Aitoja makuja

4/2018

Vieraskynä

Tehoa toimintaan yhteistyöllä

Lukijakysely s. 23

Ruoka-alan ajankohtaisseminaari 17.12.2018
s. 18

RUOKASEKTORIN KOORDINAATIOHANKE
lähiruoka · luomu · luonnontuotteet

Aitoja makuja -tiedotuslehti

Aitoja makuja -tiedotuslehti kertoo elintarvikealan kehittämistyöstä. Lehti ilmestyy vuonna 2018 neljä kertaa verkkolehtenä **aitojamakujalehti.fi**.

Mikäli haluat tilata verkkolehden, jätä yhteystietosi www.aitojamakuja.fi/lehti.php

Aikataulu

Nro	Materiaalin dl	Julkaisupäivä
1	5.3.	16.3.
2	28.5.	8.6.
3	27.8.	7.9.
4	19.11.	30.11.

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

ISSN 2343-3736 (verkkojulkaisu)

Sähköinen versio
aitojamakujalehti.fi
aitojamakuja.fi
issuu.com

Kansikuva: Elämyksellinen ruokamatkailutuote syntyy yhdessä tekemällä ja kokeilemalla! Yrittäjät nauttimassa työnsä tuloksista Oulun Maa- ja kotitalousnaisten Pohjoinen ruoka ja matkailu -hankkeen kotakokkauskurssilla Rokuan Loma-huviloiden kodassa Utajärvellä. Kuva Arja Keränen.

aitoja makuja

SISÄLTÖ

Vieraskynä.....3
REKO laajenee Etelä-Afrikkaan..... 4
Lähiruoka & luomu -messujen suunnittelu käynnissä..... 5
Nimisuojajärjestelmä..... 6
Tasting – tilaisuus johdatteli hunajan pariin..... 8
Hungry for Finland.....9
Kasviproteiinien kampanjaviikko..... 10
Marknadsföringshadbok för små matföretag..... 12
Osta tilalta! -päivä 13
Satakunnan ruokaketju tulevaisuuden voittajaksi..... 14
Kokemuksia ja palautetta ruokamatkailu-hankkeista Pohjois-Pohjanmaalla..... 16
Kasvua elintarvikealalle yhdessä tekemällä.....17
Ruoka-alalla ajankohtaista 18
Ulkona syöminen on osa arkipäivää..... 19
Joustava elintarvikelainsäädäntö..... 20
Kotitarveviljelyssä yhdistyvät huvi ja hyöty.....21
Täsmävinkkejä vaikuttavaan pitchaukseen..... 21
Suomalainen ruoka- ja ravitsemusosaaminen kiinnostaa Arabiemiraateissa..... 22
Vastuullisuuskriteerien käyttö kuntahankinnoissa.....23
Lukijakysely.....23

Maa- ja metsätalousministeriö

TURUN YLIOPISTO

Ruoka-ala kasvuun - tehoa kehittämistoimintaan yhteistyön kautta

Hypähdetään aikajunan kyytiin ja palataan 10 vuotta taaksepäin. Aitojamakuja.fi nettisivusto ja yritysten hakupalvelu avattiin muutama kuukausi sitten. Runsas joukko aktiivisia, maakunnissa toimivia elintarvikealan kehittäjiä innosti yrityksiä mukaan yhteiseen valtakunnalliseen hakupalveluun. Yhteinen idea ja tavoite kimmelsivät kirkkaina mielissä.

Olimme juuri oikeaan aikaan asialla. Vuonna 2010 lähiruoasta tuli se JUTTU. Puhuttiin lähiruokabuumista ja -trendistä, uusia lähiruokakauppoja avattiin, ja pienten yritysten tuotteille, lähiruoalle, oli kysyntää. Yhtäkkiä kaikki halusivat löytää paikallisia yrityksiä.

Juna saapui väliasemalle vuonna 2013, kun hallitus hyväksyi lähiruoan ja luomun kehittämisohjelmat. Ohjelmat antoivat suuntaviivoja yhdessä tehtävälle kehittämistoiminnalle aina vuoteen 2020 saakka. Tämä oli selvä tuki valtion suunnasta, kuten silloin toukokuussa ilmestyneessä maa- ja metsätalousministeriön tiedotteessa todettiin ”On tärkeää, että valtio ottaa huomioon kansalaisten mieltymykset ja pyrkii vahvasti tukemaan luomu- ja lähiruuan saatavuutta. Tänään hyväksytyt hallituksen lähiruoka- ja luomuohjelmat ovat tästä konkreettinen osoitus ja toivon niiden olevan myös vahva signaali elinkeinolle, ministeri Koskinen toteaa”.

EU:n ohjelmakausi vaihtui ja kehittämistoiminnan tavat rakentuivat uusien toimintatapojen ympärille. Ruoka-alaan panostettiin vahvasti ja pyörähti käyntiin lähiruoan, luomun ja luonnontuotteiden koordinaatiohankkeet. Muutaman vuoden kokemusten jälkeen erilliset vaunut liitettiin yhteen, yhteiseen junaan ja luotiin Ruokasektorin koordinaatiohanke.

Valtakunnallinen Ruokasektorin koordinaatiohanke lähtee kiertämään eri puolille Suomea ja järjestää maakunnallisia Ruoka-ala kasvuun -tilaisuuksia. Tavoitteena on tiivistää yhteistyötä ja saattaa yhteen toimijoita pk-elintarvikeyrittäjyyden kehittämisaloilta. Tilaisuuksiin kootaan yhteen ruoka-alan toimijoita ja mietitään, miten kehittämisaloihin liittyvää toimintaa alueella toteutetaan ja onnistuneita käytäntöjä levitetään. Samalla kuullaan, mitä valtakunnallisesti tällä hetkellä tehdään ruoka-alalla ja osallistujat voivat poimia sopivat palat oman maakunnan kehittämistoiminnan tueksi.

Tulevien kolmen vuoden aikana keskiössä ovat yhteistyö, verkostoituminen ja asioiden jakaminen toisten kanssa. Vaikka Ruokasektorin koordinaatiohankkeessa keskitymme pk-elintarvikeyrittäjyyden kehittämiseen lähiruoan, luomun ja luonnontuotteiden parissa, niin ovet ovat auki laaja-alaiseen yhteistyöhön ja haluamme myös itse aktiivisesti koputella uusien ovien takana.

Lisäarvon löytäminen, kumppanuuksien kehittäminen ja yhteinen tekeminen antavat eväitä katsella positiivisin mielin tulevaisuuteen. Naapurivaunusta saattaa löytyä se ratkaisu, jota ei ole ymmärtänyt edes etsineensä. Täyttä höyryä, tai paremminkin ilmastoviisaasti puhtaalla energialla, juna lähtee laiturilta kohti vuotta 2028. Mielenkiinnolla odotan, millainen ruokamaa meillä kymmenen vuoden kuluttua!

Päivi Töyli, Turun yliopiston Brahea-keskus

REKO laajenee Etelä-Afrikkaan - lähiruoan myynti- ja jakelumallin renkaita on jo yli 300

REKO-malli, eli Rejäl konsumtion – Reilua kuluttamista, leviää ympäri maailmaa. Pietarsaaresta lähtöisin olevassa lähiruoan myynti- ja jakelumallissa kuluttajat tilaavat lähiruokatuottajilta ruokaa suoraan ilman välikäsiä. REKO-renkaat toimivat Facebookin kautta suljettuina vapaaehtoisten pyörittäminä ryhminä.

Renkaita tai niiden kohtaamispaikkoja on tällä hetkellä arviolta 354 seitsemässä eri maassa. Suