustehokkaan logistisen ketjun rakentamiseen on lähiruokan tukkutoiminnan järjestäminen tai

sen integroiminen olemassa olevien tukkuliikkeiden toimintaan. Riittävä toimitusvarmuus ja volyymi voidaan saavuttaa tuottajayhteistyön kautta.

Arponen pohtii, miten pysyä mielikuvaltaan pienenä mutta skaalata toimintaansa.

– Internetin yhdistäminen tehokkaisiin logistiikkapalveluihin tekee pienemmänkin liiketoiminnan pyörittämisen kannattavaksi. Myös shop in shop -ratkaisut ja pysyvä läsnäolo

niiden kauppojen hyllyissä, joista kuluttajat muutenkin ostavat ruokansa, auttaisivat kasvamaan kannattavasti.

Selvitys määritteli lähiruokan Suomessa tuotetuksi. Sillä on mahdollisimman lyhyt tuotantoketju, se on korkealaatuista ja tuotetta sekä ottaa huomioon ympäristönäkökulmat ja kestävän kehityksen.

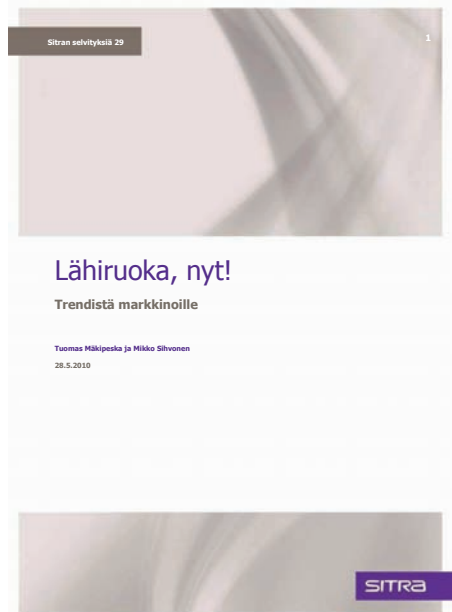
Lisätietoja:

Jyri Arponen

puh. (09) 6189 9491

Johanna Pellinen

etunimi.sukunimi@sitra.fi



Lähiuoka, nyt – trendistä markkinoille -selvitys on ladattavissa maksutta Sitran verkkosivuilta.

Tilaviinitoiminnan tueksi ensimmäinen tutkimus herukka ja omenalajikkeiden soveltuvuudesta viinin valmistamiseen

Hämeen ammattikorkeakoulun toteuttama tutkimushanke herukka- ja omenalajikkeiden vaikutuksesta tilaviinotuotteiden prosessoitavuuteen ja laatuun on päätynyt. Tutkimus rahoitettiin Maa- ja metsätalousministeriön Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmän, Hämeen ammattikorkeakoulun ja Suomen viiniryttäjät ry:n tuella.

Tutkimuksessa oli mukana Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskuksen (MTT) Piikkiön yksikön valitsema ja lahjoittama viljelykokeissa menestyneitä jalosteita sekä jo ammattiviljelyssä käytettyjä lajikkeita. Yhteensä 16 omenalajiketta ja 21 herukkalajiketta prosessoitiin omena- ja herukkalajikeviineiksi. Tutkimus oli kolmevuotinen, mikä mahdollisti myös sato vuosien vaihteluiden huomioimisen.

Omena- ja herukkaviinit valmistettiin samalla raaka-ainemäärällä, omenaviinien mehupitoisuus oli 50 % ja herukkaviinien 25 %. Myös prosessiolosuhteet vakioitiin. Tuotteet jälkimakeutettiin samaan sokeripitoisuuteen lajeittain, ja ne arvioitiin sokkomaistatuksena. Arvioinnissa huomioitiin raaka-aineista viiniin tulevia ominaisuuksia.

Kaikki tutkimuksen raaka-aineet prosessoituivat ongelmitta, ja niistä valmistui teknisesti hyvää tilaviiniä. Omenaviineissä, kuten myös herukkaviineissä, lajikkeiden erot näkyivät selvimmin viinin värin syvyydessä ja flavorin hapokkuudessa. Syvimmän värin viineihin tuotivat seuraavat lajikkeet: omena Åkerö, marjaomena Ranetka Purpurovaja, mustaherukoista Mortti, viherherukoista Venny ja Vilma ja punaherukoista Rovada ja Punahilkka. Rovada-viini oli merkittävästi hapokkaampi kuin muut punaherukkaviinit. MTT:n jaloste 85 tuotti vähiten hapokkaan valkoherukkaviinin. Omenalajikkeilla havaittiin olevan vaikutusta myös flavorin täyteläisyyteen sekä tuoksun hedelmäisyyteen. Pullokypsytyks (14 kk) heikensi hieman omenaviinien flavoria. Toisaalta kypsytyksellä havaittiin olevan positiivista vaikutusta mustaherukkaviinien väriin, tuoksuun ja makuun.

Hankkeessa selvitettiin myös veden vaikutusta viinin laatuun. Aistinvaraisessa erotustestissä kolmen eri paikkakunnan talousvedestä valmistetuista valkoherukkaviineissä ei havaittu eroja.

Tutkimushankkeen tuloksia esiteltiin Lepaalla 2.6.2010 järjestetyssä seminaarissa. Loppuseminaarissa Risto Tahvonen kertoi tutkittujen lajikkeiden viljelyominaisuuksista. Mm. viherherukan Vertti tulevat korvaamaan uudet Venny ja Vilma, jotka ovat pystykasvuisia. Tahvonen kertoi myös, että ilmaston

lämpeneminen on lisännyt tehollista lämpösomaa, joka nykyään on noin 1360 °C. Etelä-Suomessa hallat aikaistuvat ja aikaisin kukkivat kesäomenalajikkeet ovat vaarassa. Nykyinen I-viljelyvyöhyke tulee olemaan tulevaisuuden omena-alue, koska ammattiviljelyssä on voitava viljellä myös vaatavia ja kaupanvaatimukset täyttäviä talvilajikkeita.

Suomen viiniryttäjät ry:n puheenjohtaja Jorma Keijonen vertasi suomalaista tilaviiniä ihmisen elinkaareen. Tilaviinitoimintaa on ollut Suomessa nyt 15 vuotta, ja alkuvuodet olivat erittäin innostuneita ja tapahtumarikkaita, kuten pikkulapsilla. Kouluikä aiheutti alalle vähän taantumaa, ja Keijonen vertasikin sitä itsetutkiskelun ajaksi. Nyt on huomattu, että ala tarvitsee erityistietoutta ja toteutetun kaltaista tutkimusta kehittyäkseen. Keijonen toi lisäksi esille viiniryttäjien toivomuksen saada tilalikköerien myyntioikeudet viinitiloille. Hän oli harmissaan, koska asia ei ole Suomessa edennyt.

Lisätietoja:

Sanna Lento, Hämeen ammattitutkimuskeskus (Lepaa)
puh. 040 509 6443
etunimi.sukunimi@hamk.fi
Risto Tahvonen, MTT Piikkiö
puh. 050 563 0843
Jorma Keijonen, Punaisen tuvan viinitila (Alajärvi)
puh. 0400 666 164



Koko julkaisu löytyy sähköisenä Hamkin Julkaisut-sivulta

http://portl.hamk.fi/portal/page/portal/HAMK/Yleisopalvelut/Julkaisut/Kirjat/Luonto_ja_maaseutu_-_e-kirjat

Itämeren alueen elintarvikealan koulutusyhteistyötä jatketaan

Baltfood -yhteistyön ensimmäinen valtiolliset rajat ylittävä verkkokurssi elintarvikealalle päättyi kesäkuussa. Onnistuneesti toteutetun pioneerikurssin pohjalta luodaan uudenlainen virtuaalioppimisolusta elintarvikealan monipuolistuvaa koulutusta varten.

Ensimmäisen kurssin aiheeksi valittiin terveellisen elintarviketarjonnan kehittäminen, 'eat & go'. Aihevalinta perustui tarvekartoitukseen, johon vastasivat alan yritysten henkilöstö- ja tuotantojohtajat. Kaikki vastaajat arvioivat tämän aiheen vastaavan ajankohtaiseen haasteeseen sekä soveltuvan tietokonepohjaiseen opiskeluun.

Viisi viikkoa kestäneeseen tiiviiseen kurssiin osallistui yhteensä 60 henkilöä kuudesta Itämeren maasta. Kurssilaiset muun muassa pääsivät kaavailemaan tuoteideoita, joita voitaisiin lanseerata "Healthy to go" -tuotteina markkinoille. Interaktiivisia ja käytännönläheisiä harjoituksia, case tutkimuksia ja hyvän opiskelumateriaalin sisältänyt kurssi tarjosi perusteellisen katsauksen aihealueeseen. Virtuaalisen luokkahuoneen keskustelufoorumeita käytettiin aktiivisesti, samoin mahdollisuutta vaihtaa tietoa eri maiden kollegojen kanssa. Opiskelijoita kiinnostivat esimerkiksi muiden maiden kansallisten elintarvikelakien säädökset sekä kulutustottumukset ja kuluttajien valmisruokasuosikit. Kurssin teknisestä toteutuksesta vastasi Lyypekin yliopisto (Lübeck University of Applied Sciences).

Verkkokurssin "Healthy to go – Food Innovation" sisältö ja opetusmenetelmät julkistettiin 30.6. pidetyssä videokonferenssissa samanaikaisesti viidessä Itämeren alueen kaupungissa: Kööpenhaminassa, Kaunasissa, Turussa, Lublinissa ja Lyypekissä. Konferenssissa kunkin osallistujamaan edustajat allekirjoittivat yhteistä tahtoa ilmaisevan aiesopimuksen. Suomen puolesta sen allekirjoitti Tekesin teknologia-asiantuntija **Heikki Aro**.

Aiesopimus painottaa projektin valtioiden rajat ylittävää luonnetta sekä halua vahvistaa Baltic Food Academyn työtä ja Baltfood -verkostoa. Pitkällä aikajänteellä uuden koulutusfoorumia odotetaan luovan kansainvälistä kilpailuetua Itämeren alueen elintarvikesektorille.

Suunnitteilla on jo uusia kursseja. Seuraava "Healthy to go" -kurssi alkaa syksyllä 2010.



Lisätietoja:

Heidi Valtari
puh. 0400 487 160, (02) 333 641
heidi.valtari@utu.fi
www.baltfood.fi



Kuvassa: Videokonferenssiin osallistui 30.6.2010 Suomessa Healthy to go -kurssiin osallistuneiden yritysten henkilökuntaa.

Baltfood TrendWiki avuksi trendien seurantaan

Baltfood TrendWiki on työkalu elintarvikealan trendien, uusien markkinoiden ja tuoteideoiden varhaiseen tunnistamiseen. Kaikille Itämeren alueen elintarvikealan pk-yrityksille avointa foorumia voi hyödyntää myös keskustelukanavana esimerkiksi saman alan toimijoiden kesken. Tälle Baltfood – hankkeessa kehitetylle työkalulle haetaan nyt käyttäjiä erityisesti elintarvikealan pk-yrityksistä.

Mitä Baltfood TrendWiki tarjoaa?

- elintarvikealaan liittyviä uutisia, raportteja, artikkeleita ja tutkimustuloksia valmiiksi luokiteltuna
- tietoa elintarvikealaan vaikuttavista uusimmista trendeistä ja alaa ohjaavista ilmiöistä
- tuote-esimerkkejä trendeihin liittyvistä elintarvikkeista
- keskustelufoorumin muiden alan ammattilaisten kanssa
- uutiskirjeen sähköpostiisi, jonka avulla on helppo seurata juuri sinua kiinnostavia aiheita

Kuinka Baltfood TrendWiki toimii?

TrendWiki toimii nimensä mukaisesti "wiki" periaatteella, jossa käyttäjät huolehtivat tietokannan sisällöstä lähettämällä sinne heikkoja signaaleja kukin omista lähteistään. Tätä tietoa voidaan edelleen muokata ja prosessoida trendeiksi kuvaamaan uusia tulevaisuuden skenaarioita. Tuote-esimerkit antavat käyttäjälle kuvan millaisia kaupallisia tuotteita muut ovat kehittäneet vastaamaan näihin trendeihin.

Kenelle Baltfood TrendWiki on tarkoitettu?

TrendWikin käyttäjiä voivat olla tuotekehityksestä, tutkimuksesta ja markkinoinnista vastaavat henkilöt elintarvikealan pk-yrityksissä, tutkijat, elintarvikealan asiantuntijat ja muut elintarvikealalla työskentelevät henkilöt.

Miten Baltfood TrendWikin saa käyttöön ja mitä se maksaa?

Käyttöön tarvittavat käyttäjätunnuksen ja salasanan voit tilata helposti osoitteesta <https://secure.trendwiki.fi/login>. Klikkaa sivulta kohtaa "request an invitation" ja täytä tietosi sekä maininta Baltfood TrendWikistä avautuvaan ikkunaan. TrendWikin käyttö on toistaiseksi maksutonta kaikille.

Lisätietoja:

Teemu Halttunen, Koulutus- ja kehittämiskeskus Brahea
20014 Turun yliopisto
Puhelin 0400 260 390, (02) 333 6417
S-posti teemu.halttunen@utu.fi, www.baltfood.fi

Tyrniöljyn nauttiminen vaikutti positiivisesti kuivasilmäisyyteen

Kuivasilmäisyys/kuivasilmäoireyhtymä on yleinen vaiva, joka liittyy mm. ikääntymiseen ja tiettyihin ympäristötekijöihin kuten alhaiseen ilmastokosteuteen ja piilolinssien käyttöön. Yli 50-vuotiaista jopa yli 30 % on tutkimuksissa kertonut kärsivänsä kuivasilmäisysoireista, joista tyypillisiä esimerkkejä ovat silmien kirvely, polttelu, punoitus ja kutina.

Kuivasilmäisyys voi aiheutua kahdella eri mekanismilla: kyynelneesten erityksessä voi olla häiriöitä, tai silmän pintaa suojaavan kyynelfilmin koostumus voi olla siten poikkeava että kyynelneesten haihtuminen on liiallista. Molemmissa tapauksissa kyynelneesten "väkevyyttä", osmolaarisuus, lisääntyy. Myös tulehdusreaktiot aktivoituvat. Kuivasilmäisyyden oireita hoidetaan tavallisimmin kostuttavilla silmätippoilla, jotka eivät kuitenkaan poista kuivasilmäisyyden taustalla olevaa tulehdusta.

Turun yliopiston biokemian ja elintarvikekemian laitoksen ja kliinisen laitoksen tutkimuksessa selvitettiin tyrniöljyn vaikutuksia kuivasilmäisyyteen rinnakkaisessa, kaksoissokotetussa, lumekontrolloidussa tutkimuksessa.

Tutkimukseen osallistui noin 90 kuivasilmäisysoireita kokevaa 20-75-vuotiasta miestä ja naista. Heistä puolet söi kolmen kuukauden ajan päivittäin 2 g hiilidioksiduutettua tyrniöljyä, ja puolet lumeöljyä. Tutkimuksen aikana koehenkilöiden kuivasilmäisyyttä arvioitiin silmälääkärin tekemillä kliinisillä kuivasilmäisyystesteillä sekä oirekyselyillä ja koehenkilöiden pitämällä oirepäiväkirjalla.

Tutkimuksen aikana talvella tapahtunut kyynelneesten osmolaarisuuden nousu oli tyrniryhmässä lievempää verrattuna lumeryhmään. Tyrniryhmässä koehenkilöt raportoivat myös silmien punoituksen ja polttelun maksimioireiden olleen alhaisempia kuin lumeryhmässä. Piilolinssin käyttäjät tyrniryhmässä raportoivat yleisten silmäoirepäivien määrän lumeryhmää pienemmäksi. Tulokset viittaavat siihen että tyrniöljyllä on kuivasilmäisyyttä lieventävää vaikutusta.

Tutkimuksen tyrniöljy sisälsi sekä tyrnimarjan öljyä että siemenöljyä. Öljy sisälsi linoli- ja alfa-linoleenihappoja sekä karotenoideja ja E-vitamiinia, joilla voi aikaisempien tutkimus-

ten perusteella olla tulehdusta säätelevää vaikutusta. On myös mahdollista että elimistön linolihapon johdannaisista valmistamat välittäjäaineet voivat stimuloida kyynelneesten eritystä.

Kokeessa havaittu tyrniöljyn positiivinen vaikutus kuivasilmäisyyden kliinisiin merkkeihin ja oireisiin rohkaisee lisätutkimuksiin aiheesta, liittyen vaikutusmekanismeihin sekä vaikutuksiin eri kuivasilmäisyystyypeistä kärsivillä ihmisillä.

Viite: Larmo P, Järvinen R, Setälä N, Yang B, Viitanen M, Engblom J, Tahvonen R, Kallio H. Oral sea buckthorn oil attenuates tear film osmolarity and symptoms in individuals with dry eye. Journal of Nutrition. Published ahead of print June 16, 2010 as doi: 10.3945/jn.109.118901.

Tutkimusryhmä:

Tutkimuksen johtaja, prof. Heikki Kallio

puh.040 503 3024

heikki,kallio@utu.fi

Projektipäällikkö, FM Riikka Järvinen

puh. 050 558 5375

rileni@utu.fi

Kansallinen ruokastrategia - tavoitteena kilpailukykyinen ruokasektori

Kansallisen ruokastrategian tarkoituksena on arvioida ruokasektorin muutostekijöitä ja luoda eri toimijoiden yhteinen käsitys siitä, miten Suomen ruokasektori säilyy kilpailukykyisenä. Kansallinen ruokastrategia vuoteen 2030 valmistui kesäkuussa 2010. Strategiaryhmä jakoi raportin kahteen osaan: asiantuntijoiden työn pohjalta tehtyyn taustaraporttiin ja toimenpiteitä ehdottavaan osaan.

Raportit saatavissa ruokastrategian nettisivuilta: www.mmm.fi/ruokastrategia

Ruuan valmistustaito hyppysissä - yrittäjäksi elintarvikealalle

Vastaatko sukusi juhlien onnistumisesta. Leivotko omaksi iloksesi. Tuottaako tilasi lähiruoan raaka-aineita. Jos näin on niin voit ehkä tehdä elintarvikkeista yrittäjän ammatin. Tee haaveesta totta ja työllistä samalla itsesi yrittäjänä. Ahlmanilla, Tampereella alkaa syksyllä koulutus, joka antaa eväät elintarvikealan yrittäjäksi ryhtymiseen. Haku on nyt.

Usein kynnys yritystoiminnan aloittamiseen on elintarvikealalla korkea. Syynä on tavallisesti elintarvikelainsäädännön pelottavuus. Omavalvontasuunnitelmien tekeminen ja niiden seuranta voivat aiheuttaa epärointiä. Ahlman-instituutti tarjoaa nyt yrittäjän ammattitutkintoon valmistavaa koulutusta sekä yrittäjän ammattitutkinnon suorittamismahdollisuuden. Koulutuksen tavoite on antaa valmiudet pienyrityksen toimintaan elintarvikealalla, kehittää liiketoimintasuunnitelma ja auttaa sen toteuttamisessa. Yrittäjän ammattitutkinnon koulutuksen lisäksi varsinaisia elintarvikepuolen lähipäiviä koulutukseen sisältyy kymmenkunta.

Valmista syntyä tehden

Idea elintarvikeyrittäjyydestä voi tulla kehittämään koulutukseen, sen ei tarvitse olla valmis aloittaessa. Toisaalta jos toiminta on jo käynnissä voi omia valmiuksiaan ja ideoitansa jatkojalostaa koulutuksen yhteydessä mm. markkinoinnin ja tuotteistamisen sekä verkostoitumisen avulla. Koulutus sopii myös sivuelinkeinon kehittämiseen tai toisen ammatin hankkimiseen. Koulutuksessa päätetään idea, johon suunnitelmat pohjataan ja tulevaisuudessa voidaan sitten soveltaa saatuja oppeja. Sisällön rakenne on liikeidea ja sen täsmentäminen, liiketoimintasuunnitelman laatiminen ja liiketoimintasuunnitelman toteuttaminen.

Hae nyt mukaan suorittamaan ammattitutkintoa

Yrittäjän ammattitutkinnon koulutus kestää runsaan vuoden ja sen voi suorittaa työn ohessa, lähipäiviä kuukautta kohden on 2 – 3. Kouluttajina toimivat Ahlmanin ammattilaiset yrittäjyydestä ja lähiruoasta, luvassa on myös maidon jatkojalostuksen taidot. Lisäksi koulutuksessa käytetään oman alansa osaajia mm. elintarvikevalvonnasta ja tehdään vierailuita alan yrityksiin. Ahlman tarjoaa koulutuksen lopussa mahdollisuuden suorittaa yrittäjän ammattitutkinto.

Lisätiedot

Päivi Myllymaa

kehittämisasiantuntija, opettaja

*Ahlmanin koulun Säätiö, Ahlman-instituutti
puh. 043 824 0530*



Yrittäjät pääsevät kokeilemaan markkinointitaitojaan järjestämällä myös tapahtumia.

Kansainvälisille markkinoille hyvässä seurassa

Viennin aloittaminen on suuri kynnys kotimarkkinoilla toimivalle pk-yritykselle. Niinpä suomalaisilta elintarvikeyrityksiltä on vielä toistaiseksi jäänyt maailma valloittamatta, vaikka tuotteillamme tuntuisi olevan ulkomailla kysyntää. Elintarvikealan pk-yritysten kansainvälistymiskoulutuksessa toisten yritysten kokemukset ja asiantuntijoiden opastus antavat uusia virikkeitä ja auttavat pääsemään eteenpäin. Koulutus antaa lisäksi monipuolisesti kontakteja vientitoiminnan käynnistämiseen.

Elintarvikeklusterin koordinoiman ja Euroopan sosiaalirahaston rahoittaman Elintarvikealan pk-yritysten kansainvälistymisohjelman neljäs koulutusjakso järjestetään 7.-8. syyskuuta Turussa.

Turun yliopiston tulevaisuuden tutkimuskeskuksen vetämässä Ennakointi-jaksossa opitaan ennakoitiedon käyttöä elintarvikealalla. Kahden koulutuspäivän aikana keskitytään alan toimintaympäristön muutosvoimien tunnistamiseen ja niiden luomiin haasteisiin sekä pk-yritysten tulevaisuuteen suuntautuvien konseptien ja strategioiden luomiseen kansainvälistyvässä maailmassa.

Vielä ehtii mukaan! Tämän syksyn aiheina ovat ennakkoinnin lisäksi vientimenettelyt ja kansainvälistymisvalmennus. Koulutus jatkuu vielä keväällä 2011 ja loppuseminaari sekä ulkomaan tutustumismatka ovat vuorossa syksyllä 2011.

Koulutuksessa on tällä hetkellä mukana yhdeksän yritystä sekä 4 osanottajaa Elintarvikeklusterista. Tilaa olisi vielä muutamalle yritykselle, kannattaa siis lähteä mukavaan seuraan! Lue lisää Turku Science Parkin SPARK-verkkolehdestä (<http://www.turkusciencepark.com> , 23.6.2010).

Lisätietoja ja ilmoittautuminen:

Projektipäällikkö Marjo Mäkinen-Aakula

puh. 040 767 6596

marjo.makinen-aakula@utu.fi tai

koordinaattori Saira Mattila

puh. 040 169 4370

saira.mattila@utu.fi

Uusi pohjoismainen ruoka II -ohjelman keskiössä maku

Uusi pohjoismainen ruoka on ollut Pohjoismaiden ministerineuvoston asialistalla vuodesta 2005 saakka. Nyt alkaa uusi ohjelma, Uusi pohjoismainen ruoka II, ja sitä toteutetaan vuosina 2010–2014.

Pohjoismaiden ruokakulttuuriin, tuotantoon, matkailuun ja kulutukseen keskitytään nyt maun, alkuperän, terveellisuuden ja geneettisen monimuotoisuuden kautta. Uusi pohjoismainen ruoka II -ohjelma kehittää ja vahvistaa Uuden pohjoismaisen ruoan käsitettä ja lisää käsitteen tunnettua ja käyttöä.

Tavoitteena on toteuttaa kampanjoita, jotka innostavat käynnistämään uusia innovatiivisia toimenpiteitä Pohjoismaiden asianomaisilla sektoreilla.

