

Tee kekristä syksyn ja sadon juhla



Ruoka-Suomi -tiedotuslehti

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

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

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

Toimitus

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

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

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

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

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

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

Sisällys

Uuden toimikauden kynnyksellä	1
Elintarvikealan toimialaseminaarissa käytiin ympäri ja tultiin yhteen Kouvolassa	2
Leipomoteollisuus vastaa kulutusmuutoksiin uusilla tuotteilla	6
Ruoasta elämyksellinen osa Suomen matkailua	7
Elintarvikehygieniä kioskien maa- ja metsätalousministeriön asetusten uudistaminen	7
Kekri suomalaiseksi sadonkorjuujuhla	8
Järvikala ja luonnontuotteet -reseptikilpailu	9
Pienteurastamon sivutuotteet kompostoimalla hyötykäyttöön	10
BaltFood Fact Finding -matkalla Valko-Venäjällä	12
Tutustu Pietarin elintarvikemarkkinaan	14
Nyt etsitään Vuoden Hillatuotetta ja Vuoden Porokokkia 2012	15
Asuminen ja arki maaseudulla - paikallista ruokaa läheltä	16
Ravitsemus- ja terveysväitepas avaa väitteiden perusteita	16
Pienryttäjien ammattimatka Anuga-messuille 9. - 12.10.2011	17
Elintarvikeyrityksen mainonnan ja menekinedistämisen keinoja	18
Spelttipuuron ja tyrnimehun markkinoinnissa tarvitaan erilaisia viestejä	19
Pohjois-Pohjanmaan lähiruokateko ja Lähiruokamarkkinat Oulun Aittatorilla	20
Marjavesi Oy on vuoden innovatiivisin maaseudun elintarvikeyritys	21
Lähiruokaa, kiitos! Seuturuoka saatavaksi hankkeen satoa	21
Ny Nordisk Mads konferenssi	22
Ruoan ja aterioiden mahdollisuudet luovilla aloilla	22
Hidasta jouluun!	23
Kekri on syötävän hyvä syysjuhla	24
"Lappilaiset saavat lautaselleen lähiruokaa - jopa tietämättään"	25
Makumatkalla luomuun	26
Särvintä järvestä - järvikalaa ammattikeittäjiin	28
Lapin jouluperinteestä...	29

Kansikuva: Kekri sadonkorjuujuhla tilaisuus 20.10.2011, kts. s. 8

Uuden toimikauden kynnyksellä

Ruoka-Suomen taival loppuvuonna 1993 päätetystä asettamisesta tähän päivään on kulkenut yhtä matkaa yhteiskunnan muiden muutosten kanssa. Alkuun teemaryhmä teki työtä sen eteen, että maaseudulla ylipäättään huomataan pienyrittämisen mahdollisuudet ja esimerkiksi pienimuotoisen elintarvikejalostamisen yhtenä maatalojen liittämiskeinona. Tästä ajasta elintarvikeala on kokenut varsinaisen muutoksen: alan yritysmäärä lähti kasvuun ja on lähivuosina vakiintunut lähelle 3 000 yrityksen rajaa. Yritystoiminta myös pienemmissä yrityksissä on muuttunut - kuten pitääkin - yhä liiketoimintamaiseksi ja strategisemmaksi. Vihdoin myös tuotelähtöisestä ajattelutavasta aletaan päästä irti katseen suuntautuessa asiakkaaseen.

Nyt vuodenvaihteessa päättyvällä toimikaudella 2010-12 ruuasta on alettu puhua enemmän kuin koskaan. Toimikauteen osuu kaksi eri hallitusohjelmaa, joissa ensimmäisessä eli Vanhasen 2. hallituksen (päivitettyä Kiviniemen) ohjelmassa korostuierityisesti suomalaisen ruokakulttuuri. Syntyi Suomalaisen Ruokakulttuurin Edistämishankkeen Sre, jonka toimenpiteissä Ruoka-Suomi oli vahvasti mukana. Ruoka-Suomen ja Sren yhteinen alueellinen road-show tavoitti tuhansia ja taas tuhansia kuluttajia ja nosti esiin loistavat maakuntien maut ja ruuantekijät. Maakuntien maut olivat myös pääosassa Ruoka-Suomen, MTK:n, Aitojamakuja -hankkeen, Pienpanimoyhdistyksen ja yhteistyökumppanien Herkkujen Suomi -tapahtumassa. Kataisen hallitusohjelmassa korostuu luomu- ja lähiruoka, paikalliset hankinnat ja pienyrittäjyys. Tässä työssä Ruoka-Suomi luonnollisesti haluaa olla mukana.

Toimikaudella jatkui pienyrittäjyyden edistämistyö monella rintamalla. Kuluttajien tarpeeseen saada pienyrittäjien tuotteita kaupan hyllyiltä vastattiin erityisesti PTY:n yhteistyöhankkeella, joka vielä jatkuu verkottaen alueellisia ja paikallisia vähittäiskauppoja alueen

elintarvikeyritysten kanssa. Olimme tiiviisti mukana laatimassa ja kentälle viemässä FCG Efecon johdolla tehtyjä julkisten hankintojen oppaita ja osallistuimme monin tavoin asiaan liittyvään julkiseen keskusteluun.

Yksi näkyvimmistä toimikauden ilmentymistä on imago- ja menekinedistämisstrategiamme jalkaantuminen kentälle ja vakiintuminen osaksi alan kehittämistoimia. Strategiaan liittyen rakensimme aitoja makuja -ydinviestin, jonka ympärille on muotoutunut vahvaa tekemisen meininkiä. Aitojamakuja.fi -portaalissa sisältää noin 1400 yrityksen tiedot ja välittää paitsi yleistä tietoa elintarvikealasta mutta myös hyviä käytäntöjä ja konkreettisia yrityksiä ja hankkeita. Portaalista on selvitysten mukaan muodostunut keskeinen ja luotettava tiedonvälityskanava, josta tietoa on etsimässä niin keittiöammattilaiset, toimittajat, kehittäjät kuin kuluttajatkin. Itse toivon erityisesti julkisilta rahoittajilta ryhtiä: rinnakkaisiin vastaaviin portaalisiin ei luulisi nykyajan tiukan julkisen talouden tilanteessa olevan varoja laittaa. Aitoja makuja -ydinviesti on otettu linjakkaasti huomioon myös alueellisissa kehittämistoimissa. Alueelliset koordinaatio-/kehittämishankkeet linkittyvät useimmiten sanaparin "aitoja makuja" alle, mutta yhä enenevässä määrin myös tuotepakettien kyljissä ja erityisesti yksityisten ravintoloiden tai lähiruokamyymälöiden nimissä alkaa näkyä ydinviestimme.

Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmä asetti 25.10.2011 kokouksessaan Ruoka-Suomi -teemaryhmän uudelle kolmivuotiskaudelleen 2012-14. Toimeksiannon perustaksi teemaryhmän jäsenille tehtiin kesällä wepropol -kysely toiminnan vahvuuksista ja kehittämiskohteista, lisäksi analysoitiin YTR:n ulkopuoliseen arviointiin liittyviä teemaryhmää koskevia alustavia havaintoja. Teemaryhmämme vahvuuksiksi todettiin yksimielisesti monentasoinen ja vahva verkostoituminen alan keskeisiin toimijoihin yritystasolta kv-areenoille: eri-

tyismaininnan saa luonnollisesti teemaryhmämme vahva alueellinen ote kaikki Suomen maakunnat kattavien aluejäsenten kautta. Teemaryhmämme työn katsottiin tuovan merkittävää lisäarvoa niin kansalliseen maaseutupolitiikkaan kuin elinkeinopolitiikkaan elintarvikeyrityksien osalta.

Teemaryhmän työlle ei asetettu isoja muutospaineita tulevaisuutta ajatellen, vaikka niin toiminnan organisoinnin kuin tehtäväkonaisuudenkin olimme valmiit avaamaan. Teemaryhmältä toivottiin jatkossakin tautukea alueelliselle työlle, vertaistukea ja hyvien käytäntöjen vaihtoa, oppaita, yhteisiä toimenpiteitä kauppajien, tukkujen ja ammattikeittäjien kanssa ja pienten elintarvikeyritysten äänitorvena olemista ja pienyrittäjyyden näkökulman esiintuomista erityisesti lainsäädäntöprosesseissa. Näillä eväillä on hyvä jatkaa, mutta toivomme teiltä lisää ideoita, kehittämiskohteita ja uusia yhteistyökumppanuuksia tulevalle kolmivuotiskaudelle. Otattehan siis yhteyttä: viedään elintarvikealaa yhdessä eteenpäin!

Kirsi Viljanen

*Ruoka-Suomi -teemaryhmän pj.
Maaseutuyllitarkastaja, MMM*

Elintarvikealan toimialaseminaarissa käytiin ympäri ja tultiin yhteen Kouvolassa

Elintarvikealan toimialaseminaariin osallistui Kouvolassa noin 100 toimijaa 15.-16.11.2011.

Leipomoalan toimialaraportin julkistamisen lisäksi tilaisuus oli vuosittainen elintarvikealan toimijoiden ajankohtaisseminaari. Varsinaisen tiedon lisäksi seminaari mahdollisti niin yrittäjien kuin asiantuntijoiden kokemusten vaihtoa ja yhteistyötä valtakunnallisesti tai yli maakuntarajojen kuten myös tutustumisen kaakkois-suomalaisiin elintarvikejalostajiin. Tilaisuuden järjestelyistä vastasivat TEM-toimialapalvelu, Maaseutuverkosto, Kaakkois-Suomen ELY-keskus ja Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmän Ruoka-Suomi -teemaryhmä yhteistyössä Kaakkois-Suomen elintarvikealan kehittämis-toiminnan kanssa.

Ajankohtaista elintarvikealalla

Toimialapäällikkö Heli Tammivuori toi puheen-vuorossaan esiin, että juuri nyt elintarvike-teollisuudelle on tärkeintä kuluttajan vankka luottamus Suomessa valmistettuun ruokaan, hyvinvoinnin edistäminen vastuullisista toi-mintatavoista huolehtien sekä ruokaketjun toiminnan turvaaminen. Kilpailu elintarvike-teollisuudessa on kovaa. Tuonti on kasvanut nykyiseen 19 prosenttiin.

TEM toimialapalvelun Jukka Vepsäläinen kertoi toimialapalvelusta ja sen tuottamasta tiedosta eri toimialojen tarpeisiin. ToimialaOnline on numero- ja tilastopalvelu, josta voi hakea tie-toa sekä jatkossa myös jalostaa ne graafiseksi tai karttatiedoiksi.

- Miten maaseudulle saadaan uusia yrityksiä ?, perään kuulutti Maaseutuverkostoyksikön johtaja Päivi Kujala. Maaseutuverkosto mm. tiedottaa Manner-Suomen maaseutuohjel-man mahdollisuuksista ja muista konkreetti-sista asioista, joista esimerkkinä asiantuntija-rekisteri, kansainvälinen yhteistyö ja maaseu-tu.fi -palvelu sisältäen myös tapahtumakalen-terin. Seuraa sivustoa!

Leipomotuotteissa on viime aikoina siirrytty terveellisempiin ja aikaa säästävämpiin rat-kaisuihin. Esimerkkinä mainittakoon täysjy-vätuotteiden suosio. Johtava konsultti Esa Wrang Finpro ry:stä esitteli leipomoalan kan-sainvälistymiskatsausta, jonka pohjana on ol-lut Pohjoismaiden, Itävallan, Hollannin ja Iso-Britannian markkinoiden analysointi.

Elintarvikeala Kaakkois-Suomessa

ProAgria Kymenlaakson kehityspäällikkö Tuula Repo kertoi kaakkoissuomalaisesta elintar-vikeketjusta. Hän nosti erityisesti esiin maantieteellisen sijainnin, josta on toimivaa lähteä sekä Venäjän markkinoille että toisaal-ta myös pääkaupunkiseudulle. Kaakkoissuomalaisina alan eri-tyispiirteinä erottuu leipomoalan useat, perinteiset yritykset, marja-jalostuksen osaaminen, aktiiviset pienmyllyt, pienjuustolat ja kaksi viinitilaa, jotka molemmat ovat Suomen kärkiyrityksiä. Unohtaa ei sovi myöskään kahta toimintansa vakiinnuttanutta maatilatoria ja hyvää yhteistyötä päivittäistavara-kaupan kanssa.

Kehittämishaasteita toki on ja riit-tää jatkossakin. Erityisesti Repo nosti esiin perunan, vihannesten, juuresten sekä myös kalan jalos-tuksen mahdollisuuksien kehittä-misen. Myös jatkajien löytäminen eläkkeelle siirtyville yrittäjille ja

siten yrityksen toiminnan turvaaminen on jat-kuvaa arkipäivän työtä.

Kouvolan kaupungin kehityspäällikkö Harri Kivelä ja Helsingin yliopiston Ruralia-Instituutin professori Hannu Törmä esittelivät Ruoka-Kouvola 2020 -ohjelmaa. Alueellisen elintar-viketalouden kehittäminen on aloitettu noin vuosi sitten ja tavoitteena on määritellä sel-keät tavoitteet työlle ja nostaa elintarvikeala elinkeinostrategiaan mukaan. Tutkimushanke selvittää elintarvikeketjun aluetaloudellisia vaikutuksia.

Pietarilaisen kauppatalo Lendin johtaja Anna Shlianina esitteli yrityksen toimintatapoja ja toi esiin, että he etsivät valikoimiinsa jatku-vasti uusia suomalaisia tuotteita, koska venä-läinen kuluttaja on hyvin lojaali suomalaisia tuotteita kohtaan.

Meijeri on palannut Kouvolaan

Päivien aikana tutustuttiin Kaslink Foods Oy:n toimintaan ja uuden toimitilan laajennukseen Koriolla. Johtaja Raino Kukkonen esitteli yri-tyksen toimintaa ja korosti erityisesti että ny-kyään alueella toimii meijeri. Tie kastikkeiden valmistajasta on johtanut meijerille.

Lihaketjussa on uusi Liha-Rem Oy:n pien-teurastamo, jota esitteli yrittäjäosakas Antti Raanoja. Ketjua siirryttiin eteenpäin Benjamin Lihatorille sekä Benjamin Maatilatorille. Yrittäjät Eila ja Ismo Eerola esittelivät lihato-rin kuuluisaan tuorelihatiskiä sekä yrityksen mutaa laajaa valikoimaa. Seminaarin iltatilai-suus Helkan Ranssissa johdatti kuulijat sekä ruuan että matkailun yhteistyön maailmaan kuten myös tilaviiniyrittäjän arkeen. Maria Tigerstedt kertoi Lähiruuan ystävät ry:n perus-tamiseen johtaneista kehityspoluista.





Kouvolassa myös käytännön kokemuksia meiltä ja muualta

TEM-toimialapalvelun, Maaseutuverkoston, Kaakkois-Suomen ELY-keskuksen ja Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmän Ruoka-Suomi -teemaryhmän yhteistyössä Kaakkois-Suomen elintarvikealan kehittämistoiminnan kanssa järjestämä toinen toimialaseminaaripäivä keskittyi muiden kokemusten kuulemiseen ja niistä oppimiseen.

Elintarvikelainsäädäntö

Ryhmäpäällikkö Marjatta Rahkio Lihateollisuuden tutkimuskeskuksesta kertoi käynnissä olevasta elintarvikealan PK-yritysten elintarvikelainsäädäntöneuvonnan kehittämisprojektista ja antoi tietoisuuden elintarvikelainsäädännön keskeisimmistä muutoksista. Projektin tilaajat ovat Maa- ja metsätalousministeriön Maatalousosasto, Maaseutuverkostoyksikkö sekä Maa- ja metsätalousministeriön Elintarvike- ja terveysosasto. Pää tavoite on selvittää elintarvikehygieniaan liittyvän koulutuksen sisältöä ja tasoa sekä koulutustarvetta. Myös alan tarpeisiin perustuva koulutusohjelma laaditaan sekä verkotetaan alan viranomaiset, yrittäjät ja elinkeinoasiamiehet sekä asiantuntijat.

Projekti järjesti marraskuussa koulutustilaisuuksia Seinäjoella, Kuopiossa ja Hämeenlinnassa. Koulutustilaisuuksien materiaaliin voit tutustua osoitteessa: http://maaseutu.fi/fi/index/kalenteri/koulutusmateriaalit/pk_yrittajien_koulutus_elintarvikelainsaadannosta2011.html. Alkuvuonna 2012 vastaavatyypinen informaatiotilaisuus järjestetään myös Lapin alueella.

Villisikaketju kehittyi

Rekisteröidyn villisian kasvatuksen kehittämistyötä ja samalla kokonaan uuden elinkeinon pitkäjänteistä kehittämistä Pohjois-Karjalassa kuvasivat projektipäällikkö Marja-Leena Hirvonen ja Hanna Tuominen Pohjois-Karjalan Aikuisopistolta. Pohjois-Karjala tunnetaan nykyään maanlaajuisesti villisikamaakuntana. Toimialan kehittämisessä ovat olleet mukana Pohjois-Karjalan koulutuskuntayhtymän Pohjois-Karjalan aikuisopiston hankkeiden ja koulutusten kanssa Pohjois-Karjalan ELY-keskus, Pohjois-Karjalan maakuntaliitto, muut viranomaiset, järjestöt, yrittäjät ja muut tahot. Villisikaketjun kehittäminen alkoi vuonna

1997, jolloin käynnistyi villisian rekisteröintityö. Viisitoistavuotinen työ on kuvattu uuni-tuoreessa Eettisesti kasvatettu ja rekisteröity villisika -julkaisussa, jossa kerrotaan tiivistystyöllä villisian kasvatuksesta, villisianlihan jalostuksesta ja markkinoinnista sekä tuodaan esille eettisen lihankasvatuksen muoto. Lisätietoa villisiasta myös www.pkky.fi/aiko/riista_

Elintarvikealaa ja lyhyitä ruokaketjuja kehitetään kansainvälisin toimenpitein

Ruoka-Suomi -teemaryhmän koordinaattori Heidi Valtari Turun yliopiston koulutus- ja kehittämiskeskus Braheasta kertoi kaikissa Euroopan maissa pienyrittäjien, tuottajien ja kuluttajien olevan kiinnostuneista lähellä tuotetusta. Haasteen on ottanut myös Euroopan maaseutuverkostoyksikkö (EN RD Contact Point) perustaessaan teemaan liittyvän työryhmän. Perusselvityksessä todettiin eri maissa tyypillisiksi piirteiksi mm. suora tuottaja ja kuluttaja yhteys, välikäsien vähäisyys tai sen että niitä on ainakin tavanomaista ruokaketjua vähemmän. Tyypillistä on läheisyys, paikallisuus ja sosiaaliset vaikutukset paikallisyhteisöihin sekä kulttuuriperintö. Eurooppalaisessa laajuudessa lyhyitä ruokaketjuja tai lähiruokaa ei ole määritelty.

Haettaessa erottavia piirteitä huomataan lähinnä Etelä-Euroopan maissa myyntitapojen monipuolisuus kuten erilaiset ja erikokoiset markkinat, voimakas katu- ja torimyynti sekä ruokajuhlat. Haasteet ovat pitkälti samansuuntaisia ja esimerkkeinä mainittakoon yrittäjien tiedonsaanti säädöksistä ja niiden soveltaminen yritystasolla, tuotteiden löytäminen ja markkinointi esimerkiksi nykyaikaisin tietoteknisin menetelmin. Yritystoiminnan kannattavuuteen voidaan vaikuttaa kustannusten vähentämisellä esim. yhteisin kuljetuksin.

Itämeren alueen elintarvikealan toimijoiden yhteistyö ja monet konkreettiset toimenpiteet jatkuvat Baltfood -hankkeessa. Toimenpiteistä ja tuloksista löydät tietoa www.baltfood.fi -sivuilta. Tutustu materiaaleihin ja työkaluihin. Kolmas Healthy to go -verkkokurssi on juuri päättyvässä ja tutkimuslaitosten yhteistyö- ja verkoston sähköinen tietokanta on valmis hyödynnettäväksi. Parhaillaan haetaan Itämeren ruoka-alueelle ominaisia piirteitä, tuotteita ja muita yhdistäviä tapoja. Tavoitteena on luoda ensi askeleet Itämeren ruoka-alueen brändäykseksi.

Pohjoismaiden ministerineuvoston Uusi pohjoismaainen ruokaohjelma etenee toisella kaudellaan. Syksyllä 2011 Ruoka-Suomi -teemaryhmä aloitti toiminnan ns. kansallisena referenssiryhmänä levittäen ohjelmasta tietoa Suomessa ja toisaalta on mahdollisuus välittää Suomesta eri toimijoiden kokemuksia pohjoismaiseen pöytään. Pienteurastamoalaan liittyvinä erityisaktiviteetteina toteutettu sivutuoteyhteistyö ja kompostointikoe johti kokeen tulosten huomioimiseen EU:n uutta sivutuotelain säädäntö valmisteltaessa. Parhaillaan on käynnissä selvitys löydetäänkö yleistä käsitystä tukevia tutkimusfaktoja teurastuspaikan (koko ja sijainti) vaikutuksesta lihan laatuun. Ruotsalaisten kuuluisa pienyrittäjien Smaklust -tapahtuma on Tukholmassa 25.-27.5.2012. Tapahtumaan

suomalaisia yrittäjiä on kutsuttu osallistumaan ja myymään tuotteitaan. Kiinnostusta matkaan on mutta asiaa selvittämään erityisesti Pohjanmaan alueella. Tavoitteena on järjestää asiantuntijoille tutustumis- ja benchmarkkausmatka. Lisää tapahtumasta www.eldrimner.com.

Ajankohtaista Ruoka-Suomesta

Seminaaripäivän loppusanoina maaseutuyllitarkastaja, Ruoka-Suomi -teemaryhmän puheenjohtaja Kirsi Viljanen Maa- ja metsätalousministeriöstä kertoi ajankohtaisina Ruoka-Suomi -teemaryhmän asioina, että Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmä asetti lokakuussa Ruoka-Suomi -teemaryhmän uudelle 3-vuotiskaudelle vuosille 2012-14. Parhaillaan valmistellaan Ruoka-Suomen yhdessä Markkinamedia Oy:n kanssa lähiruokaliitettä, joka ilmestyy pääkaupunkiseudun jakeluna Ilta-Sanomissa 31.1.12. Vuoden 2011 erittäin hyvien kokemusten pohjalta Herkkujen Suomi 2012 -tapahtumaa jo suunnitellaan ja valmistellaan toteutettavaksi 24.-25.8.2012. Aitojamakuja.fi -hankkeen jatkuminen on parhaillaan käsittelyssä.

Kataisen hallitusohjelmassa osana ruokapolitiikkaa on luomulle ja lähiruualle omat ohjelmansa. Näihin on esitetty myös lisämäärärahaa talousarvioesityksessä. Lähiruokaohjelmaan liittyen on käynnistymässä selvitys lähiruoka-sektorin nykytilanteesta sekä kehittämiskohdeiden kartoitus ohjelman toimenpiteiden pohjaksi. Samanaikaisesti on käynnissä myös vaikuttaminen EU-tasolla (elintarvikelainsä-

däntö, laatu-, menekinedistämis- ja maaseudun kehittämispolitiikka), jotta paikallisen ruuan edistämistoimenpiteet mahdollistuvat.

Paikalliseen ruokayrittäjyyteen panostetaan myös vuoden 2012 ns. laatuketjumäärärahoihin, jossa yksi haun painopisteistä on hankintaosaamisen nosto. Hallitusohjelma lupaa myös kehittää hankintalainsäädäntöä. Tärkeää työtä on kuntapäätäjiin vaikuttaminen ennen syksyn kuntavaaleja sekä julkisten hankintojen edistäminen eri keinoin kuten erilaisilla kampanjoilla, opas- ja opetusmateriaaleilla, hyvien käytäntöjen levittämisellä sekä lisäämällä tutkimusta lähiruuan sosiaalisista ja taloudellisista vaikutuksista.

Erityisesti Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelman rahoituksella voidaan tehostaa tuotekehitystä, liiketoimintaosaamista, jalostusasteen nostoa ja markkinointiin liittyviä toimenpiteitä. Yhtä tärkeitä ovat myös yhteistyön tiivistäminen tuottajien, jalostajien, kaupan ja ammattikeittiöiden kanssa kuin kuluttajalähtöisten lähiruokajärjestelmien edistäminen. Ottakaamme haaste vastaan ja tehdään lähiruusta myös osa matkailun laatua ja Suomi -brändiä!

Seminaarin aineistot sivustolla www.ruoka-suomi.fi > Tilaisuuksien materiaalit

Lisätietoja:
Heidi Valtari
heidi.valtari@utu.fi



Hyvää Joulua ja Onnellista Uutta Vuotta 2012!

toivoo: toimitus

v. 2012 materiaalin toimitus- ja ilmestymisaikataulu löytyy kannen sisäsivulta

Leipomoteollisuus vastaa kulutusmuutoksiin uusilla tuotteilla

Kilpailutilanne leipomoteollisuudessa jatkuu kireänä. Tuotannon määrä on ollut laskeva ja osa kuluttajista on vähentänyt hiilihydraattien syöntiä. Leipätiedotuksen keväisen tutkimuksen mukaan noin 40 % kuluttajista oli vuoden aikana vähentänyt tai kokeillut hiilihydraattien vähentämistä. Ruokakeskustelu käy kuumana ja sosiaalinen media lisää sen kuuluvuutta.

Leipomoyritykset seuraavat aktiivisesti yhä yksilöityvämpää kulutuskäyttäytymistä. Perinteisen leivän rinnalle onkin tuotu markkinoille erilaisia ”karppausleipiä”. Niiden menekki on yllättänyt yritykset positiivisesti. Myös muita uutuustuotteita lanseerataan jatkuvasti. Niille on ollut ominaista lisääaineettomuus ja täysjyväviljaisuus. Myös luomutuotteiden tarjonta on kasvanut. Näin todetaan Leipomoteollisuuden toimialaraportissa, joka julkistettiin 15.11. Kouvolassa.

– Perinteisen leivän kulutuksen laskuun vaikuttaa myös kuluttajien suuntautuminen erilaisiin leivän substituuhteihin, kuten välipaloihin. Leipä on jalostumassa erilaisiksi välipalatuotteiksi tai leipomoeineiksi. Suurin osa kansainvälisistä pikaruuista, kuten hamurilaiset, subit, wrapit tai kebabit, sisältävät viljavalmisteita tai leipää, muistuttaa raportin koonnut toimialapäällikkö **Leena Hyrylä** Kaakkois-Suomen ELY-keskuksesta.

Suomessa on hyvin monipuolinen ja monimuotoinen leipomoala. Leipomoteollisuus on toimipaikkojen ja työpaikkojen määrällä mitattuna elintarviketeollisuuden suurin alat toimiala. Noin kolmannes elintarvikealan yrityksistä on leipomoita. Ne ovat erikokoisia;

käsityövaltaisia pienleipomoita, muutaman hengen työllistäviä kotileipomoita sekä keskisuuria ja suuria, pitkälti automatisoituja teollisuusleipomoja. Yrityskenttä on perinteikäs ja perheyrittäjävaltainen.

Alan liikevaihto on kehittynyt positiivisesti, mutta maltillisesti. Kustannusrakenteista johtuvat hintojen korotukset ovat osaltaan lisänneet liikevaihdon kasvua. Kustannusten nousu vaikuttaa kuitenkin siihen, että yritysten kannattavuus on keskimäärin melko vaatimatonta.

Leipomoteollisuus on ollut pitkälti kotimarkkinateollisuutta tuoreusvaatimusten ja kuluttajien makumieltymysten vuoksi. Lisääntynyt matkailu ja etnisten ryhmien kasvu lisäävät erilaisten leipomo- ja erikoistuotteiden kysyntää Suomessa ja Euroopassa. Kansainvälisille markkinoille suuntaavat leipomot voivat palvella kuluttajia erikoistuotteilla. Potentiaalia nähdään olevan esim. gluteenittomilla leipomovalmisteilla, luomutuotteilla sekä kaura- tai täysjyväviljatuotteilla.

Toimiala muuttuu koko ajan. Yritykset investoivat tuotannon tehostamiseksi ja lisätäkseen erikoistuotteiden tarjontaa. VAASAN Oy ja Fazer vahvistavat asemiaan kansainvälisillä markkinoilla. Teolliset leipomot hyödyntävät lähiruokatrendiä perustamalla erilaisia mar-



ket-myymöliöitä. Lähiruokatrendi on suosinut alueellisia ja paikallisleipomoja. Vuodesta 2009 lähtien 5–20 henkilöä työllistäneet leipomot ovat lisänneet osuuttaan alan liikevaihdosta.

Leipomoteollisuuden toimialaraportti on luettavissa osoitteessa www.temtoimialapalvelu.fi

Lisätiedot:

toimialapäällikkö **Leena Hyrylä** Kaakkois-Suomen ELY-keskus
puh. 040 574 6220

Ruoasta elämyksellinen osa Suomen matkailua

Valmistelutyö vauhdissa!

Ruoka osana matkailua -elintarvike- ja matkailuyritysten hyvät käytänteet -hankkeen valmistelutyötä on pohjustettu laajalla rintamalla. Esityötä on tehty Matkailun ja Ruoka-Suomi teemaryhmien toimesta työpajoissa ja seminaareissa. Hankkeen tavoitteena on laatia kehittämismallit, uudet työkalut ja tuotesuosikset yrittäjien ja kehittäjien käyttöön.

Hankkeen valmistelutyöhön liittyen syksyllä 2011 Haaga-Helia ammattikorkeakoulun keittömestari-aikuisopiskelijat ovat kartoittaneet suomalaisten kuluttajien ja yrittäjien näkökulmia luomu- ja lähiruokaan, ruokatarinoihin ja ruoan terveellisuuteen. He ovat luodanneet erityisesti ruoan tärkeyttä matkailussa. Lisäksi tarkasteltiin verkostoitumisen merkitystä jakeluteissa ja matkailuyritysten sekä elintarviketuottajien kesken.

Kuluttajien mielestä lähiruokaan pitäisi olla osa kotimaan matkailua

Herkkujen Suomi -tapahtumassa Helsingin rautatienranta-alueella syksyllä 2011 haastateltiin 114 tapahtumassa käynnyttä asiakasta ja näytteilleasettajaa. Lisäksi jututettiin helsinkiläisten muutamien lähiruokapuotien asiakkaita. Näiden asiakasryhmien voitiin olettaa olevan lähtökohtaisesti kiinnostuneita lähiruokaan. Heidän mukaansa kotimaassa matkaillessa lähiruokaan tarjonta vaikuttaa ruokapaikan valintaan. Hinta oli lähes yhtä merkittävä tekijä

matkalla ruokailtaessa. Haastatellut olivat ensisijaisesti kiinnostuneita lähiruokaan, ei niinkään luomusta. Luomun laatua ei koettu riittäväksi. Lähiruokaan ymmärrettiin tulevan Suomesta, luomussa ei pidetty hyvänä, että sen alkuperä voi olla ulkomainenkin. Terveellisyysnäkökulma hämentää kuluttajia. Terveellisyydestä viestitettävät tiedot ovat usein ristiriitaisia keskenään. *"Tänä päivänä kun ei tiedä, mikä se terveellisyys oikein on. Joka tuutista tulee, milloin mikäkin on terveellistä."* Yhä enemmän nuoret kiinnostuvat lähiruokaan ja edelleen se on enemmän naisten asia: *"Vaimo meillä hoitaa nämä asiat."* Mielenkiintoinen seikka oli se, että lähiruokakaupassa voi käydä fiilistelemässä ja tutustumassa tarjontaan ilman ostoaikaa. Ruokaan liittyvät tarinat kruunavat ja luovat tunnelmaa aterialle. Ruokapiirit ja paikalliset erikoisuudet kiinnostavat kuluttajia.

Elintarvikeyritykset eivät vielä ole merkittävästi verkostoituneet

Elintarvikeyritysten mukaan kuluttaja arvostaa lähiruokaa. Terveellisyysnäkökulma korostuu kuluttajien tietäessä ja tuntiessa tuottajan. Yritysten verkostoituminen on tarpeen, jos haluaa kasvua yritystoimintaan. On myös elintarvikeyrityksiä, jotka *"haluavat tehdä pientä"*. Yrittäjien mukaan lähi- ja luomuruokaan tarjonta ei vastaa kysyntää. 2/3 haastat-



luista yrittäjistä koki jakeluteissa ongelmia. Jakelun haasteet ovat tuotteiden ja jakeluketjun yhteensopimattomuus: *"tuotteet ovat lisäaineettomia ja viedään itse, kun ei voida käyttää pitkää ketjua."* Yhteistyö matkailuyritysten kanssa kiinnostaa. Suomessa on noin 5000 maaseutumatkailutyöppistä yritystä. Elintarvikeyrityksillä ei kuitenkaan ole yhteyksiä ja resursseja verkostoitumiseen matkailuyritysten kanssa. He kokevat, että eivät yksin pysty rakentamaan yhteistyötä. Ruoka& matkailu -hankkeelle on selkeä tilaus!

Kristiina Havas, matkailun lehtori ja Kristiina Jaakonaho, tutkimus- ja kehittämismenetelmien lehtori Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

Elintarvikehygieniä koskevien maa- ja metsätalousministeriön asetusten uudistaminen

Elintarvikehygieniä koskevien maa- ja metsätalousministeriön asetusten uudistamiseen liittyen järjestettiin säätytalolla oli 3.11.2011 informaatio- ja keskustelutilaisuus. Asetusten muutostarve perustuu pääosin 1.9.2011 voimaan tulleisiin elintarvikelain (352/2011) muutoksiin.

Linkki maa- ja metsätalousministeriön elintarviketurvallisuus yksikön esittelijöiden tilaisuudessa esittämiin alustuksiin ja niihin liittyviin säädösluonnoksiin <http://www.mmm.fi/fi/endex/etusivu/elintarvikkeet.html>

Kekri suomalaiseksi sadonkorjuujuhaksi

Talonpoikauskulttuurisäätiö, MTK ry, Sitran Maamerkit -ohjelma ja Ruoka-Suomi -teema-ryhmä järjestivät 20.10.2011 BioRexin lämpio-ssä tilaisuuden, jonka tavoitteena oli sytyttää ruoka-ammattilaisten keskuuteen kipinä tehdä kekristä syksyn ruoka- ja sadonkorjuujuhla. Tilaisuuteen osallistui noin 70 pääkaupunkiseudun ammattilaista ravintoloista, ruokayrityksistä ja -kaupoista ja ruokamediasta.

Kulttuurituottaja Päivi Rajakari kertoi kekri-perinteestä, joka on ollut suomalaisen sadonkorjuun juhla. Se on myös irtiotto arjesta sekä yhdessäoloa ja ylenpalttista herkuttelua uudella sadolla, joka syksyllä on maukkaimmillaan. Muinoin kekri ajoittui syyspäiväntasaukseen, myöhemmin sitä on vietetty mikkelinpäivän ja pyhäinmiesten päivän välisenä aikana sitä mukaa, kun sato saatiin korjattua. Kekrin aika koitti, kun karja oli tuotu sisätiloihin, syysteusrastukset tehty, jyvät saatu laariin ja juurekset kuoppaan. Satokauden päättymistä juhlittiin uuden sadon antimilla ja juomilla. Notkuvien pöytien herkut kokosivat yhteen koko yhteisön, ja juhlamenoihin liittyi usein monia riittejä ja seremonioita. Tarinat ja taat ovat nekin tärkeä osa kekrin perinnettä – taioilla yritettiin ottaa haltuun tulevaisuutta ja sato-onnea.

Kekrissä kohtaa toisensa moni asia: suomalaisuus, lähiruuan arvostus, terveellisyys, ekologisuus, tekemisen ilo ja yhdessä olo. Suomen syksyssä on kekri-mentävä aukko, ja kekri-ssä on monta syytä juhlaan. Lue lisää www.kekri.fi

Vapaamuotoisen keskustelun ja yritysesittelyjen lomassa 20.10. tilaisuudessa kuultiin

tietoiskuja. Suomalaisesta juhlaperinteestä kertoi tutkuspäällikkö Johanna Mäkelä Kuluttajatutkimuskeskuksesta. Ruoka ja syöminen rytmittävät elämäämme, ja ruoka kuuluu tärkeänä osana kaikkiin vuotuisjuhlomme. Kinkku ja joulu, mämmi ja pääsiäinen, vappu ja sima – ovat joitakin esimerkkejä vuotuisjuhlomme olennaisista ruoista. Ruokaperinne myös uudistuu ja uusintuu koko ajan, ihmiset tekevät itse omia herkkuja ja syövät niitä juhliksaan läheistensä kanssa.

Mäkelä kertoi, että ruoan ympärillä syntyy koko ajan myös uutta juhlaperinnettä. On ruokatalkoita, nyyttikestejä ja teemajuhlia. Keksitään uusia perinteitä, uudistetaan vanhoja perinteitä, joista esimerkkinä on kekri-aika ja sadonkorjuun juhlistaminen. Joulu on ehdottomasti suurin suomalainen ruokajuhla. Mutta sitäkin ruoantekijät ja perheet luovasti uudistavat, vuosittain joulupöytään ilmestyy jotakin edellisestä vuodesta poikkeavaa. Dekonstruoitu rosolli ja seitankinkku kertovat, kuinka ruokakulttuurin tulevaisuus syntyy menneisyyden ja nykyisyyden luovasta tulkinnasta, tiivistä Johanna Mäkelä puheen-vuoronsa.

Ruuan kulutustrendeistä puolestaan puhui cateringyrittäjä ja kokki Pipsa Hurmerinta. Nykyisin ihmiset haluavat asua kaupungeissa, mutta elää luomuelämää. Hyvänä esimerkkinä hän kertoi entisen kotikaupunkinsa New Yorkin Union Square -aukiosta, jonka lähiruokatori on legendaarinen ja jonka kylkeen onkin avattu lähiruokaan keskittynyt ruoka-kaupan menestystarina, alunperin Texasissa kahdeksankymmentä luvulla aloittanut Whole

Foods -kauppa, josta trendi-ihmiset yhtä lailla kuin kaupungin mummut hakevat laadukasta ja puhdasta ruokaa.

Hurmerinta näki ruuassa juuri nyt kolme trendiä: terveellisyys, ruokaa läheltä tai vielä lähempää sekä etninen ruoka. Kaikkein voimakkaimpana trendinä hän näki terveellisyyden, joka on ruokamaailmassa yhä vain kasvava trendi. Esimerkin voi löytää käymällä kirjakaupassa.

- Seitsemän kymmenestä tietokirjasta on ruokaan ja ravintoon liittyviä. En siis tarkoita keittokirjoja vaan nimenomaan kirjoja, joissa ruoditaan ruuan terveysvaikutuksia.

Ruokaa läheltä tai vielä lähempää on trendi, joka vie ajatukset puutarhaan tai suoraan tuotteiden saamiseen tilalta pöytään.

- Ruokien alkuperä ja ruuantuotannon läpinäkyvyys nousevat esille myyntivaltteina. Asiakasta kiehtoo tarina tuotteen takana ja tärkeää osaa pelaa myös paketointi ja yritysten nettisivut.

Tyylikkäästä yksinkertaisista pakkauksista, ladinovi ja juuttisäkki ovat houkuttelevaa estetiikka kuvaten menneitä maita. Ruokaa myös myydään alastomana eli täysin ilman paketteja. Tästä voidaan mainita esimerkkinä Armas-käytönmaito.

Entä kuulostako ristiriitaiselta edelliseen verrattuna että kolmas trendi on etninen ruoka? Lähiruuan vastapainona etninen ruoka tekee toista tulemistaan.



-Ristiriitaista se onkin. Mutta tunnetusti trendit eivät ole aina toistensa kanssa samaa mieltä.

Siinä missä peruspirjo haluaa luomua ja lähiruokaa hän myös haluaa maistella maailmalta tutuksi tulleita makuja. Miten yrittäjä sitten yhdistää nämä kaksi asiaa? Onnistunut esimerkki on esimerkiksi suomalaisten kasvien yhdisteleminen aasialaisiin makuihin. Entä voisiko chilillä ja korianterilla maustaa punajuuria?

Kekrillä on uusvanhana ruoka- ja sadonkorjuujuhla ilmeinen tilaus Suomen juhlatomassa syksyssä ennen joulunaikaa. Kaamosmasennuksessa tarpova kansa voi iloisessa, jopa karnevalistisessa ja herkkujen kyllästävässä sadonkorjuujuhlassa olla yhdessä ja ammentaa loppuvuoden pimeydessä jaksamiseen aimo annoksen voimaa suomalaisesta lähiruusta. Syksyn karnevalistiseen kysyntään vastaa tällä hetkellä jossain määrin halloweenin vietto naamiasilotteluna. Harva tietää, että amerikkalaiselta näyttävä halloweenin on samaa eurooppalaista maatalouskulttuurin satoa kuin kekrikin.

Tehdään porukalla yhdessä kekristä syksyn ruokajuhla!

Heidi Valtari
heidi.valtari@utu.fi

Paula Viertola
Talopoikauskulttuurisäätiö
Paula.viertola@mtk.fi



Maistuisiko hauki suppilovahveroiden kera tai sopisivatko puolukat yhteen siian kanssa? Arktiset Aromit ry:n Luonnosta Sinulle II -hanke kannustaa luomaan uusia makuelämyksiä järvikalasta ja luonnontuotteista, kuten yrteistä, marjoista ja sienistä.

Kilpailuidean taustalla on maabrändivaltuuskunnan asettama haaste hyödyntää särkikaloja sekä kotimaisia marjoja yhä laajemmin. Kala ja luonnontuotteet ovat lähiruokaa parhaimmillaan ja uudet reseptit antavat mahdollisuuden niiden yhä monipuolisemmalle käytölle.

Resepti voi olla alkuruoka, pääruoka, lisäke tai välipala. Ohjeet tulee mitoittaa 4 hengelle ja reseptien yhteyteen tulee liittää selkeät valmistusohjeet.

Arviointiperusteet:

Ratkaisevaa on herkkisyys ja uudet oivallukset kalan ja luonnontuotteiden yhdistämisessä. Reseptien tulisi houkutella niin suomalaisia kuin ulkomaalaisia matkailijoita kokeilemaan järvikala ja luonnontuotteita. Huomiota kiinnitetään myös ohjeiden terveellisyteen.

Kilpailuaika: 1.9.2011- 15.1.2012

Esiraati (hanke, Marttojen edustaja ja 4H:n edustaja) valitsee resepteistä mielenkiintoisimmat, jotka valmistetaan ohjeiden mukaan ja näistä valitaan lopullinen voittaja. Parhaita reseptejä jaetaan matkailuyrityksille ja ruokapalveluja tarjoaville tahoille hyödykäyttäväksi.

Palkinnot:

1. palkinto: Hackmannin paistinpannu ja kirja "Mustikka, ruis ja rypsi"
2. palkinto: Hackmannin paistinpannu ja kirja "Mustikka, ruis ja rypsi"
3. palkinto Hackmannin paistinpannu ja kirja "Metsän makuja"

Reseptit tulee palauttaa 15.1.2012 mennessä valmistusohjeineen ja mahdollisen kuvan kera sähköpostitse: luonnostasinulle2(at)arktisetaromit.fi tai postitse: Luonnosta Sinulle II -hanke, Arktiset Aromit ry, Kauppakatu 20, 89600 Suomussalmi.

Lisätietoja: luonnostasinulle2@arktisetaromit.fi tai puhelimitse 044 771 8835

Pienteurastamon sivutuotteet kompostoimalla hyötykäyttöön

Yksinkertaisilla välineillä voidaan kompostoida pienteurastamolla syntyviä luokan 3 sivutuotteita ja suolensisältöä. Valmis komposti käy tilalle maanparannusaineeksi.

Suomessa on noin 400 teurastus- ja lihanjalostusyritystä, joista noin 90 on pienteurastamoja.

Pienissä teurastamoissa yksi keskeinen haaste on teurastuksen sivutuotteiden käsittely kustannustehokkaasti. Mahdollisimman suuri osuus halutaan hyötykäyttöön hävittämisen sijaan.

Sivutuotteiden käsittely uudistui

Eurooppalainen sivutuotelainsäädäntö uudistui maaliskuussa ja toi mukanaan sivutuotteiden käsittelyyn uusia mahdollisuuksia. Aiemmin käytännössä ainoa mahdollisuus oli toimittaa luokan 3 sivutuotteet kuten veri, karvat, suoli ja suolen sisältö hyväksyttynä käsittelylaitokseen.

Nyt luokan 3 sivutuotteet voidaan kompostoida tai mädättää, kunhan niiden turvallisuus on varmistettu lämpökäsittelyllä. Hygienisoitu sivutuote voidaan kompostoida sellaisenaan tai maatilalla lannan joukossa.

Hygienisointia on mahdollista toteuttaa myös erillisenä palvelutoimintana esimerkiksi pienteurastamoille ja kalankäsittelijöille. Hygienisoitu luokan 3 sivutuote voidaan toimittaa sellaisiin yhdyskuntabiojätettä käsitteleviin laitoksiin, jotka eivät voi vastaanottaa käsittelemättömiä luokan 3 sivutuotteita.

Kompostointia kokeiltiin pienteurastamolla

Kompostointikoe toteutettiin kesän 2009 ja talven 2010 aikana pienteurastamolla Ulvilassa. Ensimmäinen kompostointijakso aloitettiin kesäkuussa ja toinen lokakuun lopussa. Kompostointikokeella oli oma vaikutuksensa uuteen sivutuoteasetukseen.

Kokeessa kompostoitui luokan 3 sivutuotteita, joita muodostui noin 1 000 kg viikossa. Ensimmäiset sivutuotteet jauhettiin myllyllä palakokoon <12 mm, minkä jälkeen niitä kuumennettiin tunnin ajan 70°C lämpötilassa kippikattilassa.

Tämän jälkeen sivutuotteiden sekaan lisättiin suolen sisältö ja olki. Seoksessa oli noin puolet suolen sisältöä, 3-4 prosenttia olkea ja loput sivutuotteita. Seokseen lisätty rasva paransi kompostin lämpiämistä.

Kokeiluvaiheessa ei haluttu investoida laitteisiin, joten komposti perustettiin kärkyyn, jonka pohjalla oli kuormalava ja metalliverkko. Komposti pitäisi eristää hyvin, jotta jyräjät ja muut eläimet eivät pääse kompostiin. Talvella kärky lämpöeristettiin styrox-levyillä.

Kompostin hygienia tärkeä

Vaatimukset valmiin kompostin laadulle säädetään lannoitevalmistelaissa 539/2006 ja maa- ja metsätalousministeriön asetuksissa 24/11 ja 13/07. Lopputuotteessa ei saa esiintyä salmonellaa eikä *Escherichia coli*-bakteerien määrää saa olla yli 1 000 pmy/g.

Kompostoinnin jälkeen otetuissa näytteissä mikrobimäärät olivat pieniä. Komposti myös lämpeni hyvin: lämpötila vaihteli 40°C:n ja 65°C:n celsius-asteen välillä.

Ajankäyttö laskettava

Sivutuotteiden jauhamiseen kului aikaa noin puoli tuntia ja kuumentamiseen 2,5-3 tuntia erää kohden.

Kompostiaineisten sekoittamiseen ja kompostin kokoamiseen kului noin kaksi tuntia. Komposti on käännettävä säännöllisesti, jotta



Juha Vuorenmaa ja MTT:n tutkija Marja Lehto mittaavat kompostin lämpötilaa Vuorenmaan pienteurastamolla Ulvilassa (vas.) Kuva: Heidi Valtari ja Pienteurastamon sivutuotteet kuumennettiin kippikattiloissa +70°C:een tunnin ajaksi (oik.) Kuva: Marja Lehto.

Kompostointi vaikuttaa yrittäjälle sopivalta toiminnalta

koko massa kompostoituisi tasaisesti. Tässä kokeessa komposti käännettiin käsin, aluksi kerran viikossa. Yhteen kääntökertaan kului aikaa noin yksi tunti.

Kunnon laitteet tarpeen

Jos kompostointi olisi osa pienteurastamon normaalia toimintaa, menetelmä, laitteet ja välineet pitäisi suunnitella sellaisiksi, että materiaalin käsittely sujuisi joustavasti, eikä siitä aiheutuisi haittaa yrityksen toiminnalle.

Koska luokan 3 sivutuotteet pitää kuumentaa 70 asteeseen tunnin ajaksi, tarvitaan tätä varten sopiva ja hyväksytty laitteisto. Kompostorin tulee olla suljettu, lämpöeristetty ja riittävän tiivis, jotta eläimet eivät pääse kompostiin.

Kompostoitava seos pitäisi myös sekoittaa tehokkaasti. Eläinperäiset sivutuotteet ovat hankalasti sekoitettavaa, sitkeää ja kokkareista materiaalia, joten sekoittaminen on hankalaa. Tehokas sekoitusruuvi ja rumpukompostori olisivat hyvä, mutta aika kallis ratkaisu tilaston kompostointiin. Kompostointi onnistuu kuitenkin myös yksinkertaisessa, eristetyssä laatikossa.

Kuukauden kompostoitumisjakso suljetussa kompostorissa on riittävä, jos kompostoitava materiaali saadaan tehokkaasti sekoitettua ja massa kompostoituu tasaisesti.

Jälkikompostointia varten tarvitaan tiivis ja riittävän suuri alusta eli kompostointikenttä. Riittävän pitkä, vähintään puolen vuoden mittainen jälkikompostoitumisjakso on välttämätön, jotta komposti myös stabiloituu riittävästi ennen levitystä.

Marja Lehto, MTT, Heidi Valtari Turun yliopisto/ Ruoka-Suomi -teemaryhmä, Olli Venelampi, Evira ja Pirjo Salminen, MMM.

Lisätietoja: marja.lehto@mtt.fi
puh. 040 354 8894

Kompostointikoe toteutettiin Juha Vuorenmaan pienteurastamolla Ulvilassa. Vuorenmaa pitää kompostointia yrittäjälle mahdollisena keinona sivutuotteiden käsittelyyn. Hän arvioi, että kuljetusmatkojen lyhenemisen pitäisi näkyä myös tulopuolella.

- Prosessi, koneet ja laitteet kannattaa suunnitella sen mukaisesti, että työ helpottuu ja aikaa jätteiden käsittelyyn kuluu mahdollisimman vähän. Voin suositella samaa myös muille, varsinkin jos kuljetusmatkat käsittelylaitokselle ovat pitkiä, hän kertoo.

Hän uskoo, että sivutuotteiden hygienisointiyritys voisi olla mahdollinen, jos lähistöllä on riittävä määrä alan yrityksiä, ja jos materiaalia tulee riittävän paljon ja sopivalla tahdilla.

- Käsiteltyä sivutuotetta vastaanottavan laitoksen pitäisi olla myös riittävän lähellä ja porttimak-sujen kilpailukykyisiä, hän pohtii.

