Aitoja makuja

1/2017

Vieraskynä

PÄIVI TÖYLI:
Minä haluan ostaa jogurttia, sinä myyt sitä

Golli pienyrittäjän apuna
s. 6

Kotileipomon kokemuksia yhteistyöstä Foodservice-tukun kanssa **s. 4**

Aitoja makuja -tiedotuslehti

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

Aikataulu

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

Tilaaja
Maa- ja metsätalousministeriö

Julkaisija
Turun yliopiston Brahea-keskus
20014 Turun yliopisto

Toimituskunta
Heidi Valtari, Päivi Töyli

Yhteystiedot
Lehden toimitus:
Heidi Valtari
heidi.valtari@utu.fi, puh. 0400 487 160

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

Painopaikka
Paino-Kaarina

Painos
2200 kpl/lehti

ISSN 2343-3728 (painettu)
ISSN 2343-3736 (verkkojulkaisu)

Sähköinen versio
aitojamakuja.fi
issuu.com

Kansikuva: Hannu Uusitalo / Vastavalo.fi

aitoja makuja

SISÄLTÖ

Vieraskynä..... 3
Kotileipomon kokemuksia yhteistyöstä Foodservice-tukun kanssa..... 4
Lähituotteet ammattikeittiöön.....5
Golli palvelu helpottaa pienyrittäjän toimitusketjua..... 6
Ruoka.Link 7
Tulevaisuuskuvia alkuperäruuasta ja lähiruuasta 9
Artesaaniruuan SM-kilpailu 9
Ruokamatkailussa paikalliset tarinat yhdistyvät elämykseksi 10
Hungry for Finland 11
Nimisuojaan liittyvää tietoa 11
D.O. Saimaa 12
Ruokavienti vetämään 13
Webinaari ruoka-alan yritysryhmä-hankkeiden mahdollisuuksista 14
Vastuullisuudesta valttia – pienillekin yrityksille 14
Kestäviä ideoita naapurista 15
Makumatkalla Kaakkois-Suomessa 16
Yhteistyöstä lisäarvoa ruokaketjuille 17
Satakunnasta – Sikses parasta 18
Elintarvikkeiden vientiopas..... 20
Maaseutututkijatapaaminen 20
Uusia vientituotteita Co Design -menetelmällä 21
Virtuaalipeli opettaa lapsille 22
Mikä lähiruoassa koukuttaa? 23
Elintarvikealan digipalvelut ja toimitusketjut -MiniHackathon 23

mmm.fi
MAA- JA METSÄTALOUSMINISTERIÖ

Turun yliopisto
University of Turku

Minä haluan ostaa jogurttia, sinä myyt sitä

Yksinkertaisimmillaan asia on helppo – joku valmistaa elintarvikkeita ja toinen ostaa niitä. Ruoka liikkuu paikasta A paikkaan B. Tässä arvoketjussa on usein monia toimijoita, joilla jokaisella on oma tärkeä roolinsa. Keskinäisen yhteistyön toimivuuden lisäämiseksi on tärkeää tuntea eri osapuolten toimintatavat.

Olen viimeisten parin vuoden aikana saanut tutustua elintarvikeyritys – ammattikeittiö – tukkutoimija -ketjun toimintatapoihin ja olla järjestämässä yhdessä yhteistyökumppaneiden kanssa tilaisuuksia teeman ympärillä. Näiden Paikallisruoan arvoketjua kehittämässä -hankkeen tilaisuuksien yksi päätavoite on ollut, että tullaan toistemme kanssa tutuiksi ja tullaan tietoisiksi siitä, miten elintarvikeyrittäjä voi saada tuotteensa ammattikeittiöön sekä tukkuun ja miten ammattikeittiöt toimivat yhteistyössä tukkutoimijoiden kanssa.

Tilaisuuksissa elintarvikeyrittäjillä on ollut mahdollisuus tavata kerralla useampia paikallisen ja valtakunnan tason ostajia, saada palautetta ja ideoita tuotteen kehittämiseen liittyen sekä kuulla, että millaisille tuotteille on kysyntää. Samalla on selvinnyt, millaisten prosessien kautta tuotteet tulevat osaksi tukkujen valikoimia ja sitä kautta mahdolliseksi osaksi ammattikeittiöiden ruokatarjoiluja. Kaikkien osapuolien yhteinen tavoite on, että paikallisia tuotteita saataisiin tarjolle enemmän ja että erikoistuotteita haluavat asiakkaat löytäisivät omaan tarjontaansa sopivia tuotteita.

Julkisuudessa puhutaan paljon digitalisaatiosta ja sitä ei voi unohtaa, kun puhutaan toimitusketjuista ja niiden välisestä yhteistyöstä. Uusia ja olemassa olevia sähköisiä järjestelmiä kehitetään koko ajan, niin että ne olisivat helppokäyttöisiä, mutta silti kaiken tarpeellisen tiedon sisältäviä. Muun muassa tuotteiden alkuperään ja toimitusketjuun liittyvä jäljitettävyys on tärkeässä roolissa. Sähköisten järjestelmien luomisessa ja kehittämisessä ovat olennaisessa roolissa sen käyttäjät, joten rohkaisenkin kaikkia osapuolia antamaan aina mahdollisuuksien mukaan palautetta palveluista.

On toimitusketju sitten suora kohtaaminen yrittäjän ja kuluttajan välillä tai vähän pidempi ketju, niin olennaista on, että jokainen ketjun osa miettii, että mikä on minun roolini ja mikä toimintatapa sopii minulle. Aina välillä on hyvä miettiä, että mitkä kaikki asiat kannattaa tehdä itse (tuotteiden suunnittelu, valmistus, myynti, markkinointi, kuljetus, jakelu) ja missä kohtaa asiat voisi antaa yhteistyökumppanin hoidettavaksi. Yhdessä tehden parempiin tuloksiin.

Päivi Töyli
Turun yliopiston Brahea-keskus
paivi.toyli@utu.fi
Kirjoittaja toimii projektipäällikkönä valtakunnallisessa Lähiruoan koordinaatiohankkeessa ja Paikallisruoan arvoketjua kehittämässä -hankkeessa.

Kotileipomon kokemuksia yhteistyöstä Foodservice-tukun kanssa

Yhteistyö Foodservice-tukun kanssa on mahdollistanut 30 vuotta toimineen kotileipomon toiminnan kehittämisen yrittäjien elämäntilanteeseen sopivalla tavalla. Yöleipominen on jäänyt, kun valikoimaa on keskitetty muutamaan, tukkuun toimitettavaan pakastettuun tuotteeseen. Ratkaisu on lisännyt työn ennustettavuutta, ja investointejakin on uskallettu tehdä. Perustana on vahva usko omaan tuotteeseen.

Varkautelaisen Kotileipomo Kaivonurmen yhteistyö Foodservice-tukku Kespron kanssa alkoi viime keväänä lähiruokamessuilla Kuopiossa. Rukiisia, kiviarinauunissa paistettuja riisipiirakoita maistettuaan Kespron edustajat halusivat ne valikoimaansa. Piirakoiden lisäksi leipomo toimittaa tukkuun ryynirieskaa.

Aktiivista yhteistyötä

Yhteydenpidosta, tilauskäytännöistä ja logistiikasta leipomo sopi joustavasti Kespron Kuopion tukun kanssa. Asiat hoituvat sähköpostilla ja puhelimella. Yrittäjä Rauni Kaivonurmi pitää aktiivisesti yhteyttä tukkuun, ja tukku voi asiakkaiden toiveesta tiedustella nopeitakin toimituksia. Logistiikassa yhdistettiin leipomon aiemmin käyttämiä ja Kespron kuljetuksia.

Tukun tarjoamia tilaisuuksia asiakkaiden tapaamiseen ja tuotteiden maistattamiseen on käytetty mielellään hyväksi. Tapahtumista on tullut uusia asiakkaita ja yhteistyömahdollisuuksia Kespron muidenkin aluetukkujen suuntaan: yhteistyö Joensuun tukun kanssa on jo alkanut.

Yhteistyö rohkaisi investoimaan

Leipomo toimittaa piirakat Kesprolle paistettuina ja pakastettuina. Rukiisen piirakan paistossa on niksinsä ja jokaisella asiakkaalla omanlaisensa uuni. Asiakkaat toivovatkin saavansa piirakat leipomon itsensä paistamana parhaan maun ja tasaisen laadun varmistamiseksi.

Alkuvaiheessa haettiin yhdessä asiakkaiden ja tukun kanssa sopivaa pakkauskokoa. Asiakkaat toivoivat pieniä

eriä, joilla he voivat testata tuotteen menekkiä. Piirakat oli ennen pakattu suuriin eriin, joten pieniä eriä varten hankittiin uusi pakkauskone. Pakkaus työllistää nyt vähän enemmän, mutta menekkikin on parempi. Pakasteisiin keskittyminen merkitsi myös pakastetilojen laajennusta, mikä mahdollisti samalla paremman sesonkeihin varautumisen.

Yrittäjille sopiva ratkaisu

Vuonna 1987 kotileipomon perustanut yrittäjäpariskunta on kehittänyt toimintaa nykyiseen elämäntilanteeseensa sopivalla tavalla. Yhteistyö Kespron kanssa on mahdollistanut keskittymisen pääasiassa muutamaan pakastettuun tuotteeseen. Töitä voi tehdä tasaiseen tahtiin, eikä kovia kiireaikoja tule, vaikka tukun rinnalla on edelleen muitakin myyntikanavia. Yöleipominen on jäänyt, eikä vuodenvaihteen lomaa ja yrityksen paperihommia tehdä enää töiden puristuksessa.