Lue lisää:

http://www.sre.fi/ruoka.fi/www/fi/ajankohtaista/uutiset.php?we_objectID=425



Tietohaarukka 2010 - tilastotietoa elintarvikealasta on ilmestynyt



Tietohaarukka on monipuolinen tilastopaketti Suomen maataloudesta, elintarviketeollisuudesta, päivittäistavarakaupasta ja ammattikeittiöistä. Mukana on myös kansainvälisiä vertailulukuja. Uutena aihealueena on eläinten hyvinvointi.

Tietohaarukka kuuluu elintarvikeketjusta kiinnostuneiden vakiintuneisiin tietolähteisiin – joko taskukokoisena esitteenä tai internetistä löydettävänä sähköisenä versiona www.ruokatieto.fi/tietohaarukka. Tietohaarukka 2010 ilmestyy kolmena eri kieliversiona: suomeksi, ruotsiksi ja englanniksi.

Tietohaarukka 2010 -julkaisun on tuottanut Ruokatieto yhteistyössä Agronomiliiton, ETL:n, MTK:n, SLC:n ja ProAgria Keskusten Liiton kanssa. Aineiston tuottamiseen on saatu maa- ja metsätalousministeriön tukea.

Tilaukset: Julkaisu on tilattavissa osoitteesta Ruokatieto, PL 309, 01301 Vantaa, puhelimetse 040 710 4170 tai sähköpostitse: ruokatieto@ruokatieto.fi. Julkaisu on maksuton mutta toimituskulut peritään (käsittelykulut 5 euroa + postikulut).

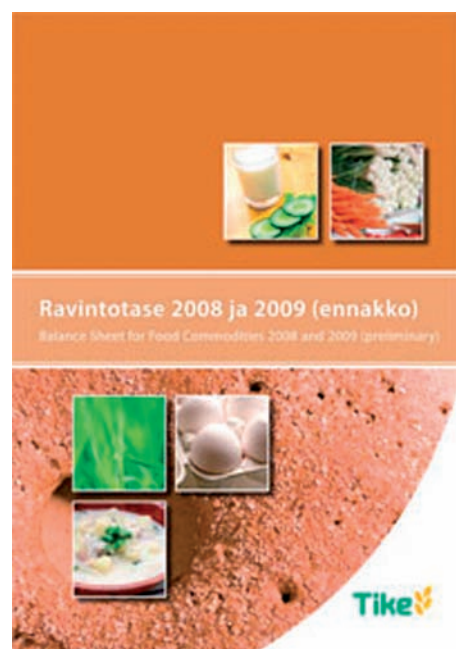
Ravintotase 2008 ja 2009 (ennakko)

Tiken uusi tilastojulkaisu Ravintotase on yhteenvedo Suomen tärkeimpien elintarvikeryhmien tuotannosta, kotimaisesta käytöstä ja kulutuksesta. Ennakkotietojen mukaan suomalaiset kuluttivat viime vuonna viljaa keskimäärin 80 kiloa, vihanneksia 71 kiloa, hedelmiä 79 kiloa ja lihaa 74 kiloa.

Taseen muotoisessa kokonaislaskelmassa on selvitetty kalenterivuositain eri ravintoaineiden tuotanto, varastonmuutokset, vienti ja tuonti sekä kotimainen käyttö. Ravinnon kulutusta tarkastellaan sekä koko maan tasolla että keskimäärin henkeä kohti. Lisäksi tarkastellaan ruoan ravintosisältöä eli valkuaisen, rasvan ja energian saantia. Taseeseen kuuluu 11 ruoka-aineryhmää (viljat, peruna, sokeri, palkokasvit, vihannekset, hedelmät ja marjat, liha, kananmuna, kala, maitotuotteet, rasvat) sekä juomat.

Julkaisun hinta on 35,33 e ja sen voi tilata linkistä:

http://www.maataloustilastot.fi/tilaa-tiken-julkaisuja_fi



RUOKAMAA POHJANMAA

Ruoka kilpailukykytekijänä aluekehityksessä

27. syyskuuta 2010 klo. 9.30-16.00

Optima, Mässkär-auditorio, Puutarhakatu 30, Pietarsaari

Juontaja: **Matias Jungar, juontaja ja toimittaja, FST5/YLE**

OHJELMA

Ruoka yhdistää ihmisiä lomalla, juhlissa ja arjessa. Ruoka on tärkeä osa kulttuuriamme, kotiseudun tunnettamme ja kansallista perintöämme. Samaan aikaan se on itsestään selvä osa liike-elämää ja yksi tärkeimmistä osatekijöistä elämysmatkailussa. Paikallinen ruoka ja ruokaelämykset ovat trendikkäämpiä kuin koskaan.

Alueeltamme löytyvät kaikki mahdollisuudet tuottaa monipuolista elintarviketarjontaa ja ruokaelämyksiä. Tuottajat, yrittäjät ja tietoiset kuluttajat ovat olemassa – mutta tarvitaan myös yhteistyötä organisaatioiden ja viranomaisten välillä sekä poliittista tahtoa.

Tällä seminaarilla haluamme aloittaa tietoisien panostuksen käsityönä tehtyyn ruokaan ja ruokaelämyksiin tekijöinä, jotka voivat luoda kasvua sekä työpaikkoja. Samalla haluamme nostaa esille ne vaikeudet, joita moni pienelinkeino-yrittäjä kohtaa alallaan. Onko lainsäädäntömme kaupaneste, joka jarruttaa maaseudun kehitystä? Tarvitsemme lainsäädännön, joka voisi huomioida myös pienyrittäjien edellytykset.

Jonas Harald, Foodia

Ilmoittautuminen ja kahvi 9.30

Aloituspuheenvuoro

Mats Nylund, kansanedustaja

Ruotsi – uusi ruokamaa. Kuinka luodaan kasvua ja työpaikkoja käyttäen kilpailukeinona ruokaa.

Johan Andersson Anell, Maatalousosasto, Ruotsi

Ruotsi – uusi ruokamaa. Konsepti, jolla markkinoidaan Ruotsia.

Anne-Marie Hovstadius, VisitSweden

Eldrimner – Aluekehitys ja käsityömäinen elintarvikejalostus.

Bodil Cornell, Eldrimner

Lounas

Case: Ruotsin pienin tilateurastamo.

Åke Karlsson, Krokek Gård, Norrköping, Ruotsi

Case: Suomalainen tilateurastamo.

Ia Asén, Raasepori, Suomi

MTK:n tehtävä ja näkemys pienimuotoisesta tilajalostuksesta. Suomen Ruokastrategia 2020.

Anni-Mari Syväniemi, ruokakulttuuriasiamies, MTK

Kahvi

Lain asettamat vaatimukset pienimuotoiselle lihajalostukselle ja teurastukselle. Voidaanko suomalainen lainsäädäntö tehdä joustavammaksi?

Veli-Mikko Niemi, elintarviketurvallisuusjohtaja, MMM

Puheenvuoro pienimuotoisuuden puolesta!

Sivert Rosenholm, Hällesjö Chark, Jämtland

Paneelikeskustelu Matias Jungarin johdolla

Seminaari päättyy noin klo. 16.00

Järjestäjinä: Elinkeinokeskus Concordia ja Ab Företagshuset Dynamo Yritystalo Oy yhteistyössä Foodian kanssa. Seminaari on kaksikielinen, tulkkaus sekä suomeksi että ruotsiksi.

Ilmoittautumiset viimeistään 20.9.2010

Concordia, info@concordia.fi, puh. 010 239 7550 tai

Dynamo, dynamo@dynamohouse.fi, puh. 06 224 3620

Lisätietoja:

Jonas Harald, jonas@dynamohouse.fi

puh. 050 548 3400



Euroopan maaseudun kehittämisen maatalousrahasto: Eurooppa investoi maaseutualueisiin



Karelian FOOD FORUM HELSINKI 30.9.-1.10.2010

KUTSU

Tervetuloa **Karelian Food Forumiin** 30.9.-1.10.2010 Lasipalatsiin
(Mannerheimintie 22-24, 00100 Helsinki)

Karelian Food Forumissa voit tutustua pohjoiskarjalaisiin uutuustuotteisiin ja tavata maakunnan yrittäjiä. Lasipalatsissa sekä Maatilatori Eat&Joyssa esittäytyy myös helsinkiläisiä ravintoloita, jotka loihtivat herkuja pohjoiskarjalaisista raaka-aineista. Ohjelmassa on myös luentoja Bio Rexissä (teemoina mm. karjalainen ruokaperinne, tuotekehitys, markkinointi).

Lisätietoja ja ilmoittautuminen:

Matti Pasanen

tiimikoordinaattori, elintarvikepalvelut
Pohjois-Karjalan Aikuisopisto,
Puh. 050 465 0613
matti.pasanen@pkky.fi

Hanne Leppänen

Pohjois-Karjalan Aikuisopisto,
Puh. 050 409 6044
hanne.leppanen@pkky.fi

Marja-Leena Hirvonen

projektipäällikkö
Laadukasta riistayrittämistä –hanke 1.11.2008 – 31.10.2011
Pohjois-Karjalan Aikuisopisto,
Puh. 050 306 6257
marja-leena.hirvonen@pkky.fi

Eat  Joy[®]

MAA
TILA
TORI



Pohjois-Karjalan Aikuisopisto



Lähirooka ja paikallisuus muuttuvassa elintarviketaloudessa

Kirjoituksen pohjana on Lectio Praecursoria väitöskirjasta *Maaseutuyrittäjyys, verkostot ja paikallisuus. Tapaustutkimus pienenmuotoisen elintarviketuotannon kestäväydestä Keski-Suomessa*. Jyväskylä Studies in Education, Psychology and Social Research 374. Aikaisempi versio tästä kirjoituksesta on julkaistu Maaseudun uusi aika -lehden numerossa 1/2010 otsikolla *Lähirooka nousevana trendinä elintarviketuotannon muutoksessa* (sivut: 56-60).

Johdanto

Tämä kirjoitus perustuu maatilojen pienenmuotoista elintarvikeyritystä käsittelevään väitöskirjaukseen (Puupponen 2009). Tutkimuksen keskiössä ovat ruoantuotannon paikallisuus ja lähirooka-ajattelu. Samalla tutkimukseni tarkastelee elintarviketuotannon ja maaseudun muutosta ja näiden muutosten vaikutuksia maaseudulla tapahtuvaan yrittäjyyteen. Tärkein tutkimuskohteeni on maatila ja sen sopeutuminen muutokseen. Tutkimukseni pyrkii katsomaan myös tulevaisuuteen. Siksi tarkastelen sopeutumisen lisäksi visioita, joita kohti maatilojen toimintaa voitaisiin kehittää paikallisen ruoantuotannon kontekstissa. Väitöskirjaukseni perustuu laajaan haastatteluaineistoon, joka on kerätty Keski-Suomessa vuosina 2002–2005. Tutkimuksessa haastateltiin yhteensä 67 henkilöä, jotka olivat maanviljelijöitä, vähittäiskauppiaita, maaseudun kehittäjiä ja elintarviketeollisuuden johtajia. Tarkoituksena oli saada kattava kuvaus paikallisen ruoantuotannon toimivuudesta ja siihen mahdollisesti liittyvistä ongelmista.