Sivutuotteiden käsittely ja käyttö ovat säädeltyjä

Pienteurastamosivutuotteiden hygienisointi ja käsittely lannoitevalmisteeksi on tehtävä hyväksytyssä laitoksessa. Kompostoinnin, biokaasulaitosten sekä sen yhteydessä olevan hygienisointiyksikön hyväksynnästä vastaa Elintarviketurvallisuusvirasto Evira.

Myös erillisen hygienisointitoiminnan on oltava viranomaisen hyväksymä. Valmisteilla olevan asetuksen mukaan tehtävä tulisi kunnaneläinlääkärille. Hygienisoidut sivutuotteet on aina toimitettava hyväksyttyyn kompostointi- tai biokaasulaitokseen.

Laiduntaminen tai rehun kerääminen eläimille on kielletty 21 vuorokauden ajan pienteurastamosivutuotteita sisältävän kompostin tai mädätysjännöksen levittämisestä maahan. Käytöstä on oltava myös kirjanpito, jossa on tiedot käyttökohteista, tuotteen käyttöajankohdasta ja sadon keräämisen tai laiduntamisen ajankohdasta.

Lisätietoja kompostointi- ja biokaasulaitosten toiminnan vaatimuksista saa Elintarviketurvallisuusvirasto Eviran Internet-sivuilta.

Pienteurastamon sivutuotteet

Luokan 1 sivutuotteet on aina hävitettävä vaatimusten mukaisesti.

Luokan 2 sivutuotteet tulee toimittaa vaatimukset täyttävään laitokseen. Käsiteltynä ne voidaan hyödyntää lannoitevalmisteena tai turkiseläinten ruokintaan.

Luokan 3 sivutuotteet voidaan kompostoida tai käsitellä biokaasulaitoksessa. Lisäksi niitä voidaan käyttää lemmikkieläinten ruokana tai turkiseläinten rehuna.

Kaikki sivutuotteet voidaan hävittää myös polttamalla jätteenpolttolaitoksessa.

BaltFood Fact Finding -matkalla Valko-Venäjällä

Keski-Euroopan kupeessa Puolan, Ukrainan ja Venäjän ympäröimänä sijaitsee Valko-Venäjä, jonka elintarvikemarkkinoiden tilannetta ja vientinäkymiä Baltfood –hankkeen järjestämä Fact Finding -matka lähti selvittämään loka-kuussa 2011.

Saimme kuulla joitakin epäuskoisia kommentteja kun aloimme markkinoida Baltfood –hankkeen Fact Finding -matkaa maan pääkaupunkiin Minskiin. Valko-Venäjän elintarvikemarkkinoita ei ole Suomessa pidetty ainakaan toistaiseksi valtavan kiinnostavana. Muutamia poikkeuksia löytyy, esimerkiksi elintarvikesektorilta Ingman Ice Cream –konsernilla on tuotantoa Valko-Venäjällä ja Olvi Oyj on Lidskoe Pivo –juomatehtaan ja panimon pääomistaja. Matkalle kutsuttiin osallistujia hankkeen kaikista kuudesta partnerimaasta (Suomi, Ruotsi, Tanska, Saksa, Puola ja Liettua) ja katsoimme asiaa vähän laajemmin kuin Suomen näkökulmasta. Muualta Euroopasta katsoen Valko-Venäjä näyttäytyy ehkä paremmin uusien mahdollisuuksien maana, koska maantieteellisen sijaintinsa vuoksi sinne on hyvät kuluyhteydet eivätkä elintarvikemarkkinat ole toistaiseksi niin kilpaillut kuin Euroopassa tai Venäjällä Pietarin tai Moskovan markkinat.

Matkan taustaksi Baltfood- hanke oli tilannut selvityksen Valko-Venäjän markkinoista, joten aivan entisaikojen tutkimusmatkailijan löytöretkiasenteella matkalle ei lähdetty. Saimme myös matkan ja ohjelman järjestämisessä korvaamatonta apua Fennoconsulting Oy:n Carita Vastinesluomalta, joka kielitaitoisena, maan taloutta, yhteiskunnallisia oloja ja kulttuuria tuntevana vastasi siitä, että matka sujui ongelmitta ja se pystyttiin toteuttamaan suunnitelman mukaisesti.

Matkan tarkoituksena oli saada käytännönläheistä tietoa Valko-Venäjän elintarvikemarkkinoiden tilanteesta ja siitä millä tavalla elintarvikkeiden vienti maahan on järjestetty. Matkaohjelmaan kuului seminaari ja kaksi yritysvierailua. Matka oli suunnattu elintarvikealalla toimiville yrityksille, kehittäjille ja tutkijoille. Matkan kieli oli englanti.

Minskissä järjestettiin Seminar on food markets in Belarus, jossa kuusi alan asiantuntijaa piti esitykset. Ensimmäinen puhuja oli kansainvälisten suhteiden asiantuntija Pavel Prudnik,

joka edusti Belgospischeprom organisaatiota. Se on Valko-Venäjän valtion elintarviketeollisuudesta ja -tuotannosta vastaava sateenvarjomainen viranomaisorganisaatio. Hänen puheensa käsitteli valtion roolia elintarviketeollisuudessa ja kuinka Belgospischeprom voi auttaa ulkomaisia yrityksiä Valko-Venäjän markkinoilla. Valko-Venäjä ei ole eristäytynyt saareke vaan tuontitavaraa on noin 30% -40% yhteensä yli viidestäkymmenestä maasta. Valko-Venäjä pyrkii kuitenkin ruoantuotannossa ja -jalostuksessa mahdollisimman korkeaan omavaraisuuteen Protektionismillä pyritään varmistamaan ruokaturvallisuus, mutta siitä huolimatta Valko-Venäjä on avoin yhteistyölle ja etsii ulkomaisia yhteistyökumppaneita ja investoijia kehittämään maan elintarviketuotantoa. Valko-Venäjän markkinoille on vaikea tuoda ruokatuotteita EU-maista. Sama koskee myös valkovenäläisiä tuotteita. Niiden vienti EU-alueelle on korkeiden tullimaksujen vuoksi niin korkeat ettei toiminta kannata.

Toisen esityksen piti Tatjana Baburchik, joka on Lidskoe Pivo – juomatehtaan ja panimon kaupallinen johtaja. Yritys on valkovenäläinen, mutta suomalainen Olvi Oyj on omistanut pääosan osakkeista vuodesta 2008 alkaen. Saimme kuulla yrityksen toiminnasta ja yhteistyön kehittymisestä vuosien kuluessa sekä tietoa Valko-Venäjän alkoholimarkkinoiden tilanteesta.

Kolmas puhuja oli Projektipäällikkö Olga Sherbina. Hän edustaa ICF, International Finance Corporationia, joka on Maailmanpankin jäsen ja laajin kansainvälinen kehittämisinstituutio, joka on erikoistunut edistämään kehittyvien maiden yksityisen sektorin toimintaa. Hän kertoi Valko-Venäjän elintarviketurvallisuusprojektista, jonka tavoitteena on parantaa maataloustuotteiden ja elintarvikkeiden turvallisuutta. Toistaiseksi vain pienellä osalla elintarvikejalostajia on käytössä valvontajärjestelmiä. Valkovenäläiset elintarviketuottajat voivat ottaa käyttöön oman HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points), mutta se ole pakollinen. Vaikoko-Venäjän HACCP ei ole myöskään kansainvälisesti tunnustettu. Meneillään oleva projekti pyrkii tuomaan huomattavan parannuksen elintarviketurvallisuuden erilaisin toimenpitein, kuten yritysten neuvonnalla, konsulttitoiminnan kehittämisel-

lä ja vaikuttamalla yleisemmin ruokapolitiikkaan.

Neljäs puhuja oli asiantuntija Juha Hämäläinen, joka toimii Baltian maissa toimivassa asianajotoimisto Sorainen Law Offices Oy:ssä. Hän esitteli monitahoisesti taustatietoja Valko-Venäjän markkinoista ja mahdollisuuksia liiketoiminnan harjoittamiseen maassa.

Viidentenä puhuja esiintyi Karavan –jakelu-yrityksen kaupallinen johtaja Oxana Penkrat. Karavan on toiminut Valko-Venäjän markkinoilla lähes kaksikymmentä vuotta ja se on erikoistunut kahvin ja teen jakeluun. Esityksessä käsiteltiin jakelijan roolia elintarvikkeiden markkinoinnissa ja kuinka vähittäismyynti on Valko-Venäjällä toimii.

Viimeinen puhuja oli Coffee Service Ltd:n johtaja Yury Stalmakhov, jonka yritys toimii italialaisen Lavazza-kahvimerkin jakelijana Valko-Venäjällä. Hän esitteli yrityksenä toimintaa ja kuinka he toimivat horeca-sektorilla ja millaisena he näkevät sen kehityksen.

Seminaarin lisäksi vierailimme Gippo ja ProStore –ketjujen liikkeissä, joissa myydään elintarvikkeita ja muita päivittäistavatuotteita. Gippossa tutustuttiin liikkeen valikoimiin, mutta ProStore liikkeessä tapasimme kaupallisen johtajan Svetlana Tolstajan. ProStore on valkovenäläinen kauppaketju, jolla on kolme hypermarkettia ja kaksi supermarkettia ja suunnitelmia laajentua voimakkaasti. Tolstaja kertoi valkovenäläisistä kuluttajista ja heidän asenteistaan ulkomaisia tuotteita kohtaan. Kiinnostusta on ulkomaisia tuotteita kohtaan, mutta hinnalla on ratkaiseva merkitys ostopäätöksissä. Erikoistuotteilla on kysyntää, mutta peruselintarvikkeissa ostetaan edullisempia kotimaisia tuotteita. Valkovenäläisten kuluttajien ostovoima on parantunut, mutta viime aikoina taloudellinen tilanne on heikentynyt. Sillä on selvä vaikutus yksityiseen kulutukseen.

Valko-Venäjä on kiinnostunut ulkomaisesta yritys-yhteistyöstä ja investoinneista. Juha Hämäläinen listasi muutamia hyviä syitä, miksi

investointi Valko-Venäjälle kannattaa vakavasti harkita. Tässä on tiivistettynä niistä listaa:

1. Valko-Venäjän hyvä sijainti Euroopan sydämessä
2. Valtion tuki ja myönteinen asennoituminen ulkomaisiin investointeihin
3. Uusia mahdollisuuksia avautuu, sillä Valko-Venäjällä on meneillään laaja yksityistämisprosessi. Pitkällä tähtäyksellä 90 % valtio-omisteisista yrityksistä pyritään yksityistämään.
4. Osaavan työvoiman hyvä saatavuus, valkovenäläiset ovat erittäin hyvin koulutettuja. Toistaiseksi palkkakustannukset ovat alhaiset kun keskipalkka on vain noin 270 euroa kuukaudessa. Asukkaita on noin kymmenen miljoonaa.
5. Markkinat kehittyvät ja Valko-Venäjällä on jo liikesuhteita yli 150 maan kanssa ja niitä pyritään entisestään tiivistämään eri tavoin. Valko-Venäjä käy neuvotteluja Maailman kauppajärjestö WTO:n jäsenyydestä.
6. Valko-Venäjän reformiohjelma rohkaisee yrittäjyyteen ja yrittää houkutella ulkomaisia investointeja maahan. Valtion rooli on kaventunut tai olematon yksityisissä yrityksissä.
7. Toimintaympäristö on turvallinen ja rikollisuutta ilmenee vähän. Kärsivällisyys liiketoiminnan aloittamisessa on avaintekijä ja on perehdyttävä huolellisesti siihen liittyvään lainsäädäntöön ja verotukseen.

Yksi erikoinen pikkufakta tuli myös matkalle esille. Valko-Venäjällä toimii McDonalds –pikaruokaketju. Se on maailman ainoa maa, jossa McDonalds toimii yhteistyössä valtion kanssa Joint-venture -periaatteella.

Lisätietoa Baltfood -hankkeesta:
<http://baltfood.org>



Valkovenäläinen ravintola-annos.



Baltfoodin Fact Finding -seminaari Minskissä 18.10.2011.



ProStore -kauppaketjun liike Minskissä.

Tutustu Pietarin elintarvikemarkkinaan

Osana Itämeren alueen elintarviketoimijoiden yhteistyötä Baltfood järjesti kolmepäiväisen fact finding -matkan Pietariin 19-21.9.2011 tutustumaan Venäjän markkinoille. Matka oli suunnattu elintarvikealan ammattilaisille, jotka halusivat saada ensikäden tietoa elintarvikealan markkinoista Pietarissa ja Luoteis-Venäjällä, eri toimijoista ja niiden roolista ja luoda suoria kontakteja venäläisiin alan toimijoihin. Matka oli kohdennettu elintarvikeyritysten avainhenkilöille (myynti, markkinointi, tuotekehitys), alan kehitysorganisaatioille, tutkijoille ja erilaisille organisaatioille, jotka toimivat elintarvikealalla.

Ennen matkaa oli jo laadittu markkinaselvitys, joka sisältää perustiedot Venäjän markkinoista, väestörakenteesta, koulutuksesta, terveysasioista, vähittäiskaupasta ja elintarvikemarkkinoista. Englanninkieliseen selvitykseen voi tutustua - sivustolla. Myös Valko-Venäjän ja Ukrainan markkinoista on tehty vastaavat perusanalyytit.

Osallistujat kokivat matkani intensiiviseksi ja informatiiviseksi. Lyhyessä ajassa osallistujat saivat kuulla Venäjällä toimivien elintarvikealan asiantuntijoiden mielipiteitä markkinoista, sinne pääsystä ja siellä toimimisesta. Matkan tarkoituksena oli, että osallistujat saivat kuulla ja nähdä, miten venäläiset ja länsimaaiset elintarviketoimijat arvioivat nykyistä ja tulevaa markkinatilannetta. Osallistujat saivat runsaasti konkreettisia neuvoja, ohjeita ja ennen kaikkea hyödyllisiä kontakteja tulevaisuutta varten, jotta heidän olisi helpompaa muodostaa käsitys Venäjän elintarvikemarkkinoiden mahdollisuuksista ja riskeistä. Puheenvuoroja käyttivät eri toimijat – jakelija, maahantuojat, markkinoija, jälleenmyyjä, tavarantoimittaja ja tuottaja. Esitysten perusteella muodostui kokonaiskuva elintarvikeviennin mahdollisuuksista. Konkreettiset kansainvälistymistoenpiteet vaativat varmasti syvempää tietoa, mutta tämän jälkeen osallistujilla on realistisempi kuva omista mahdollisista Venäjän viennin mahdollisuuksista ja toimimisesta Venäjän houkuttelevilla mutta haastavilla markkinoilla.

Opintomatkaraportti suomeksi on luettavissa www.ruokasuomi.fi – selvitykset ja tutkimukset.

Heidi Valtari
heidi.valtari@utu.fi



Nyt etsitään Vuoden Hillatuotetta ja Vuoden porokokkia 2012

Lappi tunnetaan vahvasta omasta maakunnallisesta keittiöstään ja ainutlaatuisista raaka-aineistaan. Lapin herkuista arvostetuimpia ovat hilla ja poronliha. Lappi lanseerasi Helsingin Messukeskuksessa 11. - 13. marraskuuta järjestetyillä ELMA -messuilla kaksi uutta valtakunnallista kilpailua, Vuoden Hillatuote-kisan sekä Vuoden porokokki 2012 -kisan.

- Haluamme uusien kilpailujen kautta tuoda ruokaperinnettämme 2010-luvulle ja löytää uusia helmiä, taitavia tekijöitä ja kekseliäitä ideoita, kertoo Rovaniemen Kehitys Oy:n kisa-koordinaattori Risto Saukkoriipi.

Lappi haastaa Vuoden porokokki -kilpailuun kaikki Suomen maakunnat. Kisa mitellään mestari-kisälli-pareittain. Suomen parhaat porokokit kohtaavat Lapin pääkaupungissa viikolla 12, jolloin finaali käydään rovaniemeläisissä ravintoloissa ja hotelleissa.

- Kisa huipentuu 23. maaliskuuta lauantai-illan porogaalaan Rovaniemellä. Gaalaa edeltävänä perjantai-iltana kaupungin kaduilla juostaan myös vauhdikas Rovaniemi Reindeer Sprint Race -porojen kiihdytyskilpailu. Porojen formulat kisataan ensi keväänä jo 12. kerran, kertoo Saukkoriipi.

Vuoden Porokokki -kilpailuun voi ilmoittautua 31.12.2011 asti. Finalistit julkistetaan Matkamessuilla 19.1.2012. Finaali käydään Rovaniemellä 22. - 23. maaliskuuta. Kilpailun finalistit palkitaan matkastipendillä Lappiin ja voittaja stipendillä.



Hillapitäjä Ranua etsii Vuoden Hillatuotetta

Ranua etsii vuoden 2012 parasta hilla/marja-tuotetta. Voittaja julkistetaan ensi elokuussa Ranuan maankuuluilla Hillamarkkinoilla. Alan asiantuntijoista koostuva raati etsii toteuttamiskelpoista ja kaupallisesti hyödynnettävissä olevaa tuotetta, jolla on myös uutuusarvoa.