Olennaisinta on itse tuote ja sen erottuminen tukun laajasta valikoimasta. Hyväkin tuote vaatii yrityksen omaa panosta markkinoinnissa ja tiedonkulussa. Kaivonurmi kannustaa muitakin yrityksiä yhteistyöhön Foodservice-tukun ja ammattikeittiöasiakkaiden kanssa ja rohkeuteen tuotteiden esilletuonnissa: ”Pitää rohkeasti yrittää ja uskoa omaan tuotteeseen, että se on hyvä. Kun tekee hyvää, niin asiakaskin tykkää.”

Kirjoittaja
Satu Massa
satu.massa@gmail.com
Kuva: Kotileipomo Kaivonurmi

Lähituotteet ammattikeittiöön - aluetukun kautta vai suoraan tuottajilta?

Niin elintarvikeyrittäjien kuin ammattikeittiöiden on jossain kohtaa mietittävä, että mitä kannattaa tehdä itse ja mistä maksaa jollekin toiselle. Yksi tällainen asia on tuotteiden toimitukset asiakkaille.

Kimmo Remes LähiPuoti Remes Oy:stä on vertaillut kahden eri toimintatavan eroja ja laskenut hiilijalanjäljen eli ajettujen kilometrien, kulutuksen, päästöjen sekä käytetyn ajan vaikutuksia lähiruoan toimituksiin.

Vaihtoehdossa 1 ammattikeittiö tilaa tuotteet jokaiselta lähituottajalta suoraan ja tuottajat kuljettavat tuotteet ammattikeittiöön tai muutamat tuotteet ammattikeittiö noutaa itse. Vaihtoehdossa 2 ammattikeittiö tilaa tuotteet paikalliselta aluetukulta sähköisesti ja se toimittaa kaikki tuotteet yhdellä ajolla.

- Laskelmissa on huomioitu yksittäisen lähituottajan auton kulutus, päästöt, ajetut kilometrit sekä käytetty aika, jossa on ajoajan lisäksi myös lastaukseen ja purkuun käytetty aika, avaa Remes tekemiään laskelmia. Tätä on sitten verrattu lähiruokatukun vastaaviin lukuihin.

Remes kertoo, että ajokilometrejä kertyy tukulle yhden keräily- ja jakelukerran aikana noin 200 km. Vastaavasti lähituottajien ja ammattikeittiön yhteenlasketut kilometrit ovat noin 650. Auton käyttö kuluttaa polttoainetta, jota tukun auto kuluttaa noin 17 litraa vähemmän kuin lähituottajien omat kuljetukset ja autoilu aiheuttaa päästöjä, jotka jäävät noin 60 kg alhaisemmiksi käytettäessä tukkua. Päästö- ja polttoainelaskelmissa on huomioitu vain seitsemän lähituottajan arvot, ei ammattikeittiön.

Remes nostaa esiin myös asioiden hoitamiseen kuluvan ajan. Ammattikeittiön näkökulmasta aikaa kuluu erillisiin tilauksiin lähituottajilta, toimitettujen tuotteiden vastaanottoon, noutoihin sekä 10 erillisen laskun tarkistamiseen ja maksamiseen. Vastaavasti lähituottajilta kuluu aikaa tuotteiden kuljettamiseen. Jos tilausten toimituksesta huolehtii aluetukku, niin ammattikeittiö säästää aikaa tilausten

Lähde: Kimmo Remes 2017, Hiilijalanjälki

tekemisessä, jotka hoituvat sähköisesti, ja laskujakin tulee vain yksi ja siten asioiden hoitamiseen kuluu vähemmän aikaa.

Lisätietoja laskelmista

Puotipuksu **Kimmo Remes**

kimmo.remes@lahipuoti.fi

www.lähipuoti.fi

Golli palvelu helpottaa pienyrittäjän toimitusketjua

Pienyrittäjät käyttävät Golli-palvelua kätevään toimintaan isojen kaupparyhmien kanssa. Kuukausimaksu ja tulostin ovat suurimmat investoinnit.

Golli on GS1:n tarjoama palvelu, joka on suunniteltu helpottamaan pienyrittäjien arkea. Se jouhevoittaa sähköistä tilaustenkäsittelyä ja tavarantoimitusta. Gollin avulla pk-yritykset pääsevät osaksi kaupparyhmien tilaus- ja toimitusprosesseja.

Vakka-Suomen panimo sekä Hakalan peruna ovat olleet osallistujia Gollin pilottiprojektissa vuodesta 2014. Pienille yrityksille se on mahdollistanut kätevän toiminnan isojen kaupparyhmien kanssa.

– Toimintaa rakennettiin vähän erilaisten toimijoiden kanssa, isompien ja pienempien. Pääsimme vaikuttamaan asioihin, jotka ovat meidän kannalta tärkeitä. Pilotoinnin aikana on tullut päivityksiä ja tekotapa on nopeutunut vuosien aikana, Hakalan perunan yrittäjä Jaana Hakala kertoo.

– Meille on hyödyllistä, että pysymme isojen asiakkaiden toiveissa mukana ja pystymme tarjoamaan heille tuotteita silloin kun he haluavat. Meille on suuri etu, että saamme Gollin kautta osoite- ja kollilaput, Outi Soininen Vakka-Suomen panimosta jatkaa.

Helppo ja nopea käyttöönotto

Gollin avulla yrittäjä pystyy muun muassa vastaanottamaan ja vahvistamaan tilauksia, tekemään kuljetustilauksia sekä tulostamaan standardimuotoisen SSCC-koodilla varustetun kolliosoitelapun sekä rahtikirjan.

Elintarvikeyritys Gold & Green aloitti toimintansa vasta reilu vuosi sitten ja heidän tuotteensa nyhtökaura ampaisi nopeasti suureen suosioon. Gollista löytyi yllättävässä tilanteessa yritykselle valtavasti apua.

– Meillä ei ollut aikaa perehtyä tilausjärjestelmiin tai rakentaa mittavaa omaa järjestelmää. Kaikki piti tapahtua melkein lennosta ja siihen Golli toi erinomaisen avun. Pääsimme heti kommunikoimaan isojen asiakkaiden kanssa, Sirpa Kemppainen Gold & Greenistä summaa.

Yritys löysi Gollin yrityksen teknologiajohtaja Reetta Kivelän avulla. Hän oli kuullut Gollista ja pyysi tutustumaan siihen tarkemmin.

– Käyttöönotto eteni oikein jouhevasti. GS:ltä tuli hyvä apu ja he syöttivät alussa meille perustietoja. Saimme heiltä myös tiedon, että mistä pystymme hommaamaan tarroihin sopivat printterit ja ohjelmistot. Meillä ei vielä silloin ollut olemassa kontakteja tai tietoa siitä, mistä tietoa saa, joten siitä oli meille iso apu, Kemppainen jatkaa.

Erinomaista asiakaspalvelua

Gollin käyttöönotto on yritykselle yksinkertaista, eikä se vaadi erityistä tietoteknistä osaamista tai toiminnanohjausjärjestelmiä. Palvelusta peritään kuukausimaksu. Lisäksi se vaatii yritykseltä joitakin hankintoja, pääasiassa tarrojen tulostukseen sopivat printterit.

– Suurin investointi oli jämerän tulostimen osto, joka tekee hyvää jälkeä. Se tekee kolme viivakoodia, joita luetaan koneellisesti ja joiden tulee olla sään ja käsittelyn kestäviä, Hakala kertoo.

Hakala kehaisee, että järjestelmän avulla pieni tavarantoimittaja voi luottaa siihen, että käytössä on kriteerit täyttävä ja ajanmukainen järjestelmä. Kaikki yrittäjät kehuvat saamaansa asiakaspalvelua.

Eniten yrittäjät ovat hyötyneet järjestelmän näppäryydestä, kun yhdellä kerralla voi lähettää tilauksia keräykseen ja mahdollisesti jopa kuljetusliikkeeseen. Toiveissa heillä on, että jatkossa laskutuskin hoituisi pilvipalvelun kautta.

Kirjoittaja
Saara Kärki
Freelance-toimittaja
saara.karki@pp1.inet.fi

GS1 Finland Oy

- Myöntää GS1 yritystunnisteita Suomessa ja on osa maailmanlaajuista GS1 Global organisaatiota.

- Golli-palvelu on suunnattu erityisesti pk-yrityksille. Se tarjoaa päivittäistavarakaupan tavarantoimittajalle kätevän vaihtoehdon sähköiseen tilausten käsittelyyn ja tavarantoimituksiin.

www.gs1.fi/palvelut/golli

- Synkka-palvelu on ratkaisu tuotetietojen ja digitaalisten aineistojen välittämiseen tavarantoimittajilta kaupparyhmille ja muille tuotetietojen vastaanottajille.

www.gs1.fi/palvelut/synkka-palvelu

Kuvat: GS1 Global Media bank

Ruoka.Link
tuo tuottajat näkyviin ravintoloiden ruokalistoilla

Ruoka.Link-palvelu pilotoitiin Etelä-Pohjanmaalla kesällä 2016 ja palvelu on nyt laajentumassa myös muihin maakuntiin. Palvelun avulla ravintolat voivat kertoa asiakkailleen raaka-aineidensa alkuperästä ja tuottajat saavat puolestaan lisää näkyvyyttä.

Jo useamman vuoden ajan on ruoan alkuperä ollut kuluttajia kiinnostava asia niin vähittäiskaupassa kuin ravintoloissakin. Ravintoloilta on kuitenkin puuttunut keino vastata tähän tiedon tarpeeseen netissä, missä suuri osa heidän kuluttajaviestinnästään tapahtuu.

Ruoka.Linkissä tuottajat esittelevät itsensä lyhyesti ja voivat liittää esittelyynsä kuvia ja videoita. Kun ravintolat käyttävät tuottajan tuotteita, ne linkittävät tuottajaesittelyt ruokalistalleen netin avulla. Näin tuottaja saa näkyvyyttä ja ravintola parantaa asiakaspalveluaan.

Tuottajan markkinointikanava

Tuottajalle Ruoka.Link on ensisijaisesti markkinointikanava. Omaan kotisivuun verrattuna palvelu on helpompi käyttää ja Facebookiin verrattuna palvelussa ei tarvita samanlaista aktiivista päivittämistä. Kun ravintola nostaa tuottajan esiin, on se konkreettinen osoitus tuotteen laadusta sekä tuottajan arvostuksesta. Tuottaja voi esittelyssään myös kertoa kuluttajille, miten hänen tuotteitaan voi ostaa suoraan.

Palvelun pilotointiin osallistuneet tuottajat kertoivat palvelun käytön olevan hyvin helppoa. Apu koettiin tervetulleeksi esittelytekstien ja -kuvien valmistelussa ja tämän vuoksi päätettiin tarjota apua tarvittaessa myös jatkossa.

Ravintolat tyytyväisiä helppokäyttöisyyteen

Ruoka.Link soveltuu hyvin paikallisuutta, vastuullisuutta ja laatua korostaville ravintoloille.

- Haluamme erityisesti tuoda esiin sen raaka-aineen alkuperän, jonka pohjalta annos on saanut nimensä, kertoo

Jani Unkeri ja keittiöpäällikkö Joni Pukkinen toivovat lisää tuottajia mukaan, jotta heidän esittelyitään voidaan linkittää ravintolan ruokalistaan. Kuva: Ravintola Juurella.

Seinäjoella sijaitsevan Juurella-ravintolan ravintoloitsija Jani Unkeri. Käytämme Ruoka.Linkiä myös kun uudistamme menua ja haemme ideoita uusista tuottajista.

Palvelu käytettävissä kaikille

Pilotoinnin nyt päätyttyä Ruoka.Link on avattu kaikille elintarviketoimijoille: ravintoloille, tuottajille ja jalostajille. Palvelussa eri toimijat ovat tasa-arvoisia siten, että isoilla ja pienillä toimijoilla on täysin samanlainen esittäytymismahdollisuus. Pienille tuottajille tarjotaan tarvittaessa apua käyttöönotossa ja esittelyn luomisessa.

- Meistä on hienoa, että voimme Ruoka.Linkillä vastata kuluttajien tiedonnälkään ja viestiä laadukkaasta kotimaisesta tuotannosta. Ottakaa rohkeasti yhteyttä ja liittykää mukaan osoitteessa **http://ruoka.link**, kehottavat Juha Haapamäki ja Tommi Aho Ruoka.Linkistä.

Kirjoittaja
Tommi Aho

- **Ruoka.Link on netissä toimiva palvelu, jolla ravintolat voivat viestiä raaka-aineidensa alkuperästä.**
- **Palvelun pilotissa Etelä-Pohjanmaalla oli mukana 5 ravintolaa ja 24 pientuottajaa.**
- **Nyt palvelu on käytettävissä kaikille tuottajille ja ravintoloille.**
- **Palvelun osoite on http://ruoka.link**

Tulevaisuuskuvia alkuperäruuasta ja lähiruuasta

Turun yliopiston Tulevaisuuden tutkimuskeskuksessa on laadittu kaksivuotisessa hankkeessa paikallisen ruuan tulevaisuuskuvia ja arvioitu niiden toteutumisen yhteiskunnallisia vaikutuksia. Tulevaisuuskuvat rakentuvat suoraan kestävän kehityksen neljän ulottuvuuden varaan. Lyhyt ketju maksimoi taloudellista kestävyyttä, Vihreä ketju ympäristökestävyyttä, Reilu ketju sosiaalista kestävyyttä ja Aito ketju kulttuurista kestävyyttä.

Ruokajärjestelmän sisällä lupaavimmat kehittämiskohteet paikallisuuden lisäämiseksi olivat tutkimuksen mukaan kiertotalouden vahvistaminen, ympäristökuormitusta vähentävä tuotekehitys ja paikallisen ruuan suosiminen julkisissa hankinnoissa. Myös itse tuotetun ruuan yleistymisellä, muiden kuin hintatekijöiden vahvistumisella valintaperusteena ja uudella teknologialla (esim. omien kulutusvalintojen vaikutusten seuranta) oli myös suuri vaikutus ruokajärjestelmän sisäiseen muotoutumiseen.

Kirjoittaja
Tuomas Kuhmonen, tutkimusjohtaja
Tulevaisuuden tutkimuskeskus, Turun yliopisto
www.utu.fi/fi/yksikot/ffrc/julkaisut/tutu-julkaisut/Documents/Tutu-1-2016.pdf

Artesaaniruuan SM-kilpailu järjestetään Raaseporissa 4. - 7.10.2017

Artesaaniruoka sai laajaa näkyvyyttä artesaaniruuan ensimmäisten avointen Suomen mestaruuskilpailujen yhteydessä viime lokakuussa Raaseporissa. Kilpailuun osallistui noin 60 tuottajaa 170 tuotteella, mikä oli odotettua enemmän. Monelle ruoka-artesaanille kilpailu avasi uusia mahdollisuuksia ja motivoi tuottajia jatkamaan tuotteidensa kehittämistä. SM-kilpailu lisäsi myös kuluttajien kiinnostusta käsityömäisesti valmistettuja tuotteita kohtaan.

Pääjärjestäjänä on Rannikon Ruoka -artesaaniruokahanke, joka on Pohjanmaan, Turunmaan, Ahvenanmaan ja Uudenmaan yhteistyöhanke. Kilpailu toteutetaan yhdessä alan yhdistysten ja muiden elintarvikealan toimijoiden kanssa. Yhteistyö rakentaa pohjan koko maata kattavalle verkostolle, jonka avulla ruoka-artesaanit voivat vaihtaa kokemuksiaan ja tietotaitoaan. Lisätietoja kilpailusta www.novia.fi/mathantverkfm/

Uusi ruoka-artesaanikoulutus alkaa

Kaikille elintarvikejalostuksesta ja artesaaniruuasta kiinnostuneille tarjoutuu nyt mahdollisuus hakeutua seuraavaan ruoka-artesaanikoulutuksen. Noin puolitoista vuotta kestävä kurssi alkaa elokuussa ja hakuaika päättyy 15. toukokuuta. Opiskelu on osa-aikaista ja opetuskieli on ruotsi.

Lisätietoja **www.novia.fi/kustensmat/utbildning/**

rannikon ruoka
ARTESAANIRUUAN SM-KILPAILU

Ruokamatkailussa paikalliset tarinat yhdistyvät elämykseksi

Ruokamatkailu rakentuu tarinoihin ja paikallisuuteen. Muodoltaan se voi olla hyvinkin moninaista. Laurea-ammattikorkeakoulun julkaisussa nro 69 nimeltään Uudenmaan aluetta palvelemassa ja kehittämässä: Artikkeleita restonomikoulutuksesta peilataan ruokamatkailun menestystekijöitä suomalaisiin matkailuyrityksiin, jotka hyödyntävät luonnontuotteita. Aineisto pohjautuu Arktiset aromit ry:n palveluun, jossa syyskuussa 2016 analyysin tekohetkellä 65 yritystä esitteli omaa toimintaansa. Yritysten markkinointitekstiä on tulkittu pohjautuen Yeoman 2015 tekemään jakoon ruokamatkailun menestystekijöistä.

Ruokakurssien järjestäminen on luonteva tapa tehdä luonnontuotteita ja lähiruokaa tunnetuksi. Palvelun laatuun liittyvät huomiot liittyvät usein yleisesti asiakkaan kohtaamiseen. Markkinoinnissa luetellaan useita raaka-aineita, jolloin välittyy kuva monipuolisesta ruokatarjonnasta. Ruoan määrästä (isoista annoksista tms.) ei ollut paljon havaintoja. Syynä voi olla, että usein näissä käytetään kevyitä luonnontuotteita.

Paikallinen kulttuuri välittyi monissa maininnoissa. Asiakkaalle tarjotaan mahdollisuutta päästä olemaan osa ruoan tuottamisen ja kuluttamisen läpinäkyvää ketjua. Ruokamatkailulla tavoitellaan viihtymistä ja kokemuksellisuus on tärkeätä. Yhdessä tekeminen, ruoan laitto, kerääminen ja oppiminen tuottavat osallisuutta ja yhteisöllisyyttä. Luonnontuotteiden maku, värit ja tuoksut synnyttävät moniaistisia kokemuksia. Paikallista kulttuuria tuodaan esille tekemällä taustalla tehtävä työ näkyväksi.

Maailmanlaajuisesti ruokamatkailu on selvässä kasvussa. Ruoka on yksi ihmisen perustarpeista ja siten tärkeä tekijä myös matkailussa. Vaikka kyseessä ei olisikaan puhtaasti ruokamatkailija, niin moni turisti haluaa nauttia erityisesti paikallista ruokaa. Ruokamatkailun saralla Suomessa on vielä saavutettavaa.

Laurea-ammattikorkeakoulun julkaisu nro 69 on luettavissa http://urn.fi/URN:ISBN:978-951-799-443-9

Ruokamatkailun menestystekijöitä:

- ruokakurssit
- palvelun laatu
- ruoan ja ruokalajien moninaisuus
- ruoan määrä
- paikallinen kulttuuri
- aidon kokemuksen tuntu
- aistit makujen taustalla
- esiripun takaiset toiminnot
- hauskuus ja viihde

Kirjoittaja
Päivi Mantere, lehtori
Lähiruokaa Uudeltamaalta-hanke
Laurea-ammattikorkeakoulu
paivi.mantere@laurea.fi

Hungry for Finland -kansallinen ruokamatkailukilpailu 2017

Kilpailulla rohkaistaan ruokaan ja matkailuun liittyviä verkostoja kehittämään uutta, paikallisuuteen perustuvaa ruokamatkailutarjontaa. Kilpailuun haetaan yrityksiä ja yhteisöjä, jotka ovat innovatiivisia ruokamatkailun edelläkävijöitä ja tarjoavat matkailijoille ruokaan liittyviä elämyksiä. Kilpailun tavoitteena on vahvistaa elämyksellisen ruokamatkailun tuotteistamista ja etsiä ruokamatkailun kärkituotteita.

Kilpailuun voi osallistua 20.1.-31.3.2017 välisenä aikana osoitteessa ***www.hungryforfinland.fi/ruokamatkailukilpailu.*** Sivustolla voi myös ehdottaa ruokamatkailuun liittyvää tahoa osallistumaan kilpailuun.

Ruokamatkailukilpailun voittaja palkitaan 3 000 euron ruokamatkailutuotteen kehittämisrahalla. Voittajista tehdään video. Kilpailun voittaja ja finalistit saavat markkinoinnillista näkyvyyttä sekä mahdollisuuden osallistua yhteiseen sparrauspäivään Helsingissä. Yritykset saavat markkinoinnillisen valttikortin ja mahdollisuuden verkostoitua sekä oppia parhaita käytänteitä muilta.

Kilpailun toteuttajia ovat maa- ja metsätalousministeriö, Visit Finland (Finpro) ja MTK. Kilpailua koordinoi Haaga-Helia ammattikorkeakoulu. Hungry for Finland - Kansallinen ruokamatkailukilpailu on Suomi 100 ohjelmassa ***http://suomifinland100.fi/project/hungry-for-finland/***

Nimisuojaan liittyvää tietoa

www.aitojamakuja.fi/nimisuoja.php

- nimisuojatuotteiden esittelyt ja esite
- tietoa, miten haet tuotteelle nimisuojaa

D.O. Saimaa
Saimaan alueen tuotteet saivat alueellisen laatu- ja alkuperämerkin

Etelä-Savossa on kehitetty Saimaan alueen tuotteille laatu- ja alkuperämerkki. Ensimmäiset yritykset saivat merkin käyttöoikeuden viime vuoden lopulla. Merkkiä hallinnoi Etelä-Savon maakuntaliitto, joka lähti edistämään ideaa ruokamatkailutoimijoiden aloitteesta.

D.O.Saimaa tulee sanoista Designation of Origin Saimaa ja se kertoo raaka-aineen tai tuotteen olevan tuotettu, käsitelty ja jalostettu Saimaan alueella. Merkki edellyttää myös, että tuote on tuotettu korkeiden gastronomisten ja kestävän kehityksen periaatteiden mukaisesti. Maantieteellisesti alue on rajattu noin 100 kilometrin säteelle Saimaan vesistöstä.

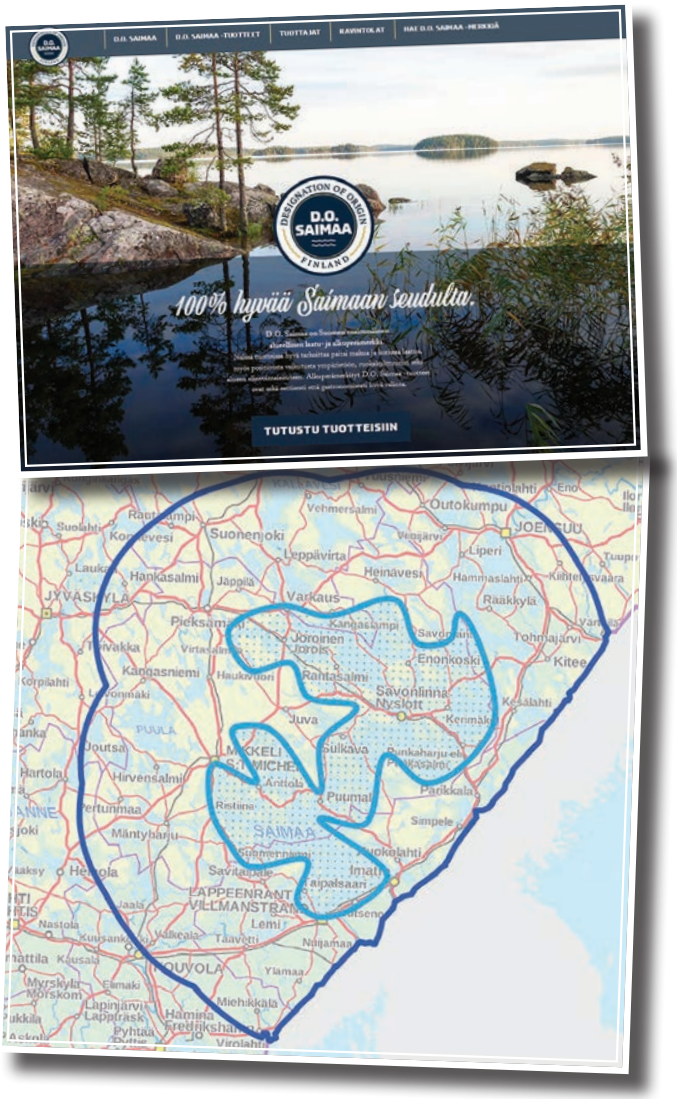
- Etelä-Savon maakunnan uudessa strategiassa kärkivalinnat ovat vesi, ruoka ja metsä. Matkailulla on myös paljon painoarvoa ja siksi D.O.Saimaa-merkki on alueen kannalta tärkeä, kertoo kehittämispäällikkö Heli Gynther Etelä-Savon maakuntaliitosta

D.O.Saimaa-merkin tämänhetkiset haltijat ovat

- Heikkilän Yrttitila, Mikkeli
- Temolan Viinitila, Puumala
- Tiisanmäen lammastila, Savonlinna
- Luomutila Siiriäinen, Hirvensalmi
- Kerimäen kalafileen järvikalatuotteet, Savonlinna
- Hyvätuuli Highland, Jäppilä, Pieksämäki
- Pyyn tila, Mikkeli
- Raijan aitan marjatuotteet, Mikkeli
- Rapion mylly, Juva

D.O.Saimaa-merkillä merkittyjä tuotteita käyttävät useat ravintolat kuten mm. Anttolanhovi, Bistro Vilee, Sahanlahti Resort sekä Tea House of Vehmais.

Merkin haku on jatkuva ja uusia hakemuksia on jo sisässä. Merkin tuottajille myöntää Etelä-Savon maakuntaliitto hakemuksesta. Hakemukset käsittelee asiantuntijaraati. Merkki on tuotekohtainen – ei yrityskohtainen. Yritys voi siis hakea niille tuotteille, jotka täyttävät asetetut kriteerit. Merkin käyttöoikeus myönnetään kahdeksi vuodeksi ja se maksaa 200 euroa. Hakemuksen pääsee täyttämään verkkosivuilla **www.dosaimaa.fi.**



Kirjoittaja
Riitta Kaipainen
Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti
riitta.kaipainen@helsinki.fi
Etelä-Savon ruokaviesti -hanke

Elintarvikeviennin lähtökohtana on, että vientielintarvike ja elintarviketta valmistava yritys täyttävät EU:n ja Suomen lainsäädännön vaatimukset. EU-lainsäädännön mukainen elintarvike soveltuu pääsääntöisesti sellaisenaan vietäväksi muihin EU-maihin. EU:n ulkopuoliset maat voivat asettaa elintarvikkeille EU-lainsäädäntöä tiukempia ehtoja, joita myös tulee noudattaa.

Kohdemaan vaatimusten selvittäminen on olennainen osa toimijan elintarvikeviennin suunnittelua. Selvitystyö kannattaa aloittaa hyvissä ajoin vientimarkkinoita kartoittaessa. Ehdot ovat kohdemaakohtaisia, ja ne voivat erota tuoteryhmittäin. Kohdemaan viranomainen viime kädessä päättää, minkä maan ja minkä yrityksen valmistamia tuotteita kohdemaassa voi myydä, markkinoida ja millä ehdoin. Myös mahdollisen kauttakulkumaan ehdot on huomioitava.

Kohdemaan valintaan kannattaa käyttää riittävästi aikaa. Maailmassa on suuria markkinoita, joille riittävät EU:n ja kansallisen lainsäädännön vaatimusten täyttäminen. Toisaalta esimerkiksi Kiinaan markkinoillepääsy uuden tuotteen tai tuoteryhmän osalta voi edellyttää pitkääkin prosessia viranomaisten kesken.

Tulli julkaisee säännöllisesti tietoa Suomen tuonnista ja viennistä. Samaa aineistoa käytetään myös EU:n tilastoissa. Oman tuoteryhmänsä vientejä voi verrata kotimaisiin tullitilastoihin (**www.uljas.tulli.fi**). Kannattaa myös tarkastella, mihin muut EU-maat vievät samaa tuoteryhmää (**www.madb.europa.eu** -> Statistics). Lukuihin ei voi suhtautua täysin varauksetta, mutta hyvää osviittaa niistä saa.

Vientikysymyksiin on tarjolla apua

Evira tarjoaa elintarvikealan pk-yrityksille käytännön ohjausta, tietopaketteja ja koulutusta viennistä. Ota meihin rohkeasti yhteyttä (pk-vienti@evira.fi)! Tiedotamme valmistuvista materiaalipaketeista ja tulevista tapahtumista internetsivuillamme ja Ajankohtaista viennistä -sähköpostikirjeen (**www.evira.fi/tietoa-evirasta/tilaa-uutiset**) kautta.

Seuraava suurempi koulutustapahtumamme on vientivalmennuspäivä yhdessä Food from Finland -ohjelman kanssa 24. maaliskuuta. Päivän aikana selviää, mitä jokaisen elintarvikevientiä pohtivan on tiedettävä viennin viranomaisvaatimuksista ja mitä konkreettista apua julkinen sektori tarjoaa yritysten vientiponnisteluihin. Vientiklinikat palvelevat yrityksiä taukojen aikana.

Valmennus on suunnattu erityisesti elintarvikevientiä suunnitteleville tai jo vieville yrityksille, mutta myös muut tahot ovat tervetulleita mukaan. Maksuton vientivalmennuspäivä järjestetään Finpron tiloissa Helsingissä osoitteessa Porkkalankatu 1. Valmennusta voi seurata myös suorana verkkolähetyksenä. Ohjelma ja ilmoittautumislinkki löytyvät osoitteesta **www.evira.fi/pkvienti/vientivalmennus.** Samalle sivulle päivitetään myös verkkolähetyslinkki ennen tilaisuutta. Lämpimästi tervetuloa!

Kirjoittajat
Saara Pietilä ja Sanna Kiuru / Eviran pk-vientihanke

Vientiä suunnittelevan TOP 10 -muistilista

1. Varaa aikaa markkinoillepääsyyn
2. Panosta osaavaan henkilökuntaan
3. Tutustu viennin perusedellytyksiin
4. Perehdy kohdemaan vaatimuksiin; tunnista erityisvaatimukset
5. Varaudu tarvittaessa sopeuttamaan toimintasi ja tuotteesi kohdemaan markkinoille
6. Tunnista riskit
7. Jos tuotteesi vienti edellyttää kasvinterveystodistusta, rekisteröidy kasvinsuojelurekisteriin. Jos tuotteesi on eläinperäinen, rekisteröidy Eviran viejärekisteriin
8. Selvitä kuljetuksiin liittyvät vaatimukset
9. Hanki vientihyväksyntä, mikäli kohdemaan viranomaiset sellaista vaativat
10. Vie vasta vientihyväksynnän saatuasi

Lähde: www.evira.fi/vienti

Webinaari ruoka-alan yritysryhmähankkeiden mahdollisuuksista

Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelman yhteistyöhankkeisiin tarkoitetulla rahoituksella voi ryhmä yrityksiä kehittää toimintaansa sekä yhteisillä kehittämistoimenpiteillä että yrityskohtaisesti. Kehittäminen voi liittyä esim. tuotannolliseen yhteistyöhön, markkinointiin tai myyntiyhteistyöhön tai tuoteperheen suunnitteluun. Yritysryhmään voi osallistua 3–10 yritystä ja hankkeeseen myönnettävä tuki jyvitetään osallistujayrityksille de minimis -tueksi, joten valtiontukisäännöt eivät rajoita hankkeessa ja yrityksissä toteutettavia kehittämistoimenpiteitä.

Maaseutuvirastosta Reijo Martikainen avaa yritysryhmähankkeisiin liittyviä rahoitusmahdollisuuksia erityisesti ruoka-alan näkökulmasta webinaarissa, joka järjestetään 20.3. klo 10.30 - 11.15. Teemaa jatketaan kahden yritysryhmähankkeen esittelyllä 23.3. Ilmoittaudu **www.webropolsurveys.com/S/0F57BFCBA271A45A.par** tai aitojamakuja.fi tapahtumakalenteri.

Vastuullisuudesta valttia - pienillekin yrityksille

Ei ole sattumaa, että suuret ruokatalot julkaisevat koko sivun mainoksia suurimmissa päivälehdissä, joissa ne tuovat esille tuotteidensa jäljitettävyyttä maatiloille saakka, tuotantoketjun läpinäkyvyyttä ja muita vastuullisen tuotannon elementtejä. Vastuullisesti tuotettu ruoka on nyt trendi, jota tuotantoyritykset ja kaupan ryhmittymät pitävät kilpailukeinona tai jopa välttämättömyytenä, joka on pakko ottaa huomioon.

Pienillä paikallisesti toimivilla yrityksillä olisi nyt monia sellaisia vastuullisuuden valtteja käsissään, joiden vuoksi suuret pitkän jakeluketjun omaavat yritykset joutuvat investoimaan suuria summia tuotantojärjestelmiensä läpinäkyvyyteen ja tuotteiden alkuperän osoittamiseksi kuluttajille. Lähiruokaan kiteytyy useita vastuullisen tuotannon elementtejä, joskaan kaikki lähiruoka ei välttämättä ole vastuullisesti tuotettua. Vastuullisuudesta viestiminen tuotteiden markkinoinnissa on monelle pienyritykselle haasteellinen tehtävä ja vaatii kuluttajien ymmärtämistä.

Vastuullisuudesta valttia eteläsavolaiselle ruoalle -hanke tulee esittelemään keinoja siihen, miten pienet ruoka-alan yritykset voivat hyödyntää vastuullisuuden elementtejä markkinointiviestinnässään. Hanke järjestää aiheesta eteläsavolaisille yrityksille Mikkelissä neljän maksuttoman valmennustyöpajan sarjan. Yritysten edustajat voivat osallistua joko kaikkiin tai valitsemiinsa työpajoihin. Niiden teemat liittyvät seuraaviin aihepiireihin: asiakkaiden ja heidän arvomaailmansa tunnistaminen (9.3.), vastuullinen toiminta kilpailuetuna (29.3.), viestintäkanavien valinta (20.4.) ja sisällön tuottaminen markkinointiviestinnässä (11.5.). Valmennustyöpajoista ilmoitetaan tarkemmin hankkeen nettisivulta löytyvässä blogissa.

Kirjoittaja
Pekka Turkki, projektipäällikkö
Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu
pekka.turkki@xamk.fi, **www.xamk.fi/valtti**

Kestäviä ideoita naapurista

Jyväskylän ammattikorkeakoulun kestävän gastronomian opiskelijat tekivät marraskuussa 2016 opintomatkan Kööpenhaminaan ja Malmöhön osana Sustainable Food Business -opintojaksoa. Tavoitteena oli tutkia kestävyyttä ja vastuullisuutta ruoka-alan liiketoiminnassa.

Matkalle osallistui 20 opiskelijaa, monimuoto- ja nuorisoryhmästä, kaikilla työkokemusta alalta. Opiskelijat valitsivat pienryhmissä itseään kiinnostavan teeman, tutustuivat siihen etukäteen ja suunnittelivat tiedonkeruun kohteessa. Vastuullisuus ja kestävyys aihepiiri näkyy naapurimaissa selvästi. Esimerkkinä vaikkapa luomu, jonka tiimoilta kaupungit ovat jo tehneet paljon ja asettaneet huimia tavoitteita: Kööpenhamina pääsi 2016 tavoitteeseensa 90% luomua julkisissa ruokapalveluissa, Malmö tavoittelee 100% luomua kaupungin ruokapalveluissa 2020. Tämä näkyy tarjonnassa, markkinoinnissa, laatujärjestelmissä läpi koko ketjun.

Kauppahallien ja vastaavien konseptien suosio tuntuu naapurissa olevan kasvussa. Kööpenhaminan keskustan Torvehallerne on ollut auki jo muutaman vuoden – kaksi hallia täynnä ruokatuotteita ja ruokailupaikkoja. Tammikuussa 2017 avattiin Vesterbron alueelle WestMarketin ruokahalli, tuoreita laadukkaita raaka-aineita ja katuruokaa. Papirøyen keskittyy pelkästään kansainväliseen tasokkaaseen katuruokaan vanhan paperitehtaan rakennuksissa. Malmön monikulttuurinen kaupunki on luonnostaan etnisten ravintoloiden ja katuruuan mekka. Malmö Saluhall oli avannut ovensa viikkoa ennen vierailuamme. Sisarukset Martin ja Nina Karyd toteuttivat 1800 -luvun makasiineihin unelmansa laadukkaasta kestävien periaatteiden mukaisesta kauppahallista, laadukkaita paikallisia tuotteita ja ruokapalveluita kulttuurisesti kestävässä ympäristössä. Kauppahallissa on mm. Gram, ruokamyymälä ilman pakkausmateriaaleja.

Mielenkiintoinen lyhyen ruokaketjun ratkaisu Kööpenhaminassa on KBHFF (Københavns Fødevarefaœlleskab), ruokaosuuskunta kaupunkilaisille. Osuuskunta kerää laadukkaita pääasiassa luomu/biodynaamisia vihanneksia/hedelmiä lähituottajilta ja toimittaa ne keskusvarastoon.

KBHFF. Kuva Tiina Paavola
Malmö torget. Kuva Minna Junttila

Varastosta ne toimitetaan viikoittain 10 jakelupisteeseen Kööpenhaminassa. Jäsenet tilaavat tuotekassit netin kautta ja hakevat ne jakelupisteistä, lisäksi he sitoutuvat tekemään jakeluketjussa vähintään kolme tuntia vapaaehtoistyötä viikoittain. Jäsen on siis samalla omistaja, asiakas ja työntekijä. Tuotto käytetään pitämään hinnat kohtuullisina niin tuottajalle kuin asiakkaalle sekä sosiaalisen vastuun projekteihin Kööpenhaminassa.

Kirjoittaja
Minna Junttila
asiantuntija, Jyväskylän ammattikorkeakoulu
minna.junttila @jamk.fi

Lisää aiheesta:
http://torvehallerne.dk/
http://westmarket.dk
www.malmosaluhall.se
http://kbhff.dk

Kymenlaaksossa on vahvat lihanjalostusketjut ja verkostot aina lihantuotannosta teurastuksen ja jalostuksen kautta kuluttajalle. Alueella on mm. neljä pienjuustolaa ja meijeri tuli takaisin vuosien jälkeen. Viinitiloja löytyy kaksin kappalein, Etelä-Kymenlaaksossa on tuore pienpanimo ja Kouvolasta tiedetään lakritsi. Etelä-Kymenlaakson valtit ovat erityisesti kalastus, kalankäsittely ja jalostus, useat perinteiset leipomot ja konditoriat. Elintarvikealan yrityksiä on Kaakkois-Suomessa yhteensä reilut 200 kappaletta.

Etelä-Karjalassa on vahva leipäkulttuuri ja tämä näkyy mm. siinä, että leipomoyrityksiä on runsaasti ja heillä on kullakin omat ”bravuurinsa”, jotka paikallisesti tunnetaan. Marjat ja hedelmät (pääasiassa omenat) on toinen melko suuri tuoteryhmä Etelä-Karjalan elintarvikeliiketoiminnassa (ml. raaka-ainetuotanto). Yritykset ovat monesti alle neljän henkilön mikroyrityksiä ja tuotteiden jalostusaste on usein alhainen.

Etelä-Karjalassa elintarvikkeet ja ruoka liittyy vahvasti matkailuun, tästä esimerkkinä kuuluisa Lemin Särä. Saimaa on suuri mahdollisuus maakunnalle, mutta sen ”ruoka-antimia” on hyödynnetty vielä vähän.

Elintarvikkeiden ja alkutuotannon suoramyynti on viime vuosina lisääntynyt molemmissa maakunnissa. Suoramyyntiä tukevat lukuisat paikalliset maalaismarkkinat ja toritapahtumat. Lappeenrannan Maaseutumarkkinat pidetään tänä vuonna jo 27. kertaa. Kymenlaaksossa Elimäen Lähiruokamessut ovat nousseet Suomessa alan merkittävimpien tapahtumien joukkoon.

Elintarvikealan yritysneuvonta

Elintarvikeala tarvitsee investointeja ja esim. Kymenlaaksossa usea pieni yritys on vuosien saatossa investoinut jopa 6-7 kertaa. ProAgrian pitkäjänteinen alan yritysneuvonta ja investoivien yritysten yhteistyö on tuottanut useita toimintansa vakiinnuttaneita yrityksiä. ProAgia tarjoaa palveluja elintarvikeyrittämisen eri vaiheisiin - niin pienille kuin myös suurille yrityksille.

ProAgrian yritysasiantuntijat auttavat elintarvike- ja maaseutuyrityksiä myös erilaisten yritysrahoitusten selvittämisessä. Yritystoiminnan alkuvaiheessa, vahvasti kehitettäessä toimintaa tai investointeja suunniteltaessa kannattaa hakeutua yritysasiantuntijan juttusille.

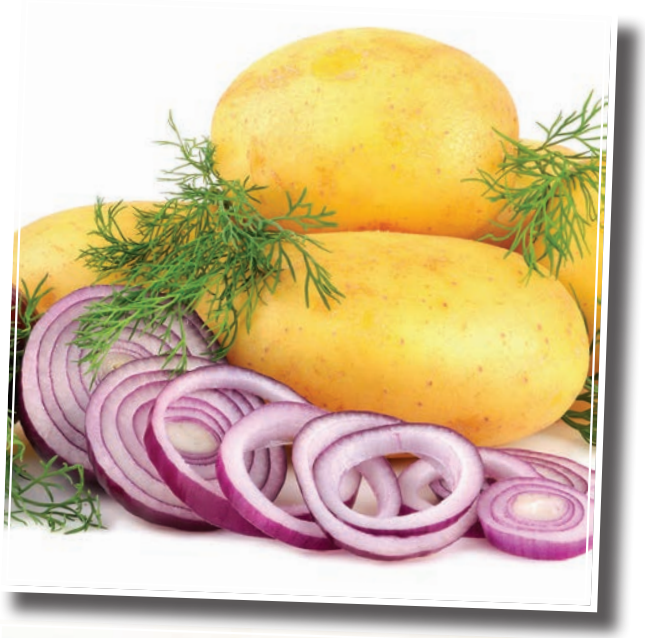
Venäjä ja Pietari ovat Kaakkois-Suomelle mahdollisuus mm. maantieteellisen sijainnin vuoksi. ProAgria on 2010 lähtien avannut väylää suomalaisille premium-luokan elintarvikkeille Venäjän markkinoille ja toiminta jatkuu. Venäläiset uskovat suomalaiseen elintarvikkeeseen. Syksyllä 2014 ProAgria lähti Ranskan vaativille elintarvikealan markkinoille yhdessä ranskalaisen partnerinsa Action Finland!’n kanssa. Kyseessä oli luksusluokan elintarvikkeet eri puolilta Suomea.

Myyntiesittelijä Jérémy Faure ProAgrian ja Action Finland!’n osastolla Sirhassa Lyonissa 21.-25.1.2017.

Teksti
Tuula Repo
kehityspäällikkö
tuula.repo@proagria.fi

Sanna Lento-Kemppi
yritysasiantuntija
sanna.lento-kemppi@maajakotitalousnaiset.fi
ProAgria Etelä-Suomi ry

Yhteistyöllä lisäarvoa ruokaketjuille



Yhteistyöllä lisäarvoa ruokaketjuille – elintarvikealan aktivointi Kaakkois-Suomessa -hanke aktivoi elintarvikealan yrityksiä sekä osallistaa ja sitouttaa ne yhdessä muiden toimijoiden ja kumppaneiden kanssa tekemään tavoitteellista yhteistyötä toimialan hyväksi Kaakkois-Suomessa.

Teemoina ovat mm. uudet markkinat, kasvava elintarvikevienti, ruokamatkailun kehittäminen, lähiruuan markkinaosuuden kasvattaminen sekä biotalouden ja elintarvikealan yhtymäkohtien tunnistaminen.

Yhteistyöllä lisäarvoa ruokaketjuille – elintarvikeyritysten aktivointi Kaakkois-Suomessa -hankkeen päätoteuttaja on Kouvola Innovation Oy ja osatoteuttaja ProAgria Etelä-Suomi ry. Hankkeen rahoittajana toimii Euroopan maaseudun kehittämisen maatalousrahasto.

Lisätietoja
Tuomo Kauha,projektipäällikkö
Kouvola Innovation Oy
tuomo.kauha@kinno.fi

Satakunnasta - Sikses parasta

Satakunnasta - Sikses parasta on tiedonvälityshanke, joka toimii paikallisesti tuotetun ruoan puolestapuhujana ja satakuntalaisen ruoan tunnettuuden lisääjänä. Hankkeessa edistetään erityisesti paikallisten tuotteiden pääsyä eri markkinakanaviin.

Hankkeessa ovat mukana Satakunnan keskeiset elintarvikealan kehittäjä-organisaatiot Pyhäjärvi-instituutti, Satafood Kehittämisyhdistys ry ja ProAgria Länsi-Suomi. Hankkeen rahoitus tulee Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelmasta Satakunnan ELY-keskuksen kautta.

Satakunta on runsas ja monipuolinen ruoka-aitta

Satakunnalla on vahvat perinteet ruoantuotannossa ja ruokaketjun kehittämisessä Puhdas, aito maku näkyy raaka-aineissa ja tuotteissa. Lähellä tuotettu ruoka on usein ekologinen valinta, mutta sillä on vaikutusta myös paikallistalouteen ja työllisyyteen. Noin 70 % koko maan punajuurisadosta ja 99 % pinaattisadosta kasvaa satakuntalaisessa maaperässä. Avomaan kurkkuja, punajuuria ja kurpitsaa kasvatetaan jalostettavaksi sekä Satakunnassa että muuallekin. Myös lihantuotantomme on monipuolista ja vahvaa. Broilerien ja sikojen määrä keikkuu maan kärkisijoilla ja tuotamme myös suuren osan kotimaisesta kalkkunanlihasta. Siika, silakka ja muikku ovat myös tunnettuja satakuntalaisia, mutta myös muut järvi- ja merivesien antimet, ahven, hauki ja rapu, ovat maakunnan kasvatteja. Särki on kasvattamassa suosiotaan kuluttajien lautasilla.

Raaka-aineiden jalostus myös vahvaa

Kaikki Suomessa kaupoissa myytävä perunajauho on valmistettu Kokemäellä. Satakunnassa onkin yli 200 tärkkelysperunanviljelijää ja perunasta valmistetaan maakunnassa perunajauhoa, -proteiinia ja -rehua. Myös teollisuuden jalostamista vihanneksista jopa 75 % tuotetaan Satakunnassa ja lähes kaikki kotimaiset viljellyt herkkusienet kasvatetaan meillä.

Elintarvikealan kärkiyrityksiä

Valtakunnallisesti tarkasteltuna Satakunnassa toimii useita elintarvikealan kärkiyrityksiä ja pienempiäkin tuottajia reilut 200. Tunnettuja alueella toimivia yrityksiä ovat muun muassa Sucros, Apetit, Länsi-Kalkkuna, HK Scan Finland sekä Saarioinen, Kivikylä, Lallin Lammas, Finnamyl ja Mykora. Maakunnassa on myös monipuolinen juomateollisuus osana elintarviketeollisuutta.

Kuva: Satakunnasta – Sikses parasta -hankkeen keulakuvina toimivat satakuntalaiset alkutuottajat, yrittäjät ja jalostajat.

Mikä on mielestäsi Sikses parasta?

Suomi täyttää 100 vuotta. Lähiruoka ja yhdessä syöminen ovat paitsi vuoden valtakunnallisia teemoja myös syitä juhlia. Satakunnasta - Sikses parasta -hanke haluaa olla mukana vuoden suurimmissa kyläjuhlissa (syodaanyhdessa.fi) ja haastaa kaikki satakuntalaiset mukaan satakuntalaisen lähiruoan menestystarinaan. Me Sikses -toimijat kannamme oman kortemme yhteiseen kekoon ja rummuttamalla satakuntalaisia elintarvikkeita ja tuotteita. Jokaiselle kuulle on oma teemansa, jotka näkyvät ja kuuluvat niin some-kanavissamme, uutiskirjeissämme ja muussa tiedonvälityksessä. Osoitteessa siksesparasta.fi näet ajankohtaisia toimiamme, Instagramissa **#satakunta, #siksesparasta ja #lähiruoka,** ja Facebookissa näet ajankohtaisimmat kuulumisemme. Kirjoitamme myös blogia **sillaikai., jota pääset lukemaan blogspot.fi.**

Nettisivujemme kautta pääset ottamaan osaa myös Sikses parhaaseen äänestykseen. Anna äänesi ja vaikuta 31.8. mennessä. Eniten ääniä saaneet tulemme palkitsemaan 6.10.2017 fanfaarien kera!

Vuoden 2017 teemat:

Tammikuu SÄILYKKEET & PAKASTEET
Helmikuu HUNAJA
Maaliskuu KALA
Huhtikuu KANANMUNA & MAITO
Toukokuu LIHA
Kesäkuu YRTIT & MAUSTEET
Heinäkuu MARJAT
Elokuu VIHANNEKSET & JUUREKSET
Syyskuu VILJAT & OLUET
Lokakuu SIENET
Marraskuu SOKERI & MAKEISET
Joulukuu LEIPOMOTUOTTEET

Kirjoittaja
Ansa Jokiranta
Pyhäjärvi-instituutti
ansa.jokiranta@pji.fi

ELINTARVIKKEIDEN VIENTIOPAS

Food Safety Management Finland ry on elintarviketurvallisuusosaajien yhdistys, joka edistää jäsentensä yhteistyötä ja kansainvälistymistoimia. Yhdistyksen jäsenet tuottavat monipuolisia elintarviketurvallisuuteen liittyviä tuotteita ja palveluita elintarvikealan yritysten käyttöön. Yhdistys tekee tiivistä yhteistyötä suomalaisen elintarviketutkimuksen ja elintarvikevalvontaviranomaisen kanssa. Tavoitteena on myös lisätä yleistä tietoisuutta edellä mainituista asioista sekä kansallisesti että kansainvälisesti.

Food Safety Management Finland ry:n Ruokaturvallisuusratkaisut viennin vauhdittajana -hankkeen Elintarvikkeiden vientiopas on ilmestynyt ja löytyy yhdistyksen sivuilta **www.foodsafetyfinland.fi.**

Oppaan tarkoituksena on auttaa elintarvikevalmistajia vientitoiminnoissa ja lisätä koko toimialan kansainvälistymistä. Jäsenemme saattavat olla kilpailijoita kotimaassa, mutta se ei estä tiivistä yhteistyötä vientimarkkinoilla.

Ruokaturvallisuus on suomalaisten ehdoton vahvuus. Ruuan jäljitettävyys on yksi sen kulmakivistä. Se on hyvä esimerkki siitä, miten elintarvikkeiden valmistajat ja alalla palveluita sekä osaamista tuottavat FSMF ry:n jäsenet voivat yhdessä luoda kansainvälistymisen menestystarinoita. Toivottavasti uudesta oppaastamme on paljon hyötyä kansainvälistymistä ja vientiä suunnitteleville sekä jo niitä toteuttaville yrityksille.

Yhdistyksen toiminnasta kiinnostuneet voivat ottaa yhteyttä yhdistyksen puheenjohtajaan Jukka Lähteenkorvaan tai muihin hallituksen jäseniin.

Lisätietoja
jukka.lahteenkorva@gmail.com
ja hanna-leena.alakomi@vtt.fi

Maaseutututkijatapaamisen työryhmähaku

Tänä vuonna järjestetään maaseutututkijatapaaminen 25. kerran Pohjois-Savossa Leppävirralla 31.8.2017. Tutkijatapaamisen teema on Maaseutu lähellä. Kun puhutaan maaseudusta ja sen erityisyydestä, puhutaan usein asioista, jotka liittyvät ihmisiä ja ympäristöä lähellä tapahtuviin ilmiöihin, paikkoihin ja paikallisuuteen. Maaseudulla asuvilla ihmisillä on voimakas paikallinen identiteetti ja asuinpaikkoihin kiinnytään ja kiinnitytään, mikä näkyy myös sitoutumisena yhteisölliseen kehittämistoimintaan.

Ihmiset kaipaavat yhä enemmän asioita, jotka ovat tuttuja ja lähellä. Esimerkiksi kasvava kiinnostus lähiruokaa kohtaan kertoo ihmisten halusta tietää, mistä heidän ruokansa tulee ja miten se tuotetaan. Lähiruoka mahdollistaa vuorovaikutuksen, olipa se sitten konkreettista kasvokkain kohtaamista tai sosiaalisen median avulla käytävää keskustelua. Tämä lisää luottamusta ja yhteisöllisyyttä asiakkaiden ja yrittäjien välillä. Ruoan lisäksi maaseudun energiantuotannon toivotaan tapahtuvan lähempänä, omalla kylällä ja omia resursseja hyödyntäen.

Mistä näkökulmasta sinä haluaisit tarkasteltavan maaseutua lähellä? Tai onko mielessäsi vastaava maaseudun kannalta ajankohtainen aihe, joka kaipaa tarkempaa työryhmäkäsittelyä?

Lisätietoja työryhmähausta **www.mua.fi.** Ehdota työryhmää 31.3.2017 mennessä.

Maaseutututkijatapaamisen järjestävät tänä vuonna yhteistyössä Maaseudun uusi aika -yhdistys sekä valtakunnallinen lähiruoan koordinaatiohanke.

Uusia vientituotteita Co Design -menetelmällä

Finnish Food Innovations -ohjelma opastaa elintarvikealan pieniä ja keskisuuria yrityksiä kehittämään uusia vientituotteita kansainvälisille markkinoille. Tuotteita suunnitellaan Co Desing-menetelmällä. Menetelmän avulla pyritään varmistamaan, että tuotteet sopivat vientimarkkinoille ja niillä on siellä menestymisen mahdollisuudet.

Mikä on Co Desing?

Co Design on monenkeskisen tuotekehityksen malli, joka on lanseerattu apuvälineeksi tuotesuunnittelijoille. Menetelmää käytetään Finnish Food Innovations -ohjelmassa, jossa siitä on saatu ensimmäisiä hyviä kokemuksia. Perusajatuksena mallissa on, että tuotesuunnitteluun osallistuvat kaikki ne asiantuntijat, jotka tietävät, millainen tuotteen tulisi olla, jotta se menestyy markkinoilla. Suunnitteluun kutsutaan tuotekehittäjiä, brändisuunnittelijoita, pakkaussuunnittelijoita, kohdemarkkinan tuntijoita, tutkimuksen edustajia, sekä loppukäyttäjien ja asiakkaiden edustajia.

Säästää aikaa ja parantaa osumatarkkuutta

FFI-ohjelmassa tuotteiden suunnittelu käynnistyy ulkomaisilla Fact finding -matkoilla. Tuotteita ideoidaan matkoilla havaittujen markkinamahdollisuuksien pohjalta. Uusia tuoteaihioita sparrataan ulkomaisilla asiakkailla. Tuotteita ei kehitetä sen mukaan, mikä yrityksestä tuntuu sopivalta, vaan mikä on asiakkaiden tarve.

Co Designin avulla myös pieni yritys voi tehdä korkealuokkaista tuotekehitystä. Asiantuntijaosaamisen monipuolinen käyttö ei ole enää vain suurten yritysten yksinoikeus, vaan innovaatiotyöpajoissa ammattilaisten apu on kaikenkokoisten yritysten käytössä.

Hyviä kokemuksia Ruotsi-työpajoista

FFI -ohjelmassa menetelmää testatiin ensimmäisen kerran Ruotsi + Luomu -työpajoissa.

- Olen myönteisen tyytyväinen miten aidosti yritykset lähtivät mukaan suunnitteluun. Syntyi kumuloituvaa innostusta, kun ideat saivat myönteistä palautetta asiantuntijoilta ja ruotsalaisilta asiakkailta, kertoo Co Desing -fasilitaattori Riikka Salokannel.

- Ensimmäisellä kierroksella syntyi noin 100 ideaa. Niiden joukosta valittiin eteenpäin kehitettävät tuotekonseptit, kuten Kallen Mätitahna-tyyppinen munavoivalmiste ja puffatusta kaurasta valmistetut uudentyyppiset riisikakut, kertoo Salokannel.

Finnish Food Innovations -ohjelma 1.5.2016 - 30.4.2018 on valtakunnallinen tiedotushanke, joka opastaa suomalaisia elintarvikealan mikro-, pieniä ja keskisuuria yrityksiä innovoimaan asiakaslähtöisiä lisäarvotuotteita kansanvälisille markkinoille. Seuraa ohjelman SoMe-kanavia (facebook, YouTube, Twitter) ja **www.fennopromo.fi/#finnish-food-innovations** sekä poimi uusimmat tuotekehitysideat

Kirjoittaja
Eeva-Liisa Lilja
projektipäällikkö
Finnish Food Innovations-ohjelma
eeva-liisa.lilja@fennopromo.fi

Virtuaalipeli opettaa lapsille vastuullista ruoan kuluttamista

Virtuaalipeli opettaa lapsille vastuullista ruoan kuluttamista Turun yliopiston kehittämä uusi RUOKAePELI-virtuaalipeli opettaa alakouluikäisiä lapsia miettimään ruokavalintojaan ja ruokaan liittyviä arvoja.

Tietokoneella, tabletilla ja puhelimella toimivassa pelissä pelaaja asettuu virtuaalisessa koulumaailmassa kokin rooliin. Pelaajan tavoitteena on hankkia ja valmistaa pienelle koululuokalle vastuullisesti tuotettua, terveellistä ja maistuvaa ruokaa.