Maataloutteen ja elintarviketuotannon vaikuttaneita muutoksia

Väitöskirjan kokoisessa tutkimuksessa on mahdollista käsitellä vain osaa maatilojen toimintaan vaikuttaneista muutoksista, sillä niiden kirjo on ollut valtava viime vuosina ja vuosikymmeninä. Ensinnäkin ratkaisevaa on ollut Suomen liittyminen Euroopan unionin jäseneksi vuonna 1995. EU-jäsenyydestä alkaen maatilojen määrä on vähentynyt huomasti (Niemi & Ahlstedt 2009: 16). Osaltaan kyse on ollut yleisemmästä kehityksestä, jolloin maatalouden rakennemuutoksen voi katsoa alkaneen jo ennen EU-jäsenyyttä (Pyykkönen 2001). Suomessa siirtyminen maatalousyhteiskunnasta teolliseen yhteiskuntaan ja edel-

leen niin sanottuun jälkiteolliseen palveluyhteiskuntaan on ollut hitaampaa kuin monissa muissa maissa (Karisto ym. 2003). EU-jäsenyyksensä merkittävästi maanviljelijöiden tulotaso. Tähän on vastattu tilakokoa kasvattamalla ja tuotantoa tehostamalla (Niemi & Ahlstedt 2009: 17). Vaikka julkinen politiikka on tukenut tällaista kehitystä, se on edellyttänyt myös tilojen omia riski-investointeja ja velkaantumista. Osalle tiloista tämä on ollut onnistunut strategia, mutta toisaalta viime aikoina on uutisoitu myös maatilojen tekemistä konkurseista, mitkä aikaisemmin ovat olleet erittäin harvinaisia. Kaikki maanviljelijät eivät ole halunneet ottaa tällaisia riskejä, vaan ovat etsineet vaihtoehtoisia strategioita esimerkiksi tiloilla harjoitettavan yrittäjyyden monipuolistamisesta ja erikoistumisesta tiettyyn tuotantoon. Yksi erikoistumisen muoto on elintarvikkeiden jatkojalostus paikallisille markkinoille eli lähirooan tuotanto. Lähirooan ilmiössä voi olla kyse ennen kaikkea siitä, että oma työ ja yrittäminen halutaan säilyttää hallittavana kokonaisuutena. Tästä viestivät myös tutkimukset, joiden mukaan kiire ja stressi ovat lisääntyneet työpaikoilla (Lehto 2006: 249; Julkunen 2008: 236–237). Kysymys ei kosketa siten pelkästään maatalouden toimialaa, vaan laajemmin koko yhteiskuntaa: jostain syystä töissä ei enää viihdytä. Toiminnan, työn ja yrittämisen tulisi olla ”ihmisen kokoista”, jotta ne tuntuisivat mielekkäiltä.

Elintarviketuotannon muutokset ovat olleet vähintään yhtä suuria kuin maaseudun ja maatalouden muutoksetkin, vaikka ne ovat tapahtuneet ehkä hitaammin ja pidemmällä aikavälillä. Keskeisin muutos liittyy elintarviketuotannon globalisoitumiseen. Kuluttajan näkökulmasta tämä tarkoittaa yhtäältä tuotevalikoimien monipuolistumista ja erilaisten vaihtoehtojen suurempaa määrää, toisaalta ruokaa tuodaan entistä kauempaa ja elintarvikeketjuun sisältyy niin paljon toimijoita, että tuotteen alkuperäpaikka hämärtyy (esim. Silvasti 2006). Tällaisen kehityksen varjopuolena ovat olleet erilaiset ruokaskandaalit, kuten hullun lehmän tautina tunnettu BSE Britanniassa 1990-luvun loppupuolella.

Esimerkkejä löytyy kuitenkin myös lähempää. Keski-suomalainen kirjoitti tammikuussa 2008 Pohjois-Karjalan keskussairaalassa potilaan ateriasta löytyneestä hiiren päästä (Huttunen 2008.):

”Hiiren pää on päätynyt potilaan lautaselle vihanneskeitospussista. Hiiri on ilmeisesti menettänyt päänsä vihannesten leikkausvaiheessa toimitusketjun alkupäässä. Sairaalaan pakastevihannekset tulevat jäädytettynä tiiviissä laatikoissa, joiden sisällä ne ovat vielä pusseissa. Sairaalassa pakasteita ei erikseen sulateta, vaan ne laitetaan suoraan pakkasesta paineessa kuumennettavaksi ja sen jälkeen jakoon ruokailijoille.”

Tällaisten uutisten vuoksi on ymmärrettävää, että kuluttajat ovat entistä huolestuneempia ruoantuotannon menetelmistä ja kaipaavat läpinäkyvyyttä elintarvikeketjuun. Ketjuun ja sen toimijoihin on voitava luottaa. Lyhyt ja paikallinen toimitusketju mahdollistaa luotamuksen rakentumisen (ks. esim. Hinrichs 2000). Samaan tapaan kuin tuotannossa, myös kuluttajan näkökulmasta kysymys on oman elämänpiirin ja toiminnan hallittavuudesta. Kun omien kulutusvalintojen seuraukset on helppo nähdä, niillä tehdään eräänlaista arkielämän yhteiskuntapolitiikkaa (ks. Massa & Ahonen 2006).

Muutosten vastareaktiot osana laajempaa yhteiskunnallista kehitystä

Elintarviketaloudessa vallitseva kehityssuunta on ollut globalisoituminen ja tehokkuusajattelu. Siksi paikallisuus on näyttänyt vasta-rintaisena ideologiana ja vaihtoehtoisena tarjontaketjuna (Marsden ym. 2000; Goodman 2004). Jos ajatellaan, että globalisaatio on ollut vallitseva megatrendi, voidaan lähirooka ja paikallisuus nähdä eräänlaisena mikrotrendinä. Mark J. Pennin ja E. Kinney Zalesnen (2009) mukaan mikrotrendit ovat pieniä muutoksia, joilla voi olla laajoja vaikutuksia. Ne tapahtuvat hitaasti ja huomaamatta, mutta niistä saattaa kehittyä ajan kuluessa megatrendejä. Samanaikaisesti voi olla olemassa myös vastakkaisia ja kilpailevia mikrotrendejä (emt.: 385). Tutkimusprosessin aikana huomasin, kuinka keskustelu lähirooasta ja tuotannon paikallisuudesta on koko ajan lisääntynyt. Vuonna 2002 tehdessäni ensimmäisiä haastatteluja ja keskustellessani aiheesta ihmisten kanssa, jouduin usein selittämään, mistä lähirooassa on kyse. Viime aikoina sitä ei ole enää tarvinnut tehdä, sillä lähirooasta on tullut arkipäiväinen ja tunnettu käsite. Se on saanut myös laajan kannatuksen kuluttajien asenteissa, vaikka se ei aina ruokakorissa näykyään. Kesällä 2009 myös maan hallitus ha-

vahtui asiaan ja ryhtyi edistämään lähiruoan asemaa pyytämällä maa- ja metsätalous- sekä työ- ja elinkeinoministeriötä selvittämään, kuinka paikallisia tuotteita voisi päätyä enemmän kaupan hyllyille.

Lähiruoka-ajattelun voikin tulkita osaksi laajenevaa yhteiskunnallista liikehdintää, joka ilmenee tympääntymisenä jatkuvasti kasvaviin tehokkuusvaatimuksiin, jatkuvaan muutokseen, erilaisiin elämän pudotuspeleihin ja kertakäyttökulttuuriin, jota aikakaudessamme luultavasti näkyvimmin edustaa ja symboloi Big Brother -talo. Eräänlaisena mikrotrendinä voisi pitää myös sitä, että pienet, aidot ja lähellä olevat asiat tulevat uudelleen merkityksellisiksi, eikä niihin suhtauduta enää välinpitämättömyydellä. Ekonomisti E. J. Schumacher kirjoitti jo 1970-luvulla teoksen ”Small is beautiful”, pieni on kaunista. Teoksen taustalla olivat öljykriisi ja huoli luonnonvarojen riittävydestä (Schumacher 1978.: 19–22). Schumacherin teoksen perusviesti liittyi juuri riittävyteen ja se kritisoi jatkuvaa kasvua. Jatkuvan kasvun tavoittelu tuottaa jatkuvaa riittämättömyyden tunnetta ja johtaa resurssien tuhlailevaan käyttöön. Schumacherin edustama ajattelu on sittemmin saanut runsaasti seuraajia ja on tänä päivänä erityisen ajankohtainen. Esimerkiksi erään internetin yhteisöpalvelu facebookiin perustetun ryhmän nimi on ”vähemmän, hitaammin”. Ryhmään on liittynyt jo yli 17 000 facebookin käyttäjää ja se julistaa sivuillaan elämään kuuluvan ”myös vähemmän ja hitaammin -suunta: lepo, sulatelu, luopuminen, hiljaisuus ja tyhjyys”.

Italiassa perustettiin 1980-luvulla Slow food -liike vastarintana McDonaldsin edustamalle pikaruokakulttuurille (Leitch 2003). Slow food -kuluttajat panostavat ruoan elämysellisyyteen ja raaka-aineiden laatuun. Ruoan valmistus on kokonaisvaltainen prosessi, johon on käytettävä aikaa eli liikkeen nimen mukaisesti sen on tapahduttava riittävän hitaasti. Näin ruokailu on paitsi päivittäinen välttämättömyys, myös elämys, jossa korostuvat muun muassa sosiaalisuus ja esteettisyys (Risku-Norja 2008).

Ylikansallinen teollisuus ja suuren mittakaavan tuotanto nähdään tehokkaana ja ajan hengen mukaisena järjestelmänä, vaikka siihen saattaa liittyä näköharhaa. Eräs ongelma on se, että massatuotanto vaatii toimiakseen myös massakulutusta. Samalla ruokaa päätyy

vuosittain valtavia määriä jätteeksi. Voikin aiheellisesti kysyä, kuinka tällaiseen on varaa? Maailmassa on samanaikaisesti laajoja nälkäongelmia ja aliravitsemusta. Myös ilmastonmuutos pakottaa resurssien järkevämpään käyttöön. Lyhyet ja paikalliset elintarviketajut ovatkin tässä mielessä mielenkiintoisia järjestelmiä. Ne ovat joustavia ja niissä pystytään ennakoimaan tuotteiden tarvetta (Puupponen & Taipale 2008: 28–29). Kysymys on ennen kaikkea ekotehokkuudesta. Tämä tuli esiin myös haastatteluaineistossani. Mitä lähempänä ruoantuotannon ympäristökuormitus tapahtuu, sitä helpompi sitä on hallita ja samalla perustella ympäristöhoidon kustannusten jakamista. Maatalouden ympäristökuormituksesta puhuttaessa unohtuu helposti se, että maatalous ei kuormita ympäristöä kaupungeissa, mutta kaupungeissa kulutettu ruoka kuluttaa ympäristöä siellä, missä ruoka tuotetaan. (Seppänen ym. 2006: 99–100.)

Pienyrittäjyyden haasteet

Tutkimuksessani ilmeni, että eräs paikallisten elintarviketuotteiden käytön hidaste on suomalaisen vähittäiskaupan ketjuuntuneisuus. Suomessa elintarvikkeiden myyntiä hallitsee kaksi suurinta ketjua, S- ja K-ryhmä. Viime vuosina etenkin S-ryhmä on kasvattanut osuuttaan (Elintarviketalous 2009: 24–25). Pienyrittäjä jää helposti liikeketjujen jalkoihin, sillä ne hallitsevat niin monia vaiheita koko tuotannosta, että pystyvät sanelemaan toiminnan pelisääntöjä. Ketjun ulkopuolelta on vaikea päästä tavarantoimittajaksi. Tilannetta kuvaa ehkä parhaiten se, että suomalaisen ruokakulttuurin suurin menestystarina on viime vuosina ollut ABC-liikennemyyrmälä, josta löytyy saman katon alta ravintola, ruokakauppa ja erilaisia erikoismyyrmälöitä (Sillanpää 2009). Ketjun idea tuntuu toimivan siitähän huolimatta, ettei asiakas voi odottaa palveluilta tai annoksilta suurta yksilöllisyyttä.

Vähittäiskauppatuotteiden toimivuus perustuu pitkälti siihen, että kulutusikäytymisen on yleensä rutinoitunutta (Ilmonen 1998). Kuluttamisen tulee olla helppoa ja tuotteiden tuttuja. Kuluttajia ei voi tästä moittia elämän ollessa muutenkin kiireistä. Tutkimukseni perusteella näyttää, että ainakin lyhyellä tähtäimellä paikallisten tuotteiden kannalta olisi parasta, että ne saataisiin paremmin integroitua osaksi vähittäiskauppojen myyntiä. Tutkimukseeni haastatelluilla henkilöillä oli

tästä hyviä kokemuksia. Toimintamalli edellyttää tiivistä yhteistyötä lähiruokayrittäjiltä, jotta heillä olisi riittävästi neuvotteluvoimaa suhteessa kauppatuotteisiin. Vaarana on, että ketjut ryhtyvät hallitsemaan liikaa koko toimintaa. Lisäksi on eri asia, miten tämä vaikuttaa pitkällä tähtäimellä esimerkiksi ruokademokratiaan eli jokaisen kansalaisen oikeuteen saada laadukasta ruokaa.