Kilpailuesitykset tulee toimittaa Rovaniemen Kehitys Oy:lle huhtikuun 2012 loppuun mennessä. Esitys voi olla kuva, video tai kirjallinen esitys, josta käy ilmi, miten hillaa tai muuta luonnonmarjaa on hyödynnetty tuotteessa.

- Odotamme kisaan esimerkiksi elintarvikkeita, hillaherkkuja, hoitotuotteita, kosmetiikkaa tai mitä tahansa Ranuan hillabrändiin sopivaa uutuustuotetta. Parhaat tuotteet saavat näkyvyyttä Ranualla koko hillaviikon ajan, kertoo Saukkoriipi.

Lisätietoja:

Rovaniemen Kehitys Oy
Risto Saukkoriipi, koordinaattori, kauppa ja palvelut
puh. 040 572 0523
risto.saukkoriipi@rovaniemi.fi
www.rovaniemenkehitys.fi

Asuminen ja arki maaseudulla - paikallista ruokaa läheltä

Maaseutuasiantuntijat kokoontuivat elokuussa jo 20. kerran valtakunnalliseen Maaseutututkijatapaamiseen Kaarinassa, Varsinais-Suomessa. Vuoden 2011 tapaamisen teemana oli Asuminen ja arki maaseudulla. Tapaamiseen kokoontui monipuolinen osallistujajoukko maaseututoimijoista.

Tapaamisen kutsuesitelmän ”Kuluttajan arvot ja arki Turun KUMU2011-tutkimuksen valossa” piti kuluttajakäyttäytymisen muutosta ja kaupan sijoittumista tutkinut talousmaantieteen professori Heli Marjanen Turun kaupakorkeakoulusta. Esitystä kommentoi kyläliiketoiminta-asiamies Juha Kuisma.

Maaseudun ajankohtaisia asioita käsiteltiin kuudessa työryhmässä. Esitelmät ja keskustelut liittyivät tapaamisen teemaan: niissä perehdyttiin ruokaan, energiaan, lähipalveluihin, lähidemokratiaan, Leader-toimintaan ja maaseutupolitiikkaan. Esityksiin voi tutustua www.mua.fi ja sieltä löydät myös työryhmissä pidetyt esitykset sekä ns. abstraktikirjan.

Paikallista ruokaa läheltä -työryhmässä todettiin, että lähiruoka on hyvin ajankohtainen aihe ja keskusteluissa kaikkien huulilla. Ruoka on läsnä arjessa ja juhlassa. Toisaalta se on valmisruokaa keskellä kiirettä ja toisaalta se on pitkiä, ystävien kanssa kaikessa rauhassatehtyjä illallisia. Se on osa ympäristöä, yhteiskuntaa ja kulttuuria. Ruokaan ja sentuottamiseen liittyvät kysymykset haastavat eritieteen alojen edustajat ja ruoka-alan toimijatottamaan kantaa ja pohtimaan tulevaisuuden ruoantuotantoa ja tarjontatapoja.

Työryhmässä pohdittiin erityisesti paikallisen ruoan merkityksiä. Mikä on paikallisen ruoan merkitys maaseudun kehittämistöminnassa? Millaisiamahdollisuuksia siihen liittyy? Työryhmässä käsiteltiin Päivi Töylin, Katja Hyvösen, Sampsa Heinosen ja Tuija Monosen esitykset ja niistä koostettuihin abstrakteihin voit tutustua www.mua.fi.

Ensi vuonna maaseutututkijatapaaminen järjestetään tavallisuudesta poikkeavalla tavalla. Pohjoismaiden maaseutututkimuksen konferenssi ”Rural at the Edge” pidetään Joensuussa 21.–23.5.2012. Seuraa www.mua.fi --> rural at the edge.

Lisätietoja
Heidi Valtari
heidi.valtari@utu.fi

Ravitsemus- ja terveysväiteopas avaa väitteiden perusteita

Väitteitä käytetään elintarvikkeiden markkinoinnissa usein tavalla, joka ei vastaa niitä koskevia määräyksiä. Elintarviketurvallisuusvirasto Evira on nyt julkaissut ravitsemus- ja terveysväiteoppaan, jonka tavoitteena on helpottaa ja yhtenäistää EU:n väiteasetuksen soveltamista Suomessa. Uusi opas on tarkoitettu sekä valvontaviranomaisten että toimijoiden käyttöön.

Ravitsemus- ja terveysväiteoppaassa käsitellään muun muassa sitä, millaiset väitteet katsotaan ravitsemus- tai terveysväitteiksi ja minkälaisilla ehdoilla näitä väitteitä voidaan markkinoinnissa esittää. Opas ohjaa myös väitteiden omavalvontaan ja valvontaan sekä antaa vastauksia usein esitettyihin kysymyksiin.

Ns. väiteasetuksen piiriin kuuluviksi väitteiksi katsotaan kaikki kaupallisessa viestinnässä kirjallisesti ja suullisesti esitetyt väitteet, jotka koskevat elintarvikkeiden hyödyllisiä ominaisuuksia, ja joita käytetään lopulliselle kuluttajalle tarkoitettujen elintarvikkeiden pakkausmerkintöihin, esillepanoon tai mainontaan.

Evira järjestää **13.12.2011** elintarvikealan toimijoille ja valvontaviranomaisille tarkoitettun seminaarin, jossa käsitellään kysymyksiä ravitsemus- ja terveysväitteistä, aikatauluista ja väiteasetuksen soveltamisesta.

Elintarvikkeiden pakkausmerkinnöissä, esillepanossa tai mainonnassa käytettäviä ravitsemus- ja terveysväitteitä säätelee Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus (EY) N:o 1924/2006 elintarvikkeita koskevista ravitsemus- ja terveysväitteistä. Asetusta on sovellettu 1.7.2007 alkaen.

Ravitsemus- ja terveysväiteopas: <http://www.evira.fi/portal/fi/evira/julkaisut/?a=view&productId=268>

Lisätietoa ravitsemus- ja terveysväitteistä löytyy Eviran internetsivuilta: http://www.evira.fi/portal/fi/elintarvikkeet/valmistus_ja_myynti/pakkausmerkinnat_ravitsemus_ja_terveysvaiteet/

Lisätietoja:
ylitarkastaja Kaisa Kukkonen
puh. 020 772 4283
kaisa.kukkonen@evira.fi



Pienyrittäjien ammattimatka Anuga-messuille

9. - 12.10.2011

Koulutus- ja kehittämiskeskus Brahea ja Pyhäjärvi-instituutin yhteisen Tiedolla ja osaamisella –koulutushankkeen puitteissa järjestettiin matka Anuga-messuille. Seitsemästä varsinaissuomalaisesta yrittäjästä ja neljästä kehittäjästä muodostunut seurueemme kokoontui varhain sunnuntaiaamuna Turun lentoasemalle. Lähdimme matkaan sinivalkeisiin siivin koneellinen K-kauppiaita seuranamme Helsingin kautta Düsseldorfin ja sieltä edelleen Kölniin. Itse messujen tarjontaan tutustuimme sunnuntaina ja maanantaina. Messuilla esittäytyi reilut 6500 näytteilleasettajan yli 180 eri maasta kymmeneen halliin levittäytyen. Suomalaisväriäkin messuilta löysimme. Esillä olivat mm. HK Scan, Valio, Lapin liha sekä Laitilan Leipä. Yhtenä maailman suurimmista elintarvikealan kauppamessuista Anuga on erinomainen paikka uusien tuotteiden ja asiakaskontaktien hakuun. Varsinaisiin uusiin trendeihin emme messuilla törmänneet, vaan pinnalla olleet teemat olivat pitkälti jo tuttuja: helppokäyttöisyys, luomu, vastuullisuus eri merkityksissään, terveellisyys, free-from tuotteet jne. Muutamia mielenkiintoisia tuoteuutuuksia mieleen kyllä jäi: mm. juotava viinietikka, nestemäinen spray-pulloon pakattu suola ja kasvisproteiinia lihan lisäksi sisältävä jauheliha.

Suomalaisille messuvieraille oli messujen lomassa tarjolla myös tietoa Saksan elintarvikekaupan rakenteesta ja trendeistä Edelte Oy:n järjestämässä seminaarissa, jossa puhui mm. Michael Gerling Saksan elintarvikekaupan liitosta. Gerling kertoi Saksan elintarvikekaupan jakaantuneen viiteen eri kauppatyyppiin: discounterit, supermarketit, itsepalvelutavaratalot, suuret supermarketit ja pienet kaupat. Näistä discountereilla on suurin markkinaosuus (n. 45 %). Kauppa keskittyy enenevässä määrin suuriin myymälöihin ja pienet kaupat ovat hiljalleen häviämässä. Suuria trendejä Saksassa ovat terveellisyys, ympäristöä säästävät tuotteet ja paikalliset erikoisuudet. Gerling näkee tulevaisuudessa mobiiliteknologian kasvavassa roolissa tiedonvälityksessä myös elintarvikesektorilla. Viimeaikaiset ruokaan liittyvät skandaalit ovat nostaneet myös turvallisuuden suosituksi puheenaiheeksi. Gerlingin mukaan saksalaiset kuluttajat haluavat lisäksi tietoa, palvelua, luomua, vähemmän pakattuja ja paikallisia tuotteita.

Varsinaisen messuilun lisäksi tutustuimme paikalliseen torikulttuuriin, Kölnin vanhimpaan juustokauppaan, yhteen monista Kölnin keskustan luomukaupoista ja verkostoiduimme parin muun suomalaisen yrittäjäryhmän

kanssa oluttynnyreiden äärellä Sünter Kölsch panimossa.

Varhain keskiviikkoamuna olimme onnistuneen matkan jälkeen valmiina kotimatkaa varten. Täysin ilman kommelluksia emme kuitenkaan matkastamme selvinneet, sillä pian bussiin istuuduttuamme, kuljettajamme opasti meidät ulos ja bussin perään työntämään bussin käyntiin. Tämän onnistuneen urheilu suorituksen jälkeen saatoimmekin tyytyväisinä aloittaa matkan kotiin.

Lisätietoja:

Timo Katila

timo.katila@pji.fi



Kölniläisen luomukaupan valikoimaa



Elintarvikeyrityksen mainonnan ja menekinedistämisen keinoja

Millainen merkitys markkinointiviestinnällä on pienille yrityksille? Millä tavalla elintarvikealan pienyrittäjän kannattaa huolehtia tuotteiden- ja mainostamisesta ja menekinedistämisestä? Näihin kysymyksiin antaa vastauksia Saara Skytän tekemä opinnäytetyö **Elintarvikealan pienyritysten mainonta ja menekinedistäminen - Aitoja makuja -hanke**.

Opinnäytetyö toteutettiin yhteistyössä valtakunnallisen Aitoja makuja -hankkeen kanssa siten, että www.aitojamakuja.fi sivuilla oleville yrityksille tehtiin kysely, jossa selvitettiin sivuston merkitystä yrityksille sekä mitä markkinoinnin ja menekinedistämisen tapoja yritykset käyttävät ja mitä haluaisivat käyttä. Lisäksi Skyttä on poiminut markkinointiviestintään liittyvästä kirjallisuudesta erityisesti pienyrityksen kannalta olennaisia markkinoinnin ja viestinnän keinoja ja tapoja, joista osa esitellään seuraavassa.

Markkinointiviestinnän keinot jaetaan usein mainontaan, myyntityöhön, menekinedistämiseen sekä tiedotus- ja suhdetoimintaan. Mainonta on usein kallista, mutta Skytän opinnäytetyössä keskitytään pienyritysten kannalta edullisiin ja kannattaviin keinoihin. Myyntityössä vuorovaikutus on henkilökohtaista ja asiakas tunnetaan näin ollen hyvin, ja tässä onkin pienempien yritysten vahvuus. Tiedotus- ja suhdetoiminnan kautta halutaan osaltaan luoda positiivista mielikuvaa yrityksestä ja sen tuotteista. Menekinedistämisen ts. myynninedistämisen tarkoituksena on tarjota yllykkeitä, jotta tuotteet menisivät hyvin kaupaksi.

Kyselyyn vastanneista yrityksistä puolet koki henkilökohtaisen myyntityön merkittävimmäksi tuotteiden tunnettavuutta lisääväksi keinoksi. Pienille yrityksille on erityisen tärkeää olla tunnettu omalla paikkakunnalla ja siksi puskaradion merkitys on edelleen aika suuri. Tuotteiden valmistaminen on pienyrityksessä keskeisessä roolissa, joten markkinointiviestintä jää helposti resurssipulasta johtuen vähäisempään rooliin. 62 % vastaajista totesi, että oma yritys ja sen tuotteet eivät olleet tarpeeksi tunnettuja.

Lehdet, ulkomainokset ja mobiilimainonta

Kyselyyn vastanneet käyttivät mainonnan keinoista eniten sanomalehteä ja verkkomai-

nontaa. Myös suoramainonnalla ja myymälämainonnalla oli merkittävä rooli. Yritykset haluaisivat käyttää tulevaisuudessa enemmän verkkomainontaa.

Sanomalehdessä olevan ilmoituksen etu on, että se saadaan esille juuri silloin kuin halutaan. Toisaalta heikkoutena on, että lehti luetaan yleensä vain kerran. Harvemmin ilme-tyvissä aikakauslehdissä olennaista on mielikuvan rakentaminen yrityksestä ja tuotteista. Aikakauslehtien välissä voi olla myös advertoriaali, joka on mainoksen ja toimituksellisen aineiston kombinaatio, jonka sisällöstä päättää mainostaja. Nykyään myös lehtien verkkoversiot on yksi vaihtoehto perinteiselle lehtimainonnalle.

Ulkomainontaa ovat esim. julisteet, jättilakana- tai digitaaliset luomukset. Pienyrityksillä ulkomainonta keskittyy omalle paikkakunnalle esim. myymälöiden yhteyteen tai niiden läheisyydessä oleviin mainostauluihin. Ulkomainoksen etu on, että se on esillä kauan, mutta huomioarvo on silti hetkellistä eli silloin kun mainoksen ohi kuljetaan.

Mobiilimainonnassa viestintä tapahtuu useimmiten matkapuhelimilla. Viestejä lähetetään etukäteissuostumuksella (asiakas on antanut siihen luvan), asiakkaan itsensä lähettämällä lisätietopyyntöviestillä tai sponsoroituna mainosviestinä, kun asiakas käyttää tilaamia mobiilipalveluita. Elintarvikealan pienyrittäjä voi pyytää etukäteissuostumuksen kiinnostuneilta asiakailta ja siten jakaa helposti tietoa esim. siitä, että tiettyjä tuotteita on nyt myynnissä tai sato on valmistunut.

Verkkomainonta

Verkkomainonnan roolia ei voi väheksyä, sillä viime vuonna 72 % suomalaisista käytti internetiä päivittäin tai lähes päivittäin. Internetissä mainostamisen etuja ovat kohdistettavuus, seuranta, joustavuus ja interaktiivisuus. Tietoa voidaan tarjota helposti niin paljon kuin halutaan, ilman että kustannukset nousevat. Kyselyyn vastanneista 40 % käyttää verkkoa mainostamisessa ja noin 60 % haluaa laajentaa verkkomainonnan suuntaan omia markkinointitoimiaan. Internetissä tapahtuvassa markkinoinnissa on eri ulottuvuuksia, kuten omat sivut, näkyvyys olemassa olevissa kanavissa ja keskustelupalstoilla sekä varsinaisen internet-mainonta.

Omat kotisivut kuuluvat nykyaikaisen yrityksen imagoon. Yrityksen nettisivujen sisältöä on hyvä muuttaa ja ajankohtaistaa säännöllisin väliajoin. Yrityksen esite sellaisenaan nettisivuilla ei palvele tarkoitustaan. Sivuilta olisi tärkeä löytää tietoa yrityksen tuotteista ja niiden sisällöstä, yhteystiedoista sekä tilausten tekemisestä ja palautteen antamisesta. Sivuston on hyvä olla linkkijärjestelmältään ja hakusanoiltaan riittävän laaja, jotta yrityksen sivut löydetään. Kotisivun osana tai sen sijasta yrityksen sivut voivat olla blogimaiset, jolloin vaikutelma on enemmänkin nettipäiväkirjamainen. Yritys voi blogissaan kertoa esim. uusista resepteistä, oman tilan tapahtumista ja yrittäjän arjesta. Blogilla haetaan entistä parempaa kommunikaatiota asiakkaiden suuntaan, joten on syytä jo etukäteen miettiä, millaisen blogin haluaa ja mitkä ovat omat tavoitteet.