– Pelin ensisijaisena tarkoituksena on saada lapset miettimään omia ruokavalintojaan ja herätellä heitä pohtimaan henkilökohtaisia ruokaan liittyviä arvojaan, projektipäällikkö Sanna Vähämiko kertoo.

Virtuaalipelissä kokki käy kaupassa, laittaa ruoan ja tarjoaa sen jälkeen valmistamansa annokset oppilaille, eli ketulle, hiirelle ja pupulle. Hahmojen vointi kertoo, onko pelaaja onnistunut valinnoissaan.

– Ruokavalintojemme takana on usein terveellisyyteen, hintaan, makuun, laatuun, tuoreuteen, ympäristöystävällisyyteen ja ruoan alkuperään liittyviä faktoja, ja niiden sijoittaminen samaan ostoskoriin ei ole aina kovin helppoa edes meille aikuisille. Pelin tavoitteena on, että lapsi muistaisi pelaamisen jälkeen ruokaostoksilla, että kuluttaja voi tehdä fiksuja ja vähemmän fiksuja valintoja, niin oman terveytensä kuin ympäröivän luonnon tai yhteiskunnankin näkökulmasta, Vähämiko sanoo.

RUOKAePELI on Turun yliopiston Brahea-keskuksen kehittämä alakouluikäisille tarkoitettu ruokakasvatuspeli, jonka teknisestä kehityksestä on vastannut Turun yliopiston Tecnology Research Center. Pelin kehityksessä on ollut mukana noin 30 koululuokkaa ympäri Suomea ja kehitystyötä ovat rahoittaneet Maa- ja metsätalousministeriö (Ruokaketjun kehittämisen määräraha), Tieteen tiedotus ry ja Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto MTK.

Peli on ilmaiseksi ladattavissa Turun yliopiston ylläpitämältä **www.terveyspelit.fi**-sivustolta. Samalle sivustolle viedään jatkossa myös muita Turun yliopistossa kehitettyjä tutkimukseen pohjautuvia terveysalan pelejä.

Kirjoittaja
Sanna Vähämiko
Turun yliopiston Brahea-keskus
sanna.vahamiko@utu.fi

Mikä lähiruoassa koukuttaa?

Lyhyet läheiset ketjut - lähiruoka ja sosiaalinen pääoma (LähiSos) -hankkeessa selvitettiin, miten suuri osa lähiruoan suosiosta perustuu lopulta itse tuotteeseen, ja kuinka paljon lähiruoan ympärille liittyviin muihin tekijöihin. Lähiruokaa kuluttavien asiakkaiden verkkokeskusteluissa esille nostamia tekijöitä voidaan pitää lähiruokayritysten ja -verkostojen sosiaalisena pääomana, jota suurempien yritysten on vaikea saavuttaa.

Verkkojulkaisu **www.lähiruokakoukuttaa.fi**

Webinaari 14.3.2017

Asiakkaiden esille nostamia lähiruokayrityksille ja -verkostoille tärkeitä menestys- ja kilpailutekijöitä esitellään 14.3.2017 klo 10-10.30 järjestettävässä webinaarissa. Ilmoittaudu www.webropolsurveys.com/S/7C8671580B854E84.par tai aitojamakuja.fi -tapahtumakalenteri.

Elintarvikealan digipalvelut ja toimitusketjut -MiniHackathon

Messukeskus, Helsinki 7.4.2017 klo 13-15

Digitalisaatio mahdollistaa ja haastaa elintarvikealan toimijoita ottamaan käyttöön uusia tai aiemmasta poikkeavia toimintatapoja ja viestinnän välineitä. Ruokaketjun toimijoiden välinen tiedonkulku on vahvasti sidoksissa erilaisiin sähköisiin järjestelmiin. Uusia digipalveluja syntyy koko ajan ja vanhoja kehitetään siten, että ne palvelisivat mahdollisimman hyvin käyttäjiä ja olisivat helppokäyttöisiä. Esimerkiksi tuotteiden jäljitettävyys alkuperän ja toimitusketjun osalta on tietoa, joka kiinnostaa kaikkia ketjun toimijoita ihan kuluttajaan saakka.

Sekä kuluttajien että elintarvikeyrittäjien kasvava kiinnostus suoraan keskinäiseen vuorovaikutukseen ja ostosten tekemiseen antaa eväitä uudenlaisten vaihtoehtoisten ostokanavien syntymiselle. Jo nyt yrityksillä on omia verkkokauppoja tai useamman yrityksen yhteisiä tilauskanavia, REKO-renkaita, ruokapiirejä, jotka hyödyntävät nettiä yhteydenpidossa ja tilauksissa. Viestinnän kanavia on monia ja erilaisia vaihtoehtoja syntyy koko ajan lisää.

Valtakunnallinen lähiruoan koordinaatiohanke, Paikallisruoan arvoketjua kehittämässä-hanke ja maa- ja metsätalousministeriö järjestävät Lähiruoka & Luomu-tapahtuman yhteydessä MiniHackathonin elintarvikealan toimijoille ja erilaisten palvelun tarjoajille. Tavoitteena on tutustua olemassa oleviin sähköisin palveluihin ja löytää ideoita, miten digitalisaatio ja eri palvelut voisivat helpottaa b-to-b ja b-to-c yhteistyötä. Palveluiden toteuttajat voivat esitellä omia tuotteitaan esittelypisteillä ja jokaiselle on varattu lyhyt esittelypuheenvuoro tilaisuudessa. Jos haluat mukaan esittelypisteelle, ota yhteyttä Päivi Töyli, paivi.toyli@utu.fi tai 040 189 1929.

Tapahtumat

8. - 9.3.2017	Fastfood & Café & Ravintola, Helsinki
13.3. - 25.4.2017	Future – tulevaisuuden tuotteet, suunnanmääritys ja kasvun ennakointi, innovaatiotyöpajat Turku sekä Fact finding Lontoo ja IFE-messuille
14.3.2017	Ruokamatkailu, Lieksa
14.3.2017	Mikä lähiruoassa koukuttaa? webinaari
15.3.-7.6.2017	Suomalainen leipäkori-hankkeen leipomoalan koulutukset, Forssa
15.3.2017	Tietoisku lopetusasetuksen mukaisesta kelpoisuudesta, Hämeenlinna
20.3., 23.3. 2017	Infoa yritysryhmähankkeista -webinaarit
21.- 22.3.2017	”Klinikkapäivät”, Nurmes ja Joensuu
22.3.2017	Vastuullisuuskriteerit elintarvikehankinnoissa, Helsinki
24.3.2017	Vientivalmennus, Helsinki
28.3.2017	Ympäristövastuullinen yritystoiminta, Nurmes
4. - 5.4.2017	Food from Finland: Meet the Buyers
6. - 9.4.2017	Lähiruoka ja Luomu, Helsinki
7.4.2017	Elintarvikealan digipalvelut ja toimitusketjut -MiniHackathon
10. - 20.4.2017	Food from Finland: E-commerce China workshop and Compliance training China, Helsinki
11. - 12.4.2017	Hygienia elintarviketuotannossa, Lieksa ja Joensuu
17. - 23.4.2017	Food from Finland: Retail promotion Germany
25.4.2017	Markkinoinnin uudet näkökulmat, Nurmes
25. - 27.4.2017	Food from Finland: Sea Food Expo
3.5.2017	Arktisuudesta potkua elintarvikevientiin, Rovaniemi
4.5.2017	Food from Finland: Coaching day Germany
8. - 10.5.2017	Food from Finland HOFEX, Hong Kong
9.5.2017	Ruotsin markkinoilleko, Lieksa
16.5.2017	Elintarvikepäivä
16. - 17.5.2017	Food from Finland World of Private Label -näyttely
18.5.2017	Esimies ja alaiset, Nurmes
18. - 20.5.2017	Food from Finland SIAL, Kiina
23.5. - 15.8.2017	Free From -tuotteiden tuotekehitys, innovaatiotyöpajat ja Fact finding-matka Barcelonaan ja Free from-messuille
6.6.2017	Tietoprovinssin Agrobiotalous & kestävät ruokaratkaisut seminaari, Seinäjoki
7. - 8.6.2017	Food Business Summit, Seinäjoki
14. - 16.6.2017	Food from Finland: Fact finding and Meet the buyers trip, New York
14. - 17.6.2017	Farmari, Seinäjoki
16. - 17.6.2017	SATOA goes Wild -ruokafestari, Kuopio
19. - 21.6.2017	4th NJF Organic Conference, Mikkeli
3. - 5.8.2017	Herkkujen Suomi, Helsinki
5. - 6.8.2017	Kuusamon Katuruokamarkkinat – Wild Food Street Market, Kuusamo
25. - 26.8.2017	SATOA Kuopio Food Festival, Kuopio
31.8.2017	Maaseutu lähellä -maaseutututkijatapaaminen, Leppävirta
1. - 3.9.2017	Kauhajoen ruokamessut
6.9. - 12.12.2017	Suomalainen leipäkori-hankkeen leipomoalan koulutukset, Forssa
6. - 9.9.2016	Riga Food 2017
6.9.2017	LuomupuuronME
14. - 16.9.2017	Food from Finland Kööpenhaminan Beer, Whisky & Gom festivaali
16.9.2017	Osta tilalta! -päivä
16. - 17.9.2017	Saariston sadonkorjuujuhlat
4. - 6.10.2017	Artesaaniruuan SM-kilpailu, Tammisaari
7. - 10.10.2017	Food from Finland Anuga, Saksa
10. - 11.10.2017	Food from Finland: Bar Convent Berlin trade fair, Saksa
10. - 12.11.2017	ELMA, Elämää, eläimiä, ostoksia (www.elmamessut.fi)
28. - 30.11.2017	Food from Finland: Food Ingredients Europe fair

Katso lisätiedot ja lisää tapahtumia **aitojamakuja.fi** *-tapahtumakalenterista*