Toinen vaihtoehto on lähiruokayrittäjien entistä suurempi erikoistuminen. Tällöin tuotteiden tulisi pyrkiä puhuttelemaan vain laatu-tietoisia kuluttajia ja etsiä entistä kapeampia markkinasegmenttejä. Haastattelemillani yrittäjillä oli myös tästä hyviä kokemuksia. Elintarvikemarkkinoiden on ennakoitu eriytyvän toisaalta hintatasoltaan halvoiksi massamarkkinoiksi, jotka toimivat tuonnin varassa, toisaalta yksilöllisiksi laatumarkkinoiksi, joilla raaka-aineiden laadulla ja puhtaudella on erityistä merkitystä. Mikko Kumpulainen (1999, 220–221) kirjoitti jo kymmenen vuotta sitten ilmestyneessä väitöskirjassaan, että globaalien talouden tuotantomäärissä Suomi on tuomittu häviämään, mutta paikallisille markkinoille suuntautuvalla laatumataloudelle on nähtävissä voimakasta kysyntää. On selvää, että paikallisilla tuotteilla täytyy olla markkinoiden hyväksyntä, jotta tuotanto voi toimia. Markkinoita pystytään ohjailemaan esimerkiksi veropoliittisesti. Siksi lähiruoan tukemisessa on kysymys myös arvoalinoista.

Ruokakulttuurit muuttuvat jatkuvasti. Suomalainen ruokakulttuuri sai aikaisemmin vaikutteita etenkin itäiseltä ja läntiseltä naapurimaalta, mutta nykyään vaikutukset tulevat eri puolilta maapalloa (Risku-Norja 2008). Tänä päivänä esimerkiksi turismi, kasvava maahanmuutto ja eri kulttuurien entistä tiiviimpi vuorovaikutus tuovat uusia virtauksia myös paikallisiin ruokakulttuureihin. Tämän monipuolistumisen voi nähdä rikkautena, mutta myös haasteena paikallisille elintarvikeryrittäjille.

Lopuksi

Väitöskirjani kannessa on kuva ylämaan karjasta talvisessa maisemassa. Lukija ei välttämättä heti huomaa sen yhteyttä teoksen otsikkoon. Ylämaan karja eli Highland Cattle symboloi monella tapaa tämän tutkimuksen tematiikkaa. Se on erittäin kestävä rotu. Paksun nahkansa ja tuuhean turkkinsa ansiosta se pystyy

viettämään talvetkin ulkona. Se on myös todella tehokas ravinnon hyödyntäjä: ylämaan karja pystyy käyttämään karuja luonnonlaitumia ja joutomaita ravinnokeeseen. Silti sen liha on ensiluokkaista, sillä se on poikkeuksellisen proteiini- ja vähärasvaista. Rodulla on myös tunnistettava alkuperäpaikka Skotlannin ylämailla ja se on samalla myös alueella asuvien identiteetin symboli. Ylämaan karja on sopeutunut kuitenkin hyvin myös suomalaiseen ympäristöön. Siksi sen voi samalla tulkita edustavan kulttuurista globalisaatiota, mutta pelkästään sen myönteisessä merkityksessä.

Ylämaan karjan olemus symboloi jollain tavalla myös suomalaisia maanviljelijöitä ja yrittäjyyden harjoittamista karuissa pohjoisissa olosuhteissa. Kautta historian viljelijät ovat joutuneet kokoamaan toimeentulonsa ympäristönsä tarjoamista resursseista. Läheskään aina tämä ei ole ollut helppoa, sillä luonto ja ympäristö asettavat omat ehtonsa resurssien hyödyntämiselle. Myös taloudellinen ja poliittinen toimintaympäristö ovat olleet ennustamattomia ja etenkin viime vuosina erityisen tempoilevia. Tästä huolimatta viljelijät ovat löytäneet keinoja selviytymiseen ja he ovat olleet pakotettuja innovatiivisuuteen jo kauan ennen kuin innovaatiopolitiikasta on laajemmalti puhuttu.

*Antti Puupponen, YTT, yliassistentti
Jyväskylän yliopisto, Yhteiskuntatieteiden
ja filosofian laitos
antti.puupponen@jyu.fi
Puh. 014 260 3075*

Lähteet:

Elintarviketalous. 2009. Elintarviketalouden tuotanto-, kulutus-, markkinointi- ja hintatilastoja 2003-2008. Suomen Gallup Elintarviketieto Oy.

Goodman, David 2004. Rural Europe Redux? Reflections on Alternative Agro-Food Networks and Paradigm Change. *Sociologia Ruralis* 44(1): 3–16.

Hinrichs, Clare C. 2000. Embeddedness and local food systems: notes on two types of direct agricultural market. *Journal of Rural Studies* 16(3): 295–303.

Huttunen, Pasi 2008. Potilaan lautaselta löytyi hiiren pää. *Keskisuomalainen* 27.1.2008.

Ilmonen, Kaj 1998. Sosiologia, rutiinit ja kulutus. *Sociologia* 35(2): 92–103.

Julkenen, Raija 2008. Uuden työn paradoksit. Keskusteluja 2000-luvun työprosess(e)ista. Vastapaino, Tampere.

Karisto, Antti, Takala, Pentti & Haapola, Ilkka 2003. Matkalla nykyaikaan. Elintason, elämäntavan ja sosiaalipolitiikan muutos Suomessa. WSOY, Helsinki.

Kumpulainen, Mikko 1999. Maan ja talouden välissä. Viisi kertomusta suomalaisen maatalon luontosuhteen muutoksesta. Joensuun yliopisto, maantieteen laitos, julkaisuja no. 5.

Lehto, Anna-Maija 2006. Työpaineet ja kiirekokemukset. Teoksessa: Lehto, Anna-Maija, Sutela, Hanna & Miettinen, Arto (toim.). Kaikilla mausteilla. Artikkeleita työolotutkimuksesta. Tilastokeskus, tutkimuksia 244, Helsinki.

Leitch, Alison 2003. Slow Food and Politics of Pork Fat: Italian Food and European Identity. *Ethnos* 68(4): 437–462.

Marsden, Terry, Banks, Jo & Bristow, Gillian 2000. Food Supply Chain Approaches: Exploring their Role in Rural Development. *Sociologia Ruralis* 40(4): 424–438.

Massa, Ilmo & Ahonen, Sanna (toim.) 2006. Arkielämän ympäristöpolitiikka. Gaudeamus, Helsinki.

Niemi, Jyrki & Ahlstedt, Jaana (toim.) 2009. Suomen maatalous ja maaseutuelinkeinot 2009. Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskus. Taloustutkimus, julkaisuja 109, Helsinki.

Penn, Mark J. & Zalesne E. Kinney 2009. Microtrends: The Small forces Behind Tomorrow's Big Changes. Twelve, New York.

Puupponen, Antti 2009. Maaseutuyrittäjyys, verkostot ja paikallisuus. Tapaustutkimus pienimuotoisen elintarviketuotannon kestävydestä Keski-Suomessa. *Jyväskylä Studies in Education, Psychology and Social Research* 374. Jyväskylä University Printing House, Jyväskylä.

Puupponen, Antti & Taipale, Sakari 2008.

Lähiaruokatuotannon verkostot: sosiaalisten suhteiden ja siteiden tarkastelua Keski-Suomessa. *Maaseudun uusi aika* 16(1): 21–34.

Pyykkönen, Perttu 2001. Maatalouden rakennemuutos erialueilla. Pellorvon taloudellisen tutkimuslaitoksen raportteja n:o 180, Helsinki.

Risku-Norja, Helmi 2008. Kestävää kehitystä julkisiin ruokapalveluihin. *Maaseudun tiede* 65:4. Saatavissa: <http://www.mtt.fi/maaseuduntiede/pdf/mtt-mt-v65n04s13.pdf>. [viitattu 12.11.2009]

Schumacher, E.F. 1978. *Small is Beautiful. A Study of Economics as if People Mattered*. Abacus, London.

Seppänen, Laura, Aro-Heinilä, Esa, Helenius, Juha, Hietala-Koivu, Reija, Ketomäki, Hanna, Mikkola, Minna, Risku-Norja, Helmi, Sinkkonen, Marko & Virtanen, Hanna 2006. Paikallinen ruokajärjestelmä: ympäristö- ja talousvaikutuksia sekä oppimishaasteita. Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti. Raportteja 4, Mikkeli.

Sillanpää, Sami 2009. Koko elämä S-ryhmästä. *Helsingin Sanomat*, 20.9.2009, D1-D2.

Silvasti, Tiina 2006. Ruoka globalisoituu – kasvaako valinnan vapaus? Teoksessa: Massa, Ilmo & Ahonen, Sanna (toim.). *Arkielämän*

ympäristöpolitiikka. Gaudeamus, Helsinki. 33–56.

Pohjoismainen hanke selvittää kouluruokailuketjun nykytilaa

Viiden Pohjoismaan yhteisessä lasten ja nuorten ruokailuhankkeessa on koottu yhteen tieto eri Pohjoismaiden kouluruokaketjun nykytilasta, menestystekijöistä ja kehittämisen tarpeista. Suomesta hankkeeseen osallistuvat VTT ja Mikkelin ammattikorkeakoulu. Tehtyjen selvitysten pohjalta kootaan raportti, ja tehdään esitys sekä maakohtaisista että yhteispohjoismaisista kehityskoh-teista. Hankeen päärahoittaja on Pohjoismainen Innovaatiokeskus NICE.

Suomen seminaari 8.9.2010

Kouluruokahanke järjestää 8.9.2010 klo 8.30 -14.00 seminaarin Dipolissa Espoossa yhdessä ETP Food for Life Finlandin kanssa. Seminaarin ohjelma keskittyy nuorten ruokailuun kohdistuneiden kehityshankkeiden sisältöjen ja kokemusten esittelyyn. Seminaarin lopussa on työpaja, jossa on tarkoitus ideoida ja tunnistaa tulevia kehittämisen kohteita. Mm. tähän seminaaripäivään perustuen VTT tulee ehdottamaan pohjoismaiselle yhteistyöfoorumille (Nordic technology Platform, NTP), mihin alueisiin nuorten ruokailun kehittämistä tulisi jatkossa suunnata.

Seminaari on avoin kaikille, ja siihen voi ilmoittautua sihteerin Annemari Kuokka-Ihalaiselle; annemari.kokka-ihalainen@vtt.fi.

Lisätietoja:

Aimo Tiilikainen

VTT, tiimipäällikkö, erikoistutkija

puh. 040 183 4933

aimo.tiilikainen@vtt.fi

BaltFood newsletter

The third issue of the baltfood newsletter introduces amongst others innovative results of the project:

- How healthy are you preparing your meal? "Healthy to Go -- Food Innovation", The first online course for the food industry in the Baltic Sea region has been finalized successfully!
- TrendWiki, a tool developed to analyze food trends at an early stage. Can we recognize future food trends in the Baltic Sea region to guarantee the competitiveness of this area?
- LOEHRKE cleenius -- the future of automated hygiene, a company with a new dimension of cleaning facilities for the food industry.

To download this newsletter please follow the link: www.baltfood.org/file/newsletter_no_3.pdf

For further information about the baltfood project please visit our homepage

<http://www.baltfood.org>

Jokaisella ruoka-annoksella on oma tarinansa

Laatu, rakkaus ja tunne ovat tärkeämpiä kuin edullisin hinta. Lähiruuan puolesta aktiivisesti liputtavan ravintola Savoyn keittiöpäällikkö Kari Aihinen perää tuottajilta sitkeyttä omien raaka-aineidensa markkinoinnissa. - Ammattikeittiön on nykyisin helpompi ostaa pakastanaista kalafilettä kuin Inarinjärvestä pyydystettyä nieriää. Tuote pitää olla kunnossa, logistiikka toimia ja toimitusvarmuutta on löydettävä, silloin tavaraa menee vaikka kuinka paljon, kannustaa Aihinen.

Ruuan tarina

Tarina lähtee liikkeelle raaka-aineesta. Kuka ja missä perunan on viljellyt, millaisessa maassa se on kasvanut, olosuhteet, historia ja tekijät ovat osa elämystä, jonka asiakas kokee syödessään. Parhaimmillaan ruoka on silloin kun raaka-aineet haetaan aamulla, ruoka valmistetaan suoraan tarjottavaksi ja asiakkaalla on tieto siitä mitä hän syö ja kuka aterian on valmistanut. Ihmiset ovat nykyisin kiinnostuneita ruuasta, he haluavat keskustella siitä, vertailla kokemuksia ja etsiä uusia elämyksiä. Ruoka on parhaimmillaan nautinto, jonka ympärille ihmiset kokoontuvat ja joka rakentaa yhdessäolon fiiliksen.