Internet-mainonnan vahvuus on sen kohden- nettavuus. Näistä sähköpostin postituslistat on toimiva viestintäväline, koska yhteystiedot jättänyt asiakas on jo kiinnostunut yrityksestä ja sen tarjonnasta. Digitaalinen mainos voi olla esim. banneri tai displaymainos. Koko sivun mainos tai selainikkunan päälle ilmestyvä mainos huomataan, mutta se voi myös ärsyttää käyttäjää, koska samalla nettiselailu häiriintyy. Peel down-kulma on mainospaikka, joka lymyää varsinaisen sisällön alla. Se on edellisiä tyylikkäämpi ratkaisu. Tekstilinkkimainos on lyhyt ja nopeasti havaittava teksti, jonka voi sijoittaa helposti sivun muun sisällön yhteyteen. Karttapalveluihin liittyy myös mainospaikkoja. Live Messengerissä yritys on esillä käyttäjään silmissä jatkuvasti. Tekstitikkerillä tarkoitetaan selainikkunan ylä- tai alareunaan rakennettua kapeaa ikkunaa. Kumppanuusmarkkinoinnissa käytetään toisia verkkosivustoja myynti- ja markkinointikanavana, jolloin klikkausten perusteella maksetaan mainospaikasta. Hakukonemainonta voidaan jakaa kahteen osaan: suora mainos, jonka näkyvyyttä voi ostaa avainsanoilla (näkyvyydenä sponsorituna linkkinä tai mainoksina hakujen yhteydessä) tai omien sivujen näkyminen mahdollisimman ylhäällä haussa, mihin vaikuttaa miten hyvin sivuston sisältö on laadittu ja optimoitu löytymään tietyillä hakusanoilla.

Myynninedistämistoimia

Myynninedistämistoimista eniten käytettyjä ovat **messut ja näyttelyt**. Messuilla ja näyt-

telyissä (ml. torimyynti) on mahdollista luoda kontakteja moneen suuntaan. Tällaisten tilaisuuksien etuna on, että myynnin lisäksi se on myös tapahtuma, jossa koetaan elämyksiä ja vietetään aikaa, mikä muodostaa siihen liittyvän tunnelman. Messuille kannattaa osallistua, kun haluaa esitellä omia uutuustuotteita ja keskustella henkilökohtaisesti asiakkaan kanssa eli luoda suhteita.

Elintarvikealalla **maistiaiset** ovat tyyppillinen tapa antaa näyte tuotteesta esittelyn yhteydessä. Maistatus antaa asiakkaalle mahdollisuuden tutustua konkreettisesti tuotteeseen. Maistatukset voivat sisältyä myös myymälämainontaan, joka sinällään on kannattavaa sekä kauppiaan että yrittäjän kannalta, koska asiakas saattaa sen perusteella tehdä heräteostoksia. Toinen tapa on antaa kylkiäinen (esim. marjakori mansikkaostoksen yhteydessä), jolla halutaan saada varsinaisesta tuotteesta houkuttelevampi ja erikoisempi.

Perinteisessä **suoramarkkinoinnissa** viesti menee suoraan asiakkaalle ja viestin sisällön, ajankohdan, keston ja jakelun voi

yrittäjä päättää itse. Asiakasrekisterit auttavat kohdentamaan mainontaa oikein. Suoramarkkinointi on tehokasta, kun halutaan antaa tietoa ennakkoon tietyille asiakasryhmälle. **Tutustumistilaisuudet ja avointen ovien päivät** toimivat hyvänä siltana asiakkaan ja yritysten välillä. Esim. uuden tuotteen lanseeraus tai yrityksen merkkipäivä voi olla hyvä ajankohta tilaisuuden järjestämiselle. Vierailujen etu on, että asiakas näkee, mistä tuotteet tulevat ja että yrittäjät voivat jutella suoraan asiakkaiden kanssa ja saada samalla palautetta. Tällä voi olla asiakkuuden kannalta sitouttava vaikutus.

Yrityksen on tärkeää uhrata aikaa oman markkinointiviestinnän suunnitteluun ja tavoitteiden asettamiseen, jotta tehtävät markkinointitoimet ovat tuloksekkaita. Viestinnälle on tärkeä luoda eritasoisia tavoitteita eli miettiä, milloin halutaan luoda mielikuvaa yrityksestä ja lisätä siten asiakkaiden tietoisuutta, ja milloin halutaan saada aikaan suoraan ostotapahtuma.

Saara Skytän koko opinnäytetyö löytyy sähköisenä Turun ammattikorkeakoulun opinnäytetöiden arkistosta

<https://publications.theseus.fi/handle/10024/34196>

Kirjoittaja ja lisätietoja:

Päivi Töyli

Aitoja makuja -hankkeen projektipäällikkö

paivi.toyli@utu.fi

puh. 040 189 1929

Spelttipuuron ja tyrnimehun markkinoinnissa tarvitaan erilaisia viestejä

Speltti ja tyrni ovat yleisesti ajatellen hyvin terveellisiä elintarvikkeiden raaka-aineita. Silti kuluttajat liittyvät niistä tehtyihin tuotteisiin - spelttipuuroon ja tyrnimehuun - erilaisia ensi- ja toissijaisia miellehtymiä. Ne puolestaan vaikuttavat siihen, millaiset viestit toimivat parhaiten tuotteita markkinoitaessa. Tyrnimehun kohdalla turvallisuusvetoinen viesti puree paremmin kuin terveellisyysvetoinen viesti. Spelttipuuron kohdalla asia on juuri päinvastoin.

Kuluttajakäyttäytymisen Epanet-professori Harri Luomalan tutkimusryhmässä tehdyssä tutkimuksessa tarkasteltiin 129 suomalaisen naiskuluttajan kokemuksia spelttipuurosta ja tyrnimehusta. Tutkimukseen osallistuneet kuluttajat jaettiin neljään koeryhmään, joista kaksi arvioi spelttipuuroa ja kaksi tyrnimehua.

Maun arvioinnin lisäksi kuluttajat vastasivat myös tuoteasenteita ja ostoaikomuksia mitaaviin väittämiin. Vastaajat arvioivat molemmat tuotteet aistinvaraisesti melko miellyttäväksi. Asenteet näitä tuotteita kohtaan olivat myös melko positiiviset. Silti ostoaikomukset jäivät tuoteasenteita heikommiksi.

Kuluttajien raaka-aineisiin, tuotantomenetelmiin ja tuotemuotoihin liittämien merkitysten kohderyhmälähtöisellä selvittämällä voidaan tuottaa hyödyllistä tietoa liikkeenjohtoon päätöksenteon tueksi uusia ruokatuotteita kehitettäessä ja markkinoitaessa. Tutkimuksen tulokset osoittavat, että näennäisesti pienilläkin eroilla viestinnässä voi olla ratkaiseva vaikutus kuluttajan tuotekokemiseen.

Paasovaara, Rami & Harri T. Luomala (2011). Consumers' experience of spelt porridge and sea buckthorn juice: The roles of product claims and need for cognition. *British Food Journal* 113(7): 853–870. <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1937582&show=pdf>

Lisätietoja:

Rami Paasovaara

rami.paasovaara@student.uwasa.fi

Pohjois-Pohjanmaan lähiruokateko ja Lähiruokamarkkinat Oulun Aittatorilla

Pohjois-Pohjanmaan ensimmäisessä maaseutugaalassa 9.9.2011 valittiin vuoden lähiruokateko. Ehdokkaina olivat Ylikiimingistä Sortolan jäätelö (www.sortolanjatelo.net), Rantsilan ruokapiiri (http://rantsilanmks.com/main/page_lhiruokapiiri_lhiruokapiiri.html) ja Haukiputaalta Oravan luomutila (www.oravanluomutila.fi).

Valinta kohdistui Oravan luomutilan, jota isännöivät Ari ja Anitta Orava. Oravan luomutila on nostanut voimakkaasti esille tilojen suoramyyntiasiat, erityisesti tinkimäiden myynnin. Tila tarjoaa mahdollisuuden ostaa luomumaitoa suoraan tilalta. Tilalta voi ostaa myös lihaa.

Syyskuun toisena lauantaina kello 10-16 Oulun Aittatorilla esittäytyivät maakunnan maut lähiruokatorilla. Maaseudun Sivistysliiton Uutispuuro-hankkeen järjestämässä tapahtumassa oli mukana noin 25 näytteilleasettajaa Pohjois-Pohjanmaalta. Torilla oli mahdollisuus tutustua maakunnan ruokatarjontaan marjatuotteista hunajaan, lihasta leipään ja yrtteihin. Paikalla on myös järjestöjä kertomassa muun muassa luonnonantimista ja niiden käytöstä. Lavalla oli ohjelmaa koko päivän ajan aina tasatunnein Lauri Salovaaran juontamana. Päivän aikana kuultiin ruoka-aiheisia tietoisuuksia, musiikkia ja tarinaniskentää, kilpailtiin keitontekotaidoissa ja nähtiin teatteria.

Tapahtuman järjestämisessä oli mukana myös Maaseudun Sivistysliiton Syökö nää lähiruokaa? -hanke ja Sanomalehti Kalevan Oookko nää-tapahtumasarja. Toritapahtuma käynnisti Syökö nää lähiruokaa? -hankkeen. Tapahtumista voi lukea lisää www.uutispuuro.fi.

Lisätietoja
Heidi Valtari
heidi.valtari@utu.fi



Vuoden lähiruokateko: Anitta ja Ari Orava



Syökö nää lähiruokaa? -hanke



Marjasu Oy on vuoden innovatiivisin maaseudun elintarvikeyritys

Kuopiolainen Marjasu Oy on voittanut valtakunnallisen InnoElma-palkinnon ELMA maaseutumessuilla Helsingin Messukeskuksessa. 3 000 euron arvoinen palkinto myönnettiin innovatiiviselle maaseudun elintarvikeyritykselle ja palkintosumman lahjoittaa Suomen Messusäätiö.

Marjasu Oy valmistaa ja pakkaa Delimax-tuotemerkillä juomatuotesarjoja juoma-automaatteihin, joita käytetään mm. hotelleissa, ravintoloissa, liikenneasemilla ja julkisen ruokapalvelun yksiköissä.

Palkinnon saajan valitsi tänä vuonna ruokakulttuuriasiamies Anni-Mari Syväniemi MTK:sta. Perusteluissa painotettiin tänä vuonna erityisesti uutta, rohkeaa omailemaisuuksia.

- Marjasu on lähtenyt rohkeasti kilpailemaan tuotteillaan tuoteryhmiin, joissa suomalaisia tuotteita on todella vähän tai ei ollenkaan. Laajan tuoteperheen lisäksi uutena aluevaltauksena yrityksellä on urheilujuomat, joiden valttina on aito maku. Juomaperhe on saanut koemarkkinoinnissa hyvän vastaanoton, Anni-Mari Syväniemi perustelee.

- Urheilujuomamarkkinoilla Marjasun Fatburner-rasvanpolttajuoma on ensimmäinen suomalaisuudesta kertovalla Joutsenlipulla varustettu marjapohjainen urheilujuoma maassamme, lisää Anni-Mari Syväniemi.

Mehuissa käytettävät mustaherukat tulevat toimitusjohtaja Esa Vainikaisen kotitalalta Kuopion Niemisjärveltä. Muita raaka-aineita hankitaan lähialueen marjanviljelijöiltä ja pakastamoilta. Marjapohjaisten urheilujuomien tuotekehityksessä on hyödynnetty myös sisäsavolaista marja-alan erityisosaamista. Makuyhdistelmiä on kehitetty ja testattu Sisä-Savon seutuyhtymän elintarvikealan kehittämishankkeissa.



Lisätietoja:

Marjasu Oy, toimitusjohtaja Esa Vainikainen

puh. 0500 172 616

esa.vainikainen@marjasu.fi

Lähirokaa, kiitos! Seuturuoka saatavaksi hankkeen satoa



Loimaan seutukunnassa toteutettiin vuoden 2010 aikana Seuturuoka saatavaksi -hanke, jonka tavoitteena oli edistää alueen elintarvikealan alkutuottajien ja jatkojalostajien tuotteiden pääsyä kauppoihin sekä kuntien ruokahuoltoon. Eräs hankkeen keskeisimmistä tehtävistä oli seuturuoan logistiikan suunnittelu alkutuottajien ja jatkojalostajien kanssa. Syksyllä 2010 hanke pilotoi lähiruokatuotteiden myyntiä päivittäistavarakauppoihin Loimaan seutukunnan ja Lounaisen Hämeen alueilla.

Hankkeen tuloksista on koottu julkaisu, jossa pureudutaan lähiruoan markkinointiin sekä lähiruokatuottajien verkostoitumiseen. Lisäksi tarkastellaan julkisen ruokahuollon elintarvikkeiden hankintaa ja kilpailutusta

lähiruokatuotteiden käytön edistämisen kannalta. Julkaisu perustuu Susanna Ansion ja Miia Lehtosen opinnäytteisiin sekä hankkeen projektipäällikkönä toimineen Päivi Saalaston kokemuksiin. Hankkeen rahoitti Varsinais-Suomen liitto Euroopan aluekehitysrahaston tuella ja sen hallinnoijana toimi Loimaan seutukunnan kehittämiskeskus (nykyinen Yrityskolmio).

Julkaisun voi ladata veloitusetta Turun ammattikorkeakoulun julkaisutoiminnan verkkopalvelusta (Turun ammattikorkeakoulun raportteja 115) tai suoraan linkistä:

<http://julkaisumyynti.turkuamk.fi/PublishedService?file=page&pageID=98&groupID=2698&action=viewPromotion&itemcode=9789522162076>

Ny Nordisk Mads konference

Konferencen, der blev holdt på Hilton Kalastajatorppa i Helsinki den 11.-12. oktober 2011, havde et overordnet tema om Ny Nordisk Mad, når man spiser uden for hjemmet (The potential and future of Nordic food when eating outside home). Læs hele programmet.

Nordisk Ministerråd i samarbejde med Nordic Innovation var arrangør, og i alt 220 deltagere fra 11 forskellige lande havde valgt at deltage. 47 oplægsholdere, 15 udstillere på madmarked og smageværksted, 12 poster-udstillere og mere end 20 redaktører fra TV, radio & aviser. Konferencen blev fulgt gennem blogge, facebook, twitter, live streaming på hjemmesiden og sendtes desuden live på Stadi-tv kanalen. Se mere her: nynordiskmad.blogspot.com/2011/10/pressemdet.html nynordiskmad.blogspot.com/2011/10/100-skolkok-pa-ett-ar.html www.facebook.com/nynordiskmad ... og se billeder fra middagen: sigurveigkara-dottir.wordpress.com/2011/10/11/enjoying-dinner-in-a-finnish-forest/

Nästa konferenc arrangeras i Norge. På återseende i Norge 2012
Magnus Gröntoft, e-post: mg@nynordiskmat.org



Ruoan ja aterioiden mahdollisuudet luovilla aloilla

Uusi pohjoismainen ruoka II -ohjelma on laatinut alustavan selvityksen ruoasta ja luovasta teollisuudesta ruotsalaisen Björn Ylipään vetämänä. Hanke toteutetaan yhteistyössä Pohjoismaiden ministerineuvoston ja KreaNord:n (Nordic Creative Economy) kanssa. Raportin tulokset vahvistavat sen, että ruoka ja ateriat tulisi lukea luovan teollisuuden piiriin jotta uusia työpaikkoja, kasvua ja vientiä syntyisi Pohjoismaihin.

- Vaikka pohjoismainen keittiö on saavuttanut kansainvälistä menestystä, on edelleen olemassa suuri hyödyntämätön potentiaali pohjoismaisten yritysten ja laitosten kyvyssä nähdä ateriointi markkinoinnin välineenä-

Taiteellisia ilmaisutapoja sekoittamalla ja uudentyyppisiä tapahtumia luomalla markkinat laajentuvat, uskoo Ylipää.

- On aika herätä ja huomata, että ruokailu tarjoaa mahdollisuuksia kaikille viidelle aistille, Ylipää jatkaa.

Ylipää määrittelee itsensä ”makuelämyksien johtajaksi”, joka ylittää tavanomaisen aterian rajat ja käyttää ruokaa työkaluna viestin, tarinan tai ilmapiiirin välittämiseen. ”Kokki” tarkoittaa tässä yhteydessä artesaania, joka loihtii menun johtajan ohjeiden mukaisesti. Mauilla on keskeinen rooli viestin läpimenon kannalta ja näin ollen on tärkeää saada am-

mattitaitoisia käsityöläisiä ja hienoja ainesosia ruoanlaittoon.

Raportti:

http://nynordiskmad.org/fileadmin/user_upload/Rapport%20med%20n%C3%A4gesanalys%20mat%20och%20kreativa%20n%C3%A4ringar.pdf

Lisätietoja:

Björn Ylipää

bjorn@maltidsvision.se

tel. +46 705-36 56 98



Dynamo (Piippukatu 2)

klo 10.00	Tervetuloa Minna Junttila, Slow Food Keski-Suomi ja Karoliina Väisänen, JAMK
10.15-10.45	Mitä on Slow Food? Jarmo Åke, Slow Food Helsinki
11.00-13.00	Kokkisirkus ja Viinisirkus: näytöksiä ja maistiais
11.30-12.00	Intohimoa makuelämyksiin: ruokakulttuuri ja siitä viestiminen Jarmo Åke, Slow Food Helsinki
12.30-13.00	Aikaa ruualle Vivi-Ann Sjögren, ruokakirjailija
14.30-15.00	Vivi-Ann Sjögren signeeraa kirjojaan

Koko päivän klo 10-16:

- Keski-suomalaiset elintarviketuottajat esittelevät ja myyvät tuotteitaan
- Keski-suomalainen makulautanen (Pro Ruoka–hanke ja Keski-Suomen keittiömestarit)
- Piparin tarina ja leipomo lapsille
- Aistirata lapsille
- Slow Food Keski-Suomi –infopiste
- Jyväskylän Kaupunkimartat ry
- Jouluinen kahvio
- Kirjamyyntiä

Turbiini (Piippukatu 3)

Ravintolaideassa on päivän aikana mahdollisuus rauhoittua maittavan Slow Food -menun äärelle!