Lähiruualle on kysyntää

Ranskalainen ankanmaksu on hieno raaka-aine mutta yhtä hyviä tuotteita voi löytyä vaikka Tampereelta, kuittaa turkulainen Aihinen. Huippuravintoloiden ruokalistat muuttuvatkin nopeasti kotimaisiin raaka-aineisiin pohjautuviksi. Eettiset kysymykset ohjaavat yhä useammin ihmisten valintoja. YouTubeista voi löytää maailmalta vaikka kuinka hurjia videoita tuotantoeläinten käsittelystä. Siinä suhteessa suomalaista ruokaa voi syödä levollisin mielin.

Lähiruuassa olennaista ei ole määrittelyn raja-arvojen täytyminen. Esimerkiksi poronliha

tulee Savoyhin yli 500 km päästä, mutta keittiöpäällikkö tuntee toimittajat ja on ollut paikanpäällä seuraamassa lihan käsittelyä. Tuote tulee sellaisena kuin on sovittu, kun se pannaan listalle niin raaka-aineisiin on voitava luottaa, sanoo Aihinen.

Tarjotkaa aktiivisesti

Aihisen viesti tuottajille on selkeä. Ammattikeittiöissä on halu käyttää pientoimittajien raaka-aineita mutta keittiöpäällikkö ei voi kierrellä maakunnissa kyselemässä olisiko mitä tarjolla. Tuottajien on otettava vastuu omien tuotteidensa markkinoinnista. Sähköpostilla lähetetty tuntemattoman tuottajan tarjous jää helposti huomiotta. Yhteiset esittelytilaisuudet, joihin kutsutaan kaupungin ravintoloiden hankinnoista vastaavat ovat hyviä. Ostaja saa samalla kertaa laajemman tarjonnan ja myyjä taas voi tavoittaa useampia asiakkaita. Juuri nyt olisi kysyntää hyvälaatuisesta porkkanasta, punajuuresta ja palsternakasta, listaa Aihinen.

Kala ongelmallista

Ammattikeittiöiden kannalta kotimainen kala on kaikkein hankalin raaka-aine. Käytännössä kaikki käytettävä kala on viljeltyä ja iso osa siitä tulee Suomen ulkopuolelta. Kasvatettu kala käyttäytyy valmistusvaiheessa eri lailla kuin vapaana kasvanut, joka olisi mieluisempaa raaka-aietta huippuravintoloiden keittiöissä. Tuoretta kalaa pitäisi saada päivittäin, mikä ei tällä hetkellä ole mahdollista ainakaan va-



Ravintola Savoyn Executive Chef Kari Aihinen liputtaa vahvasti suomalaisen pientuotannon puolesta. - Ruualla pitää olla tarina, raaka-aineet ja tekijät on tunnettava. Silloin syntyy elämys josta voi todella nauttia.

paana kasvaneen kalan osalta, harmittelee Aihinen.

Ravintola Savoyn Executive Chef de Cuisine Kari Aihinen kokkasi lähiruokaa ProAgria Kymenlaakson lähi- ja luomuruuan saatavuudesta ammattikeittiöihin edistävässä tilaisuudessa Arboretum Mustilan puistossa.

Makujen Lappi - ruokatapahtuma kokosi alan huiput Rovaniemelle

Elimäellä järjestetään Lähiruokamessut 11-12.9, jossa Aihinen on näytöskeittiön isäntänä sunnuntaina. Nyt toista kertaa järjestettävä tapahtuma yllätti viime syksynä suosiollaan, sillä kävijöitä oli yli 5000. Näytteilleasettajia on tänäkin vuonna yli 40 ja ruuan lisäksi messuvieraille on tarjolla Mustilan upeat maisemat sekä luennot hedelmäpuista ja tryffelinviljelystä.

Kari Aihinen

Ei tullut urheilijaa, tuli keittäjä. Näin esittelee itsensä maamme huippukokkeihin lukeutuva Kari Aihinen. Helsingissä asuva turkulainen on rento ja sanavalmis Ravintola Savoy'n keittiöpäällikkö.

Aihinen on itsekin ryhtynyt ruuan tuottajaksi rakentamalla Helsingin keskustaan Savoy'n kahdeksannen kerroksen kattoterassille oman puutarhan. Salaatit, retiisit, mansikat, yrtit ja monet muut kasvit tulevat taatusti tuoreina ravintolan pöytään. Alkuperä on tiedossa ja toimitusketju mahdollisimman suora. Lähiruokaa parhaimmillaan!

Urheiluinnotus ei kuitenkaan kokonaan jättänyt miestä vaikka keittäminen veikin voiton. Aihinen oli Suomen kokkimaajoukkueen jäsenenä vuosina 2002-2007, joista kaksi viimeistä vuotta kapteenina.

Terve kilpailuhenki on aistittavissa myös suh-
tautumisesta työhön. - Jokainen päivä on juhlapäivä kun vetää valkoisen takin ylleen. Tänäpäin voi tehdä vielä paremman annoksen kuin eilen, mutta myös epäonnistumisen vaara vaanii. Keittiössä ei ole varaa herpaantua hetkeksikään.

Tilaisuuden järjestävät ProAgria Kymenlaakso ry:n Lähi- ja luomuruokaa julkisille ammatti-keittiöille Kymenlaaksossa-hanke sekä MTK Elimäki ry.

Lisätietoja

Tuula Repo

tuula.repo@proagria.fi

Lappilaiset lähituotteet olivat parrasvaloissa 5.-6. toukokuuta, kun elintarviketuottajat sekä hotelli-, ravintola- ja catering-alan yritykset kokoontuivat yhteiseen MAKUJEN LAPPI -ruoka-tapahtumaan Rovaniemelle. Seminaari toi kaupunkiin myös mielenkiintoisen kattauksen alan asiantuntemusta maan huipulta.

Ensimmäistä kertaa Lapissa järjestetty MAKUJEN LAPPI -ruokatapahtuma oli matkailun ja elintarvikealan ilmiötä monesta näkökulmasta ruotiva ammattilaisseminaari, jonka järjesti Rovaniemen Kehitys Oy yhteistyössä Rovaniemen ammattikorkeakoulun ja Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskuksen kanssa. Muita toimijoita olivat muun muassa Rovaniemen kaupunki, Paliskuntain yhdistys, Polar Wild, Rähän Leipomo, Hartwall, Lapin Kuivaherkku, Lapland Kitchen Ware, MaHeVi, Image Wear, Lapin Krassi sekä Suomalaisen ruokakulttuurin edistämisohjelma. Tapahtuma oli osa Ruoka-Suomen ja SRE:n maakunnallista ruokakulttuurikiertuetta.

Kaksipäiväisen ruokatapahtuman tavoitteena oli tarjota osallistujille ainutlaatuisen tilaisuus verkostoitua, parantaa paikallisten tuotteiden tunnettavuutta sekä lisätä lähiruokaa kysyntää. Paikalliset tuotteet esitettiin myös tapahtuman ajan esillä olevalla Tuotetorilla.

Alan kärkinimiin lukeutuvat asiantuntijat kertoivat seminaariyleisölle käytännön esimerkein, kuinka Lappi ja Suomi nostetaan Euroopan johtavaksi puhtaiden makujen maaksi. Koko tapahtuman avasi itseoikeutetusti ravintola-alan grand old man, keittiömestari **Tapio Sointu**, joka puheenvuorossaan kertoi muun muassa Lapin ruokaperinteistä ja kuinka niitä on vuosien saatossa vaalittu ja taltioitu. Professori **Kari Salminen** piti vakuuttavan esityksen siitä, ovatko tyydytetyneet eläinrasvat sittenkään vaarallisia ja sydänterveydelle haitallisia. Kolmen meta-analyysin pohjalta hän kannusti kuulijoita pohtimaan, onko 50 vuotta vanha rasvateoria totta vai tarua. Ravintoloitsija **Mia Saari** puolestaan puhui tulevaisuuden trendeistä, joihin hän laskee mukaan hyperpaikallisuuden, myrkyttömyyden ja läpinäkyvyyden.

Seminaariesitykset löytyvät kokonaisuudessaan tapahtuman kotisivuilta osoitteesta www.rovaniemenkehitys.fi/makujenlappi.



Kainuun Elintarvikepäivä 2010

Ruuasta Kainuun matkailun kilpailuvaltti



torstaina 14.10.2010

Sokos Hotelli Vuokatti, Kidekuja 2, Vuokatti

Elintarvikealan mahdollisuudet Kainuussa ovat kiinni kyvystä vastata kuluttajien uusiutuvaan kiinnostukseen. Maakunnan yritykset palvelevat lähinnä päivittäistä elintarvikekulutusta, mutta mukana on myös yrityksiä, jotka tuottavat paikallisista raaka-aineista valmistettuja perinneruokia. Kainuulaisen ruokakulttuurin matkailullista vetovoimaa voidaan vahvistaa nostamalla ruuan paikallista arvostusta. Tehtävä vaatii yhteistyötä, markkinointia ja tuotekehitystä. On metsästettävä innovatiivisia ideoita ja kehitettävä erikoistuotteita kainuulaisen maaseudun vahvuuksia hyödyntäen. Kainuun Elintarvikepäivä 2010 tuo kainuulaista ruokakulttuuria, elintarvikeyrittäjyyttä ja matkailua lähemmäksi toisiaan.

Tule mukaan ideoimaan, miten tehdä ruuasta Kainuun matkailun kilpailuvaltti!

Ohjelma

- 9.00 Kahvit ja ilmoittautuminen
- 9.30 **Avaus**, päivän puheenjohtaja, toimialapäällikkö Tuomo Tahvanainen, Kainuun Etu Oy
- 9.45 **Ruokamatkailu nousussa – kotimaisten ja ulkomaisten asiakkaiden odotukset paikalliselle ruualle**, koulutus- ja kehityspäällikkö Mirja Hellstedt, Ruokatieto Yhdistys ry
- 10.30 **Taste of Wild Taiga – näkemyksiä ruuan merkityksestä Kainuun matkailussa**, myyntipäällikkö Jaana Keränen, Pohjolan Mylly
- 11.15 **Ruoka matkailuyrityksen mahdollisuutena – yrittäjäpuheenvuoro**, Puukarin Pysäkki, Anita/Heikki Ovaskainen, Valtimo
- 11.45 Keskustelua ja työpajoihin ohjaus, Tuomo Tahvanainen
- 12.30 **Lounas ravintola Kipossa**. *Suomalaisen ruokakulttuurin edistämishjelma SRE tarjoaa osallistujille tasokkaan ja kainuulaisia ruokaperinteitä vaalivan lounaan.*
- 13.30 Ohjattu työpajatyöskentely
1. **Ekologinen kylämatkailu ja lähiruoka**, työryhmän vetäjinä Sanna Kankaanranta ja Marjatta Pikkarainen, Kainuun Maa- ja kotitalousnaiset / ProAgria Kainuu
 2. **Kainuulaisen ruokakulttuurin tuotteistaminen**, työryhmän vetäjä Mirja Hellstedt, Ruokatieto Yhdistys ry
 3. **Luonnontuotteet ja jokamiehen oikeudet matkailun vetovoimatekijäksi**, työryhmän vetäjä Simo Moisio, Arktiset Aromit ry
- 15.00 Työpajojen purku
- 16.00 **Päivän päätös ja yhteenveto**, Tuomo Tahvanainen

Seminaarin osallistumismaksu on 20 €/ hlö. Osallistujamaksu laskutetaan. Hintaan sisältyvät aamu- ja iltapäiväkahvit, lounas sekä seminaarimateriaali.

Sitovat ilmoittautumiset 7.10. mennessä sähköpostitse: kantrikoulutus@kao.fi. Ilmoitathan samalla kotikuntasi, puhelinnumerosi, ruokailtko seminaaripaikalla ja mihin työpajaan osallistut.

Järjestäjät: Kainuun maaseutuelinkeinojen teemaohjelma, KantriKoulutus –hanke, Suomalaisen ruokakulttuurin edistämishjelma SRE



Ruoka-Suomi



Pientuotannon puolesta

Valtakunnallinen Aitoja makuja -hanke edistää elintarvikealan pienyrittäjyyden näkyvyyttä ja löydettävyyttä. Hankkeen keskeisin viestintäväline on elintarvikealan yritysten hakupalvelu www.aitojamakuja.fi, jonka avulla toimijatahot voivat helposti löytää paikallisia elintarvikeyrityksiä. Lisäksi kolmivuotinen hanke lisää tietoisuutta elintarvikkeiden pientuotannosta. Ahlman vastaa www.aitojamakuja.fi -sivuston Pirkanmaan panoksesta.

Turun yliopiston koulutus- ja kehittämiskeskuksen vetämä, vuonna 2009 alkanut Aitoja makuja -hanke, saa rahoituksensa Hämeen ELY-keskukselta sekä EU:n maaseuturahastosta. Hanke toteuttaa Manner-Suomen maaseudun kehittämissuunnitelmaa.

Aitoja makuja -hakupalveluun kerättyjä yrityksiä esitellään seuraavaksi erityisesti ammatti- ja suurtalouskeittäöille, jotta lähiruoka päätyisi useammin suomalaisten lautasille. Ahlman on kerännyt sivustolle lähes 100 pirkanmaalaista elintarvikealan pk-yritystä.

– Myönteisiä kommentteja on jo tullut siitä, että yrityksen omien nettisivujen käynnit ovat lisääntyneet Aitoja makuja -sivuston kautta, koulutussuunnittelija **Anna Kortekangas** kertoo.

– Hakupalvelun monipuolistaminen on jatkuvan kehityksen alaisena. Tästä esimerkkinä on logistiikan vinkkilistan kokoaminen ja kehittäminen maakunnittain. Se parantaa pienten ja keski suurten elintarvikeyritysten näkyvyyttä ja kilpailukykyä.

Myös sivustolla mukana olevien yritysten yhteishenki on tärkeä.

– Järjestämme Pirkanmaalla tilaisuuksia, joihin kutsumme myös Aitoja makuja -tuottajia. Näin tuottajat saavat mahdollisuuden verkostoitua ja kehittää yritysten välisiä yhteistyömahdollisuuksia, Anna kannustaa.

Isosti esillä

Ahlman esittelee Aitoja makuja -hanketta aktiivisesti ja laajasti.

– Tilapuodissa on myynnissä tuotteita noin kahdeltakymmeneltä haku-

palvelussa mukana olevalta yrittäjältä. Siellä sivusto on esillä jatkuvasti, Anna kertoo.

Lisäksi Ahlman on nostanut Aitoja makuja näkyviin muiden muassa pirkanmaalaista ruokakulttuuria -seminaarissa, Ahlmanin perinnetuotemarkkinoilla sekä lähiruokapäivillä Tampereen Kauppahallissa vuonna 2009. Ahlman teki myös lähes 20 vierailua Aitoja makuja -yrityksiin.

– Keväällä 2010 näymme ainakin puutarhamessuilla ja Ahlmanin puutarhapäivässä. Panostamme suoriin yrityskäynteihin sekä pyrimme kehittämään yhteistyötä alueen muiden elintarvikkeisiin liittyvien hankkeiden kanssa, Anna visioi.

Aitoja makuja -hankkeen suurin hyötyjä on suomalainen ruokakulttuuri, joka on Ahlmanin ideologiassa oleellisella paikalla.

– Ahlman saa valtakunnallista ja monipuolista näkyvyyttä Aitoja makuja -hankkeen avulla. Tämän lisäksi pystymme rakentamaan laajan yhteistyöverkoston paikallisten elintarvikeyrityksien kanssa. Roolimme on myös toimia yhtenä elintarvikkeiden tuottajana muun muassa tulevan Tilameijerin avulla, Anna summaa.



www.aitojamakuja.fi



Lähiiruokaa Kainuussa

ProAgria Kainuun ja Kainuun maa- ja kotitalousnaisten piirikeskuksen toteuttama Kainuulainen Lähiiruoka -hanke käynnistyi 1. toukokuuta 2010 ja jatkuu 30.4.2013 asti. Hankkeella halutaan lisätä lähiruuan saatavuutta, käyttöä ja tunnettua. Lisäksi tavoitellaan kainuulaisen ruuan alkutuotannon säilyttämistä, toimijoiden keskinäisen yhteistyön lisäämistä ja uuden yritystoiminnan synnyttämistä alueelle.

Kohderyminä ovat maakunnassa toimivat kehittämisorganisaatiot sekä koko tuotantoketju pellolta pöytään; tuottajista kuluttajiin.

Hankkeessa Kainuuseen luodaan kehittämisyöryhmä, jonka avulla varmistetaan toimenpiteiden jatkuminen vielä hankkeen loppumisen jälkeen. Hanke vastaa Kainuuseen laaditun elintarvikestrategian koordinoinnista etenkin lähiiruokakokonaisuuden osalta. Lähiiruoka on hyvin laaja kokonaisuus ja vaikuttaa moniin kehittämisen alueisiin. Hankkeen aikana onkin tärkeää tiivis yhteistyö alan toimijoiden kanssa sekä asenteisiin ja valintoihin vaikuttaminen. Tavoitteena on myös suunnitella ja käynnistää elintarvikkeisiin sekä lähiiruokaan liittyviä kehittämis-, koulutus- ja yritysryhmähankkeita.

Toiveena on, että Kainuulainen elintarvikealan yritystoiminta kasvaisi, alan toimijat olisivat hyvin verkostoituneita ja kilpailukykyisiä. Kainuuseen haetaan parempaa omavaraisuusastetta, varsinkin tuoretuotteiden osalta sekä kuluttajien myönteisempää asennoitumista lähiiruokaa kohtaan. Yhteistyön lisäämisellä ja erillisillä selvityksillä edesautetaan myös Kainuun elintarvikestrategiassa mainittujen kärkihankkeiden liikkeelle saamista. Hankevastaavana toimii elintarvikeasiantuntija Sanna Kankaanranta ja hankeavustajana suunnittelija Katariina Sivonen Kainuun maa- ja kotitalousnaisten.

Hankkeen etenemistä voi seurata netissä: www.maajakotitalousnaiset.fi/kainuu -> hankkeet -> Kainuulainen Lähiiruoka blogissa www.lahiruoka.wordpress.com tai Facebookissa "Kainuulainen Lähiiruoka".



Kuvaaja Sanna Kankaanranta

Pakkausmerkintäopas päivitetty

Pakkausmerkintäopas elintarvikevalvojille ja elintarvikealan toimijoille on päivitetty (Eviran ohje 17005/4) ja se on tulostettavissa Eviran tilauspalvelusta:

<http://www.evira.fi/uploads/WebShopFiles/1279606641240.pdf>

*Lisätietoja
ylitarkastaja Tytti Itkonen
puh. 020 772 4296*

Kaupallistamiskurssi elintarviketutkijoille

Elintarvikealan tutkijat pääsevät kehittämään tutkimustiedon kaupallistamisen taitojaan elintarviketutkimuksen kaupallistamiskurssilla alkavana syksynä.

Elintarvikekehityksen osaamiskeskus (OSKE) järjestää ”Tiedosta tuotteeksi” -valmennuskurssin tutkijoille ja alan jatko-opiskelijoille 20.9. – 22.9. ja 29. -30.9.2010 pääkaupunkiseudulla.

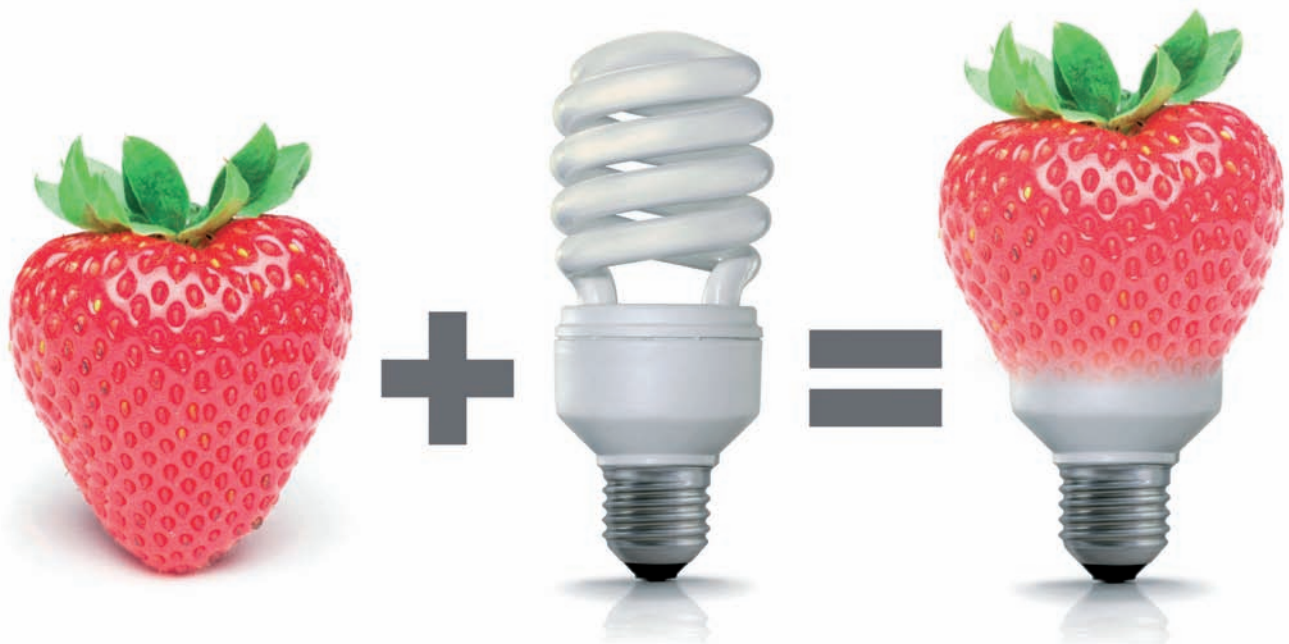
Vastaavia koulutuksia on järjestetty mm. bio- ja nanoteknologian puolella ja palaute näistä kurseista on ollut erinomainen. Nyt koulutus järjestetään ensimmäistä kertaa myös elintarvikealalla. Tavoitteena on, että kurssi auttaa yhä monipuolisemmin jalostamaan korkeatasoista tutkimusosaamistamme kaupallistettaviksi tuotteiksi ja palveluiksi.

Kurssilla läpikäydään tutkimuksen ja liiketoiminnan välinen kehityspolku, jonka tunteminen hyödyttää jokaista alan tutkijaa. Koulutus tarjoaa tutkijoille käytännön valmiuksia tutkimuksen kaupallistamispotentiaalin arvointiin, ideoiden kaupallistamiseen ja yhteistyösuhteiden luomiseen teollisuuden ja rahoittajien kanssa.

Kurssin yhteistyökumppaneina ovat Inex Partners Oy ja Fazer Leipomot Oy. Kouluttajina kurssilla ovat tuotekehityksen ja kaupallistamisen asiantuntijat yksityiseltä ja julkiselta sektorilta.

Kurssin taustatahona toimii Elintarvikekehityksen osaamiskeskuksen (OSKE) ja Culminatum Oy:n toteuttama ElintarvikePumppu-projekti, jota rahoittavat Uudenmaan liitto ja pk-seudun suuret kunnat. ElintarvikePumppu-projektin tavoitteena on elintarviketutkimustiedon kaupallistaminen ja Uudenmaan alueen innovaatioympäristön kehittäminen.

*Kurssille voi ilmoittautua
Elintarvikekehityksen OSKE:n
projektipäällikkö Eeva-Liisa Lilja
puh. (050) 326 9598
eeva-liisa.lilja@viikkifoodcentre.fi*



Vauhditus.fi : Uusin työkalu elintarvikealan myyntityöhön

Myyntityö on kallista sekä vaativaa ja uudet työtä helpottavat työkalut ovat aina tervetulleita.

Suuri osa eri alojen kuluttajille suunnatusta kaupasta onkin jo siirtynyt internettiin. Syynä tähän on yksinkertaisesti kysynnän ja tarjonnan kohtaaminen eli markkinatalous. Myyjä tavoittaa suuren määrän ostajia mitättömin kustannuksin ja ostajat hyötyvät paremmasta tarjonnasta ja vertailumahdollisuudesta.

Hieman yllättäen yritysten välinen internet-kaupankäynnissä on vielä lapsenkengissä. Tämä johtuu eri alojen erilaisista tarpeista, vaatien myyntisivustolta syvällistä alatuntemusta. Viime aikoina tällaisia toimialakohtaisia myyntisivustoja on kuitenkin jo alkanut ilmaantua usealle alalle.