Tarjolla on kolmen ruokalajin ateriakokonaisuus pöytiin tarjoiltuna. Menu sisältää paikallisia ruoka-aineita Slow Foodin hengessä. Kattaukset klo 13 ja 16.

Menutiedustelut ja varaukset:
hidastajoulun@jamk.fi tai 050 365 1692



Tapahtumaan on vapaa pääsy – tervetuloa!



JYVÄSKYLÄN AMMATTIKORKEAKOULU
JAMK UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES



Slow Food Keski-Suomi

Kekri on syötävän hyvä syysjuhla

Teollistumisen ja kaupungistumisen myötä unholaan painunut muinaissuomalainen sadonkorjuun juhla kekri tekee paluuta suomalaisten ruokapöytään ja juhlakalenteriin.

Kekrin uutta tulemistä edesauttavat monet ajankohtaiset trendit: suomalaisten kasvava kiinnostus lähi- ja luomuruokaan, paikallisuus, yhteisöllisyys, yleinen maaseutukeskustelu, ekologisuus sekä itse tuottamisen ja tekemisen ilo. Myös vahvasti voimistuva kotiruokatrendi tukee hyvin kekrin ideaa.

Kekrihengessä järjestetty savolaisen ruoan ja kulttuurin juhla keräsi marraskuun alussa Suonenjoen Vanhamäelle yli 160 henkeä.

ProAgrian Pohjois-Savon Makumatka Savoon -hankkeen ja Kuopion alueen koheesio- ja kilpailukykyohjelman (KOKO) järjestämässä juhlassa oli tarjolla kaikkea mitä kunnon kekrikemuilta vaaditaan: yhdessäoloa, hyvää lähiruokaa, kansanmusiikkia, vuodenaikojen tajua, esi-isäin kunnioittamista, pelottavan kohtaamista, valoja pimeässä ja uuden aloittamista.

– Kekritapahtuma järjestettiin Suonenjoella toisena vuonna peräkkäin, joten kyllähän me voidaan jo puhua perinteestä, kertoi tapahtuman suuresta yleisömäärästä yllättynyt Helena Lehtoaro, joka toimii ensi kesään jatkuvan Makumatka Savoon –hankkeen vetäjänä.

Kekrikemuissa tarjottiin alkuruokana naurisosekeittoa suonenjokelaisen raejuuston kera. Pääruokana nautittiin kärkeääläisestä luomukaritsasta haudutettua lammaspataa. Jälkiruuksi herkuteltiin eteläkuopiolaisen käyttötilan ternimaidosta valmistettua uunijuustoa.

Talonpoikauskulttuurisäätiön asiamies Paula Viertola jakoi pöytäpuheessaan kiihtosta kekrikemujen järjestäjille uuden kekrihankkeen luomisesta Pohjois-Savoon. Viertolan mielestä syksyyn ajoittuvalle juhlalle on todellinen kysyntä.

– Globalisaation eli maapalioistumisen vastineeksi me haluamme alueellista ja paikallista lähiruokaa. Lisäksi ihmisiä kiinnostavat yhä enemmän omat ja suvun juuret, hän perusteli.

Kitupiikki kurpitsalyhdyn tilalle

Viertolan mukaan kekri peittoaa menneen tullen muovisen naamiaisjuhlan halloweenin, jos sen modernisointiin käytetään mielikuvitusta. Hän muistutti, että loppujen lopuksi halloween ei ole edes amerikkalaisten itsensä keksimä juhla, vaan sen juuret juontuvat eurooppalaiseen ja irlantilaiseen maatalouskulttuuriin.

– Ei meidän tarvitse kaikkia asioita kopioida rapakon takaa. Omassa kekriperinteessämme on valtavasti aineksia, joista on mahdollista luoda lapsille ja nuorille vatsanpohjaa kutittavia jännittäviä tarinoita, kummitusjuttuja, leikkejä ja jopa nettipelejä. Nuorille voidaan järjestää hulvatonta kekrirokkia pimeisiin syysiltoihin tai vaikkapa tarjota jotain niisanottua öklöruokaa kuten esimerkiksi tomaattikeitossa lilluvia nakinpalasia, hän ideoi.

Hän haastoikin kaikki keksimään keinoja, joilla kekri nostetaan uuteen kukoistukseen. Työ on hyvä aloittaa Itä-Suomesta, sillä juuri täällä se säilyikin aikoinaan kaikkein pisimpään.

- Ennen vanhaan irvistelevän kurpitsalyhdyn tilalla oli kitupiikki. Se oli nauris, jonka koverretussa sisuksessa paloi lampaantalissa pyöritelty huokoinen tikku, hän esitteli yhden idean.



Tilaisuuden järjestäjät, Helena Lehtoaro (vas.) Makumatka Savoon -hankkeesta sekä seutukehittäjät Riikka Tähtinen ja Olli Kokander Kuopion alueen KOKO-ohjelmasta, haastoivat eri puolilta Pohjois-Savoa saapuneet vieraat järjestämään ensi vuonna lisää paikallisia kekrikemuja.

Teksti ja kuva:

Jari Sihvonen

Pohjois-Savon maaseutuohjelman tiedottaja

”Lappilaiset saavat lautaselleen lähiruokaa - jopa tietämättään”

Tuoreta läheltä -ruokaseminaari kokosi 17. marraskuuta Rovaniemelle ruoka-alan ammattilaisia, asiantuntijoita ja päättäjiä pohtimaan lappilaisen lähiruuan käyttöä julkisissa keittiöissä. Keskustelu kävi vireänä. Rovaniemen Ruokapalvelukeskuksen ruokapalveluohjaaja Hajnalka Kiss-Herttua ja elintarvikealan yrittäjä Timo Oja haluavat muistuttaa, että lähellä tuotetut raaka-aineet päätyvät yhä useammin myös koululaisten ja vanhusten lautasille. Ruokailija itse ei vain aina tiedä sitä.

- Pyrimme tarjoamaan päivittäin lähiruokaa päiväkotilapsille, koululaisille, työpaikkaruokailijoille, päiväkeskusasiakkaille sekä ikäihmisille, toteaa ruokapalveluohjaaja Hajnalka Kiss-Herttua.

Kiss-Herttua tekee ruokalistoja Rovaniemen Ruokapalvelukeskuksessa, jossa valmistetaan ateriapalveluja arkipäivisin noin 10 000:lle rovaniemeläiselle.

- Esimerkiksi päivittäin tarjottava leipä on paikallista ja perunat tulevat pohjoiselta toimittajalta. Ainoastaan kala on hiukan ongelmalla. Valmistamme niin valtavia määriä ruokannoksia yhdellä kerralla, etteivät paikalliset toimittajat kykene vastaamaan tarpeeseen, kertoo Kiss-Herttua.

Alan ammattilaiset kuitenkin uskovat, että Lapissa ollaan jo hyvällä tiellä ja lähiruoka on löytänyt tiensä lounaspöytiin. Kaikki hankinnat on kilpailutettava ja valintakriteereinä ovat muun muassa elintarvikkeen laatu, toimitusvarmuus ja -aika, ympäristövaikutukset sekä kokonaistaloudellinen edullisuus.

- Jos tehdään tarjouspyyntö esimerkiksi 150 000 kilosta perunaa ja kriteerinä olisi pelkkä hinta, lappilaiset lähitoimijat olisivat heti pois pelistä. Mutta kun lisätään tarjouspyyntöön, että perunat tarvitaan viisi kertaa viikossa keittiöön aamuseitsemältä, saadaan usein paras tarjous lähituottajalta, selittää Hajnalka Kiss-Herttua.

Rovaniemeläinen Lapin Krassi Oy on toimittanut vuoden alusta alkaen Rovaniemen Ruokapalvelukeskukselle muun muassa salaatteja, salaattikomponentteja ja raasteita. Esimerkiksi kaikki Lapin Krassin käyttämät norkovat kasvikset ja juurekset ovat läpi vuoden paikallisia tai kotimaisia. Simo Alaluusuan ja Timo Ojan vetämä yritys toimittaa myös paikallisille vähittäiskaupoille valmiita ruokia palvelutiskiinkin sekä salaatteja.

- Moni yllättyi kuullessaan ostaneensa kaupasta lounaaksi vaikkapa savuporokiusausta, jonka raaka-aineet ovat alusta alkaen pohjoisen ruokaa. Eli syömme lähiruokaa usein tietämättämme, Timo Oja kertoo.

Lähiruokaseminaarin järjesti Rovaniemen Kehitys Oy:n Lähiruokaa julkisiin keittiöihin Lapissa -hanke. Kulttuuritalo Korundissa 17. marraskuuta puheenvuoron käyttivät muun muassa maaseutuyli-tarkastaja Kirsi Viljanen Maa- ja metsätalousministeriöstä, erikoistutkija Kristiina Aalto Kuluttajatutkimuskeskuksesta,



Lapin Krassi Oy:n Timo Oja ja Rovaniemen Ruokapalvelukeskuksen ruokapalveluohjaaja Hajnalka Kiss-Herttua (oik.) osallistuivat 17. marraskuuta Tuoretta läheltä -seminaariin. Seminaarin järjesti Rovaniemen Kehitys Oy:n Lähiruokaa julkisiin keittiöihin Lapissa hanke, jonka vetäjä Anneli Takalo kuvassa vasemmalla.

MTK ry:n ruokakulttuuriasiamies Anni-Mari Syväniemi, ympäristökouluttaja Erja Mähönen sekä johtava lakimies Antero Oksanen Suomen Kuntaliitosta.

Lisätietoa seminaarista: www.rovaniemenkehitys.fi/lahiruoka

Rovaniemen Kehitys Oy / Anneli Takalo
puh. 040 763 5401
anneli.takalo@rovaniemi.fi

Rovaniemen Ruokapalvelukeskus

Valmistaa ateriapalveluja arkipäivisin noin 10 000:lle rovaniemeläiselle.

Vuosina 2011 - 2013 perunoiden, juuresten ja vihannesten ostopaikkoina toimivat Lapin Krassi, Markku Pekkala, ja Kespro Oy. Maito ja maitotaloustuotteet toimittaa Valio Oy. Lihan ja liha- ja lihatuotteiden ostopaikkana on Wihuri Aarnio Metrotukku Oy, joka toimittaa Saarioinen Oy:n, Atria Oy:n tuotteet sekä HK Ruokatalo Oy.

Lisätietoja: Ruokapalveluohjaaja Hajnalka Kiss-Herttua, puh. 0400 261 131, hajnalka.kiss-herttua@rovaniemi.fi

Lapin Krassi Oy

Perustettu 1996, Rovaniemeläinen elintarvikealan yritys

Toimialoina kasvisten ja juureksien esikäsittely ja jatkojalostus, salaattikomponenttien ja salaattien valmistus, kasvis- ja perunalisäkkeiden valmistus sekä valmiit ruoat.

Käyttää mahdollisimman paljon lähellä tuotettuja raaka-aineita, kotimaisuusaste 70 %. Asiakkaina Rovaniemen kaupunki/kuntayhtymä, ravintolat, vähittäiskaupat ja yksityiset henkilöt.

Lisätietoja: Lapin Krassi Oy, Timo Oja, puh. 050 911 0017 timo@lapinkrassi.fi

Makumatalla luomuun

Helsingin yliopiston Ruralia -instituutin lähi- ja luomuruokahankkeet MAUKAS ja ILME tarjosivat Makumatkan luomuun. Retki suuntautui juvalaisiin elintarvikeyrityksiin, joiden toiminta perustuu kokonaan luomuun tai ne panostavat vahvasti siihen.

Juvan seudulla elintarvikeketju työllistää merkittävästi ja lisätyövoiman tarve on jatkuva. On arvioitu että seuraavien kahden vuoden aikana Juvan alueen elintarvikeyritysten uusien työntekijöiden tarve on 70 uutta työntekijää. Alueen yritykset tekevät keskenään merkittävää yhteistyötä muodostaen lumuklusterin. Luomun vahvaa kasvua alkaa rajoittaa raaka-aineen saatavuus.

Matkalle osallistui 24 henkilöä, joista pääosa Etelä-Savon ammattikeittiöväkeä. Matkareitti kulki **Juvan Luomu Oy:n** luomumeijerin kautta **Krunexin** kotiruokatehtaalle ja sieltä edelleen **Partalan Kuninkaankartano Oy:n** kautta Juvan **Muumaahan**.

Lähiluomua

Juvan Luomu Oy, Suomen ainoa pelkästään luomutuotteita jalostava meijeri aloitti toimintansa 1990-luvun alussa, kertoo maitoa meijeriin tuottavan Wehmaan kartanon isäntä **Nils Grotenfelt**. Juvan Hatsolassa sijaitseva meijeri toimi pitkään Valion yhteistyömeijerinä. Nykyisin yritys jalostaa jogurtteja Private Label- tuotteiksi kaupan ketjuille. Juustoportin kanssa käynnistyneen yhteistyön kautta syntyy tuotteita myös Juustoportin tuotemerkil-

lä. Suurkeittiötuotteita on saatavilla Heinin Tukun ja Mikkelin Vihanneksen kautta.

-Maidolle meijerissä tehdään mahdollisimman vähän toimenpiteitä ja siihen lisätään mahdollisimman vähän uusia aineita. Juvan luomun maito on todellista lähiluomua sillä se kaikki on kerätty vain 150 kilometrin keräilylenkiltä, tähdentää Nils Grotenfelt.

Luomu arkiruoaksi!

Krunex Oy siirtyi Juvalle syksyllä 2010 aloittaakseen toimintansa kalkkunateurastamon entisissä tiloissa. Toimitusjohtaja **Timo Marttinen** kertoo että he valmistavat päivittäin 4 000-6 000 kg ruokatuotteita sekä kuluttajapakatuiksi vitriinituotteiksi että HoReCa -puolelle palvelutiskituotteiksi. Useimmat tuotteet valmistetaan Kruunu Herkku- tuotemerkillä, myös Pirkka -luomuruokaa tehdään. Esimerkkejä tuotteista ovat erilaiset salaattit, täytetyt ohukaiset, gratiinit, gulassit, pastat, kiusaukset, laatikot jne.

-Yrityksellä on käytössä viikoittain tai kuukausittain noin 200 eri reseptiä. Ruoka valmistetaan käsityönä ja tuotteisiin ei lisäaineita lisätä, toteaa Marttinen.

Yrityksen kokonaismyynti kasvaa aimoa harppauksin. Samoin kuin luomumyynti, joka oli ennen kesää 4-5 % kokonaismyynnistä, vierrailuhetkellämme lokakuussa 14 % ja joulun aikaan saavutettaneen huippu, 40 %.

Käytettävät raaka-aineet ovat mahdollisimman paikallisia esim. kasvikset, joiden hankkimiseksi yritys pyrkii aktiivisesti tekemään viljelysitoumukset ennen viljelykautta. Luomuraaka-aineen saatavuuteen ja pakkauskokoihin yritys pyrkii vaikuttamaan pitkäjänteisellä yhteistyöllä raaka-aineen toimittajien kanssa.

-Luomun tekeminen on usein haasteellista, 90 % raaka-aineista löytyy helposti, mutta loppu 10 % voi olla hankalaa, yrityksen tuotekehityksestä vastaava **Jari Anttila** kertoo.

-Perinteiset lihat, kaalit ja punajuuret ovat tuossa uudelleen muotiin. Luomu arkiruoaksi! Anttila jatkaa.

Kuninkaankartanosta Muumaahan

Partalan Kuninkaankartanon juhlasalissa nautimme kahvit ja luomumustikkajäätelöä. Salissa ammuivat vielä 1970-luvulla lehmät ja välillä tila oli myös luomututkimusasemakäytössä. Kuninkaankartanon juuret juontavat aina 1550-luvulta saakka, jolloin kuningas Kustaa Vaasa perusti kartanon.

Kuluvana vuonna toimintansa aloittaneen tilausravintola- ja majoituspalveluja tarjoavan Kuninkaankartanon toiminnasta kertoi yrittäjä **Sisko Siljamo**. Jo aiemmin pitopalveluyrittäjänä toimiessaan lähi- ja luomuruoan käyttöön vihkiytynyt Siljamo listasi ison joukon lähiseudun yrityksiä ja valmistajia, joita



Nils Grotenfelt esittelemässä Juvan Luomun toimintaa vierailijoille. Kuva: Anne Hytönen.



Kasvispihvit muotoillaan käsityönä Krunexin ruokatehtaalla Juvalle. Kuva: Anne Hytönen



Partalan Kuninkaankartanon kahvipöytä.

hänen verkostostaan löytyy ja joiden tuotteita tai raaka-aineita yritys ensisijaisesti käyttää.

Retki päättyi luomumaidon alkulähteille Juvan Kilpolaan, missä Juvan Muumaa Ay:n kolmen tilan ja 120 lehmän yhteispihatto sijaitsee. Maidontuottaja **Heli Ahonen** kertoi luomumaidontuotannosta ja mm. imettäjälehmien käytöstä vasikoiden luonnonmukaisessa ruokinnassa. Vuosituhannen vaihteesta saakka toimineen Muumaan kaikki maito menee Juvan Luomulle jalostettavaksi.