Toimialakohtainen myyntisivusto ottaa huomioon alan toimijat, tuotteet, nykyiset toimintamallit sekä uudistaa alaa tuomalla uusia työkaluja myyntityöhön. Toimialakohtaiset myyntisivustot uudistavat koko alaa tasaamalla pienten ja suurten toimijoiden mahdollisuuksia tehdä myyntityötä, jolloin tarjonta koko alalla lisääntyy.

Vauhditus.fi - palvelu on Suomen elintarvikealan uusi myyntisivusto. Tavarantoimittajat voivat itse luoda ilmoituksia tarjonnastaan ja kohdistaa ilmoitukset haluamilleen kaupoille. Myyjä voi olla paikallinen lähiruoan tuottaja tai valtakunnallinen tavarantoimittaja. Palvelussa on otettu huomioon myynnin alakohtaiset edellytykset ja myyntiprosessin selkeys. Ostajat näkevät vain heille suunnatut ilmoitukset ja myyjät eivät näe toistensa ilmoituksia.

Vauhditus.fi sivusto avattiin kesällä 2010 ja jo nyt se on kerännyt alalla kiinnostusta uuden konseptinsa myötä. Myyjänä voi toimia kuka tahansa tavarantoimittajan organisaatiosta, mutta suositeltavaa on valita myyntihenkilö jolla on kosketus markkinaan. Ostajina toimii tyypillisesti useita eri henkilöitä kaupan sisällä, kauppias, myymäläpäällikkö ja osastovastaavat.

Lue lisää www.vauhditus.fi

Ravintoarvomekintäopas päivitetty

Evira on päivittänyt Ravintoarvomekintäoppaan 17030/1. Oppaan tavoitteena on helpottaa ja yhtenäistää ravintoarvomekintäasetuksen (588/2009) soveltamista Suomessa. Opas on tarkoitettu ravintoarvomekintöjä laativille elintarvikealan toimijoille ja elintarvikevalvontaviranomaisille.

Opas on ladattavissa Eviran tilauspalvelusta <http://www.evira.fi/portal/fi/evira/tilauspalvelu/>. Ruotsinkielinen käännös ilmestyy alkusyksystä.

Lisätietoja: ylitarkastaja Marjo Misikangas, puh. 050 386 8430

LUOMUKESKUSTELUTILAISUUS 9.9.2010

Mikko Rahtolan Luomutietohankkeen loppuraportin ja raportista annettujen lausuntojen pohjalta.

Aika: Torstai 9.9.2010 klo 8.30–12.00

Paikka: Tieteiden talo, Sali 505, Kirkkokatu 6, Helsinki

Ohjelma:

8.30 Aamukahvit

9.00 Avauspuheenvuoro - *Osastopäällikkö Heimo Hanhilahti, MMM*

9.15 Yhteenveto annetuista lausunnoista - *Ylitarkastaja Niina Kauhajärvi, MMM*

9.35 Luomutietohanke - *Mikko Rahtola, Luomuliitto ry*

10.10 Eri tahojen kannanotot aiheesta

11.30 Keskustelua

12.00 Tilaisuuden päätös

Tilaisuuden puheenjohtajana toimii maatalousneuvos Taina Vesanto, MMM.

Ilmoittautuminen:

Rajoitetun tilan vuoksi kaikkia tilaisuuteen osallistuvia pyydetään ilmoittautumaan viimeistään pe 3.9.2010.

Ilmoittautumisia ottaa vastaan Niina Kauhajärvi: niina.kauhajarvi@mmm.fi tai puh. (09) 160 54274.

Vientirengas Suomen elintarvikeviennin edistämiseksi Saksaan vuosina 2010-2013

Saksalais-Suomalainen Kauppakamari käynnistää suomalaisten elintarvikkeiden vienninedistämishankkeen Saksaan. Osana tätä nelivuotista hanketta käynnistetään kaksi vientirengasta. Molempiin vientirenkasiin voi osallistua 4-6 yritystä.

Suomalaisten elintarvikkeiden vientirengas Saksaan:

Toiminta keskittyy menekinedistämistöimiin Saksassa, asiakas- ja ostajatapahtumien ja -tapaamisten järjestämiseen ja muihin markkinoiden avaamiseen tähtääviin toimenpiteisiin.

Saksan Luomuvientirengas:

Toiminta keskittyy luomutuotteiden markkinoiden avaamiseen Saksassa. Osallistuvat yritykset voivat käyttää renkaan henkilöresursseja asiakaskontaktien saamiseen ja ylläpitämiseen (vientipäällikköfunktio).

Tavoitteet

Käynnistettävien vientirenkaiden tavoitteena on

- avata osallistuville yrityksille kanavia Saksan markkinoille pääsyyn
- lisätä osallistuvan yrityksen markkinatuntemusta
- tukea yrityksen kansainvälistymispyrkimyksiä
- hyödyntää yhteishankkeen synergiamahdollisuudet

Kukin vientirenkaaseen osallistuva yritys asettaa itse omat tuotannollistaloudelliset tavoitteensa. Yhteishankkeen päätyttyä yrityksillä on valmius toimia itsenäisesti ja tuloksellisesti Saksan markkinoilla.

Hankkeen tavoitteena on myös kaksinkertaistaa Saksaan vietävien suomalaisten elintarvikkeiden viennin arvo seuraavan viiden vuoden aikana.

Lisätietoja

Marjaana Saurila

Projektipäällikkö, Saksalais-Suomalainen Kauppakamari

puh. (09) 6122 1212, 050 336 0006

marjaana.saurila@dfhk.fi



Tapahtumat

3.9.2010	Reilua ja kestäväää -suomalaisen ruoantuotannon haasteet, Kauhajoki (sofia eklund@helsinki.fi)
3.-5.9.2010	Kauhajoen ruokamessut, Kauhajoki (www.ruokamessut.fi)
8.9.2010	Lasten ja nuorten terveellinen ravitsemus; Nordic Network NTP - Healthy Choices -seminaari klo 9-14 (juhani.sibakov@vtt.fi), Espoo
8.9.2010	ETP Food for Life -seminaari klo 14-16, Espoo (mirja.mokkila@vtt.fi)
9.9.2010	Tuunattua ruokaa? - keski-suomalainen ruokakulttuuri eilen ja nyt -seminaari ja Maakunnallinen Herkkupöytä, Jyväskylä (leena.polkki@jamk.fi)
8. - 11.9.2010	Riga Food 2010, Riika (www.rigafood.lv)
9.9.2010	Suurtaloudet -yhteinen päämäärä - kolmikantayhteistyö, Tampere (eevastiina.veneranta@elintarvikejaterveys.fi)
9.9.2010	Jokamiehen oikeudet osana hyvinvointia ja Suomi -kuva, Helsinki (info@arctic-flavours.fi)
9.9.2010	Tuunattua ruokaa? - Keski-suomalainen ruokakulttuuri ennen ja nyt -seminaari ja teemanäyttely (leena.polkki@jamk.fi)
10.9.2010	Tutustuminen raputilalle, Orivesi (anna.kortekangas@ahlman.fi)
10.9.2010	Lähi ruokaseminaari, Elimäki (Juha Sajomaa puh. 040 512 2765)
10. - 11.9.2010	Pellolta pöytään, Tampere (anna.kortekangas@ahlman.fi)
11. - 12.9.2010	Lähi ruokamessut, Elimäki (Juha Sajomaa puh. 040 512 2765)
13.-16.9.2010	1st International Conference on Resveratrol & Health, Tanska (www.resveratrol2010.com)
16. - 17.9.2010	Risk and Crisis management in Nordic Agriculture, NJF seminar, Ruotsi (http://www.njf.nu/site/seminarRedirect.asp?intSeminarID=435&p=1004)
17. - 19.9.2010	Skördefesten på Åland, Ahvenanmaa (www.skordefest.wordpress.com)
18.9.2010	Keski-Suomen maaseutugaala, Jyväskylä (tiina.riuttanen@ely-keskus.fi)
18. - 19.9.2010	Ween Maan Wiljaa - kala- ja elonkorjuumarkkinat, Jyväskylä (marko.toivakka@proagria.fi)
20. - 22.9.2010	Tiedosta tuotteeksi valmennuskurssi (eeva-liisa.lilja@viikkifoodcentre.fi)
21. - 24.9.2010	PacTec, FoodTec, GrafTec 2010, Helsinki (tuula.sipila@finnexpo.fi)
21.9.2010	Ympäristövastuullista liiketoimintaa elintarvikeketjussa -seminaari, Helsinki (tuula.sipila@finnexpo.fi)
21.9.2010	Leivinuunin rooli ruokakulttuurissa -seminaari (leena.polkki@jamk.fi)
22.9.2010	Tuotekehityksen uusia tuulia -seminaari, Helsinki (tuula.sipila@finnexpo.fi)
22.9.2010	Pakkausmateriaalit ja -merkinnät seminaari, Helsinki (eevastiina.veneranta@elintarvikejaterveys.fi)
23.9.2010	Jäljitettävyydellä turvallisuutta -seminaari, Helsinki (tuula.sipila@finnexpo.fi)
23.9.2010	Ahlmanin syystapahtuma, Tampere (anna.kortekangas@ahlman.fi)
25. - 26.9.2010	Landsbygdsriksdagen 2010, Borgå (www.landsbygdsriksdagen.fi)
27.9.2010	Matriket Österbotten, Mat som konkurrensmedel för regional utveckling, Jakobstad (jonas@dynamohouse.fi)
29.9.2010	Ammatti-keittiöessenssit, Lappeenranta (www.arktisetaromit.fi)
29. - 30.9.2010	Tiedosta tuotteeksi valmennuskurssi (eeva-liisa.lilja@viikkifoodcentre.fi)
30.9. - 1.10.2010	Karelian Food Forum, Helsinki (hanne.leppanen@pkky.fi)
1. - 3.10.2010	Turun Ruokamessut, Turku (www.turunmessukeskus.fi)
4.-5.10.2010	18. Valtakunnalliset ravitsemuspäivät, Hki ()
5.10.2010	Lähi ruokaseminaari, Espoo (anu.arolaakso@sakky.fi)
6. - 7.10.2010	Luonnontuotepäivät, Joensuu (juha.rutanen@helsinki.fi)
7.10.2010	Maaseutugaala, Helsinki
14.10.2010	Alueellinen ruokakulttuuritapahtuma, Mikkeli (www.ekoneum.com)
14.10.2010	Kainuun elintarvikepäivä 2010 Ruuasta kainuulaisen matkailun kilpailuvaltti (ella.mustakangas@mtk.fi)
15.10.2010	Asiaa lähiruoasta Ahlmanilla, Tampere (anna.kortekangas@ahlman.fi)
vko 42	luomuviikko
26.10.2010	"Vastuullisuus elintarvikealalla - sanoista tekoihin" seminaari, eri paikkakunnilla videotekniikan välityksellä (tiina.rajamaki@tekes.fi)
29.10.2010	Lisäarvoa lampaalle -seminaari, Tampere (http://www.pirmk.fi/hankkeet/hyvalammas_hanke.html)
2.11.2010	Elintarviketeollisuuden toimialaraportin julkaisu, Lahti (leena.hyryla@ely-keskus.fi)
9.11.2010	Ateria 2010, Helsinki (www.wanhasatama.com)
26. - 28.11.2010	ELMA, Helsinki (www.elmamessut.fi)
30.11.2010	Kansallisen elintarviketutkimusstrategian päivitys -työpaja, Espoo (anu.kaukovirta-norja@vtt.fi)
8. - 9.12.2010	"Ruoka matkailussa" -seminaari, Turku (heidi.valtari@utu.fi)
10. - 12.2.2011	Food & Life -messut, Seinäjoki (raimo.pollari@epmessut.fi, salme.haapala@foodwest.fi)
14.2.2011	Kirkon maaseutufoorumi, Joensuu
8.3.2011	Maaseutuparlamentti, Hki
25. - 26.3.2010	Terve Aikuinen ja Terve Ruoka -messut, Kuopio (www.terveaikuinen.fi, www.terveruoka.fi)
14. - 16.6.2011	Food, Feed, Fuel and Fun - Nordic Light on Future Land Use and Rural Development, Uppsala (www.njf.nu)
1. - 3.7.2011	Farmari - Suomen Maatalousnäyttely 2011, Pori
8. - 12.10.2011	Anuga, Köln (www.anuga.com)