Oli elämys seurata makuuparsipihaton ylisiltä lehmien siirtymistä hallitusti iltalypsyllä sekä kalanruotolypsyasemalla tapahtuvaa lypsytapahtumaa. Lehmien ohjauksessa paimenkoirilla on tärkeä rooli.

*Sari Mäkinen-Hankamäki
projektipäällikkö, ILME-hanke
Elintarvikeosaamiskeskus EKONEUM*

MAUKAS – Maakunnallista luomu- ja lähiruokaa yhteistyössä ammattikeittiöille -hanketta ja **ILME** – Etelä-Savon pk-elintarvikeyritysten imagon parantaminen sekä lähi- ja luomutuotteiden menekin edistäminen -hanketta rahoittaa Etelä-Savon ELY-keskus Euroopan maaseudun kehittämisen maatalousrahastosta

Toimitusjohtaja Timo Marttinen esittelee Krunexin toimintaa. Kuva: Sari Mäkinen-Hankamäki.



kahvipöytä. Kuva: Sari Mäkinen-Hankamäki.



Juvan Muumaan nuorta karjaa laitumella. Kuva: Anne Hytönen.



Juvan Muumaan lehmät iltalypsyllä lypsyasemalla. Kuva: Sari Mäkinen-Hankamäki.

Särvintä järvestä - järvikalaa ammattikeittiöihin

Etelä-Savossa käynnistyi keväällä 2011 Särvintä järvestä –hanke, joka tähtää järvikalan käytön lisäämiseen ammattikeittiöissä. Alueen ammattikeittiöt ovat kiinnostuneita lisäämään alueen kalan ja kalajalosteiden käyttöä ruokatarjonnassaan. Kiinnostuksen takana on vankka sitoutuminen lähiruuan käyttöön ja halu monipuolistaa kalaruokien tarjontaa.

Särkikalaja saaliiksi

Mikkelin ammattikorkeakoulun vetämässä hankkeessa keskitytään järvikaloihin ja niistä erityisesti vajaasti hyödynnettyihin kalalajeihin, särkeen ja lahnaan. Tavoitteena on selvittää miten nämä kalalajit soveltuvat järvikalamassan raaka-aineeksi ja miten massan valmistuksessa päästään parhaaseen lopputulokseen. Hankkeen ideassa ei sinällään ole mitään uutta ja mullistavaa, vastaavia projekteja on toteutettu aiemmin eri puolilla Suomea, mutta Järvi-Suomen alue on jäänyt tältä osin paitsioon.

Arvokkaita vesistöjämme hoidetaan eri tavoin: pyritään vähentämään ravinnekuormitusta, kunnostetaan rantoja niittämällä ja tehdään hoitokalastuksia. Hoitokalastus on todettu tehokkaimmaksi tavaksi hallita vesistöjen rehevöitymistä ja niiden määrä on tulevaisuudessa lisääntymässä. Vajaasti hyödynnettyjä kalalajeja, särkikalaja, saadaan runsaasti hoitokalastusten yhteydessä. Kalansaaliita voidaan hyödyntää elintarvikkeina ja eläinten ruokana niin koti- kuin ulkomailla. Myös saaliiden käyttöä bioenergian lähteenä tutkitaan. Tavoiteltavin vaihtoehto on kuitenkin kalojen käyttö ihmisravinnoksi. Raaka-aineen saatavuudessa ei sinällään ole ongelmia, särkikalaa kyllä riittää, mutta kalastuksen kausiluonteisuus (aikainen kevät ja myöhäinen syksy) ja kalojen vaihteleva koko tuo jalostusprosessille omat haasteensa.

Kalan massausta kokeiltiin

Savonlinnan ammatti- ja aikuisopiston kalanjalostuslinjan opiskelijat osallistuivat opettajiensa johdolla kalojen massaukseen. Reilu 600 kg lahnoja ja särkiä perattiin, halkaistiin, huuhdottiin ja massattiin Baader-tyyppisellä massauskoneella, joka puristaa lihasmassan irti muusta kalasta. Lahnamassa vastasi odotuksia, se oli ruodotonta ja tasalaatuista, mutta särkimassan valmistusta täytyy kokeilla uudemman kerran. Kalamassaa pakastettiin tulevia tuotekokeiluja ja säilyvyyden tarkkai-

lua varten, mutta ensi hetken kokeilut lahnamassasta valmistetuista kalapihveistä olivat erittäin maukkaita.

Ratkaistavia asioita vielä on. Kalat olivat tyyppillistä hoitokalastuksen saaliskalaa, kooltaan melko pientä ja samassa satsissa useita lajeja. Massauksessa ei kaloja tarvitse fileoida, halkaiseminen riittää, mutta kalojen käsittely vie silti aikaa. Kalojen koneellinen perkaus nopeuttaa prosessia ja mahdollisuus kalojen kokolajitteluun ennen jalostusvaihetta on tarpeen selvittää. Raaka-aineen saatavuutta hoitokalastuksista ja sivusaalina sekä toimitusketjun logistiikkaa Etelä-Savon alueella selvitetään hankkeessa parhaillaan.

Tästä on hyvä jatkaa: lähikalaa lähikeittiöihin

Marraskuun aikana kokoonnutaan keittiön ammattilaisten kanssa yhteen ja kokeillaan erilaisia kalamassasta valmistettuja tuotteita, jotta tuote ja sen käyttömahdollisuudet tulevat tutuiksi. Ammattilaisten kokoontuminen yhteen tuottaa yleensä myös uusia ideoita. Ammattikeittiöillä on myös tarvetta ja kiinnostusta muidenkin kalalajien käytön lisäämiseen ja monipuolistamiseen. Muikkutuotteet ovat ykkösjuuttu, mutta ”kauden kalaa” halutaan tarjota enemmän. Yhteistä erityyppisille ammattikeittiöille on se, että kalan on oltava sopivassa muodossa, pyöreän kalan käsittelyyn ei ole mahdollisuuksia.

Loppuvuodesta jätetään rahoittajalle jatkohakemus, joka keskittyy kalamassasta valmistettavien tuotteiden kehittelyyn ja tässä hankkeessa esille nousevien ongelmien ratkaisemiseen. Tähtäimessä on aito lähiruokamainen toimintatapa, jolloin alueen ammattikeittiöiden käyttöön saadaan uusia lähiruoka-ajattelun mukaisia kausituotteita. Niiden ympärivuotinen tai laajempi maantieteellinen saatavuus on toki plussaa, mutta ei ehdoton edellytys.

Lisätietoja

Teija Rautiainen, projektipäällikkö
Mikkelin ammattikorkeakoulu
puh. 0400 872 759
teija.rautiainen@mamk.fi



Kalastaja Tarmo Tolvanen nostaa pikkurysän saalista. Kuva: Pertti Harju.



Halkaistua lahnaa matkalla massaukseen. Kuva: Pertti Harju.

Lapin jouluperinteestä...

Joulunaika perinteisine jouluvalmisteluineen aloittaa joulun odotuksen. Suunnittelemme ja mietimme mitä antimia odotettuun joulupöytään laittaisimmekaan. Rakentaisimmeko pöydän tarjottavat perinteeseen vaiko uskaliaasti uuteen. Olisiko aika siirtää omia lapsuutemme jouluherkkuja edelleen tuleville sukupolville, mieleen jääviksi ruokamuistoiksi? Pohjoiseen joulupöytään valmistetaan ruokaherkkuja puhtaista ja aromikkaista pohjoisen raaka-aineista; porosta, lohesta, raudusta, siiasta, riistasta ja marjoista ainakin hillasta.

Perinteisesti joulu on ollut merkittävimpiä vuotuisjuhlitamme. Joulun vietto aloitettiin Tuomaanpäivänä (21.12) ja päätettiin Nuutinpäivään (13.1). Joulun alla kodeissa suoritettiin suursiivous, vaihdettiin pyhämatot lattioihin, tuotiin joululiinat pöytään ja jouluna lämmitettiin joulusauna, jonne johti varpuluudalla lakaistu polku ja tietysti joulun ajan ohjelmaan kuului myös talviverkoilla käynti ja kapulasiiikojen kotiin tuominen. Valmistautuminen jouluun aloitettiin Lapissa jo hyvissä ajoin syyskesällä. Joulua varten varattiin syksyllä jo suurimmat joulukalat kuten loheta ja siit sekä parhaimmat paistit. Jos lehmä poiki joulun alla säästettiin lehmästä saatua uuttamaitoa eli ternimaitoa joulupöytään laitettavaksi.

Varsinaisiksi jouluherkuksemme mieltämämme jouluruuat ovat varsin nuoria tulokkaita. Itse jouluaaton vietto on Lapin keittiöön tullut vasta 1920 luvulla ja riisipuuro löysi tiensä Lappilaiseen joulupöytään vasta 1950 luvulla. Puuro oli ennen arvossaan ja monet lapset mm. uneksivat suuresta täynnä olevasta

puuropadasta, lahjasta josta tuskin monikaan lapsi tänä päivänä suuremmin riemastuisi. Arkisesta puurosta saatiin juhlaa lisäämällä siihen maitoa tai voita, sokerista puhumattakaan. Talvella lehmät olivat useimmiten ummessa ja näin säästetty maito käytettiin juhlistamaan joulunaikaan valmistettua puuroa. Lapissa puuro on ollut perinteisesti ohrapuuroa. Ohra onkin ollut lähes ainoa viljalaji, joka on ehtinyt tuottaa satoaan myös pohjoisen lyhyen kasvukauden aikana. Kinkku ei perinteisesti ole kuulunut lappilaiseen joulupöytään, mutta toki tänä päivänä joulun vietto jouluruokineen alkaa olla läpi maamme lähes samalla perinteellä valmistettava. Tosin nykyisin yhä useammassa pohjoisen kodissa kinkku korvataan jälleen perinteen mukaisesti poronpaistilla.

Perinteiseen lappilaiseen joulupöytään ovat kuuluneet aladoopit, erilaiset makkarat, veriruista mm. kampsut, keitetty poronkieli, ohrarieska, hillat ja juomana kotikalja. Posiolla jouluherkkuna mainittiin muinoin kalapotut, suolasärjet, suola-ahvenet sekä kapulasiiat. Omasta lapsuudestani 1960 luvulla mieleeni on jäänyt mm. kotitekoinen samettipintainen viili sekä ulkomailta jouluksi maahamme saapuneet mandariinit. Joulunajan kalaherkkuihin kuului kapulasiiika, jota keitettiin perunoiden päällä ja lisäksi tarjottiin kuppisoosia; voita ja sipulia haudutettuna kalaliemessä. Kampanisut ja leipäjuusto ovat niin ikään olleet myös perinteisen joulunajan herkkupöydän antimien joukossa. Juhlaviin perinneherkkuihin kuului myös metsän riista; jouluna kerrotaan laitetun ruuaksi mm. metsoa uunissa hauduttamalla ja lisäksi maukasta

naurista haudutettuna levinuunin hiiloksella. Joulunajan lahjat olivat niin ikään perinteisesti ruokalahjoja; nisuja, leipää ja kotijuustoa. Vasta 1900 luvulla paketteihin löysivät tiensä kudotut villasukat ja vanthuut. Korvatunturin joulupukki tuli tietoisuuteemme 1930 luvulla, jolloin lastentunturin Markus Rautio kertoi tarinaa tästä lahjoja jakavasta henkilöstä. Aluksi joulupukki kävi koulujen kuusijuhlissa ja sittemmin joulupukki kulttuuri siirtyi myös

koteihin.

Perinteisissä juhlissa myös luonnolla on ollut suuri merkitys. Linnuille ja metsän eläimille vietiin juhlien alla ruokaa tarjolle ja kotieläimetkin saivat osakseen erityistä huomiota mm. joulun aikaan. Poroille annettiin ylimääräinen jäkäläannos, linnut palkittiin viljalhyteellä ja lehmille ja hevosillekin annettiin ylimääräistä apetta. Joulu on perinteisesti koettu vuoden eräänlaiseksi päätökseksi, onhan sato ollut korjattuna, karja lahdattuna ja saalis säilötytynä. Vaikka joulunvietto nykyisellään on varsin nuori perinne; joulukuuset koristeineen, haudoille vietävät kynttilät ja joulupöytämme herkut, on joulu kuitenkin aikaa, jolloin me muistamme toisiamme. Vaikka ajat ja perinteet muuttuvat rakentakaamme kuitenkin yhdessä lapsiemme kanssa niitä tulevaisuuden jouluperinteitä, antakaamme aikaamme ja rakkauttamme toisillemme; tehkäämme yhdessä ikimuistoisia jouluja.

Lisätietoja:

Martti Kotakorva

Paliskuntain yhdistys

martti.kotakorva@paliskunnat.fi

Poronpaisti

Poronpaisti ruskistetaan pannulla. Pintaan hierotaan mausteeksi suolaa ja rouhittua mustapippuria. Kypsennä paisti 120-150 asteisessa uuninlämmössä. Laita paistin mukana uunipannulle juureksia (esim. porkkanaa, lanttua, sipulia paloina). Laita paistin paksuimpaan kohtaan paistilämpömittari. Valele paistia kypsytymisen aikana pannulle syntyvällä liemellä. Kun paistin sisälämpötila osoittaa n. 65 astetta ota paisti uunista ja kääri se esim. voipaperin ja folion sisään vetäytymään. Paisti on tällöin sisältä vielä punertava ja mehevimmillään. Mikäli haluat paistin olevan täysin kypsää tulee sisälämpötilan olla n. 70-80 astetta. Siivilöi paistoliemi ja saosta siitä kastike esim. tummalla kastikkeensaostajalla tai vesitilkkaan sekoitetuilla vehnäjauhoilla. Hauduta kastike kypsäksi n. 15 min. Tarkista maku ja lisää tarvittaessa mausteita. Makua voi parantaa myös lisäämällä kastikkeeseen joukkoon esim. marjahyytelöä. Lisää kastikkeeseen lopuksi tilkkanen kermaa. Leikkaa paisti poikkisyyhin ohuiksi viipaleiksi, tarjoa uunissa haudutettujen juuresten, keitetyjen perunoiden ja kastikkeen kera. Lisäkkeeksi sopii mm. puolukkasurvos.



Tapahtumat

7.12.2011	Ruokaketjun päättäjien visiopäivä, Helsinki (pipsa.salolammi@mmm.fi)
11.1.2012	Sapuskan vuosiseminaari, Helsinki (www.tekes.fi/sapuska)
20. - 29.1.2012	Grüne Woche, Berliini (mikko.nummi@dfhk.fi)
29.1. - 1.2.2012	ISM, Köln, maailman suurimmat makeismessut (www.ism-cologne.de)
9.2.2012	Food & Life – tie hyvinvointiin -seminaari, Seinäjoki (salme.haapala@foodwest.fi)
8. - 19.2.2012	Fruit Logistica, Berliini (mikko.nummi@dfhk.fi)
8. - 10.2.2012	Ammattimatka Fruit Logistica -messuille, Berliini (anita.karppinen@pji.fi)
10. - 11.2.2012	Tie hyvinvointiin -messut, Seinäjoki (www.epmessut.fi, www.foodandlife.fi)
13. - 17.2.2012	Prodexpo. Moskova (tuula.repo@proagria.fi)
15. - 18.2.2012	Biofach, Nürnberg, luomutuotteet (www.biofach.de)
1. - 3.3.2012	ExpoHoReCa, Pietari, Venäjä (http://www.en.farexpo.ru/horeca2012)
9. - 14.3.2012	Internorga, Hampuri (mikko.nummi@dfhk.fi)
14.3.2012	Luomulla lisäarvoa ammattikeittiöille, Helsinki (www.luomuliitto.fi)
14. - 16.3.2012	Gastro, Helsinki
15.3.2012	Pohjoiset pöperöt Gastro-messuilla, Helsinki (www.tekes.fi/sapuska)
27. - 30.3.2012	Anuga Foodtech, Köln, elintarviketeollisuuden laitteet (www.anugafoodtech.com)
19. - 20.4.2012	YTR:n verkostoseminaari (kirsi.viljanen@mmm.fi)
24. - 27.4.2012	GastroNord, Tukholma (http://www.-gastronord.se/en)
8.5.2012	Elintarvikepäivä 2012, Helsingin messukeskus (marleena.tanhuanpaa@etl.fi)
21. - 23.5.2012	Pohjoismainen maaseutututkijakonferenssi, Joensuu (tuija.mononen@uef.fi ja www.mua.fi > rural at the edge))
25. - 27.5.2012	Smaklust, Tukholma Ruotsi
24. - 25.8.2012	Herkkujen Suomi, Helsinki
31.8. - 2.9.2012	Kauhajoen ruokamessut, Kauhajoki (www.ruokamessut.fi)
16. - 21.9.2012	IBA, München, leipomoalan suur tapahtuma (www.iba.de)
29. - 30.9.2012	Lähiruokamarkkinat, Inkoo (www.westerby.fi)
21. - 25.10.2012	Sial, Pariisi, elintarvikeala (www.sialparis.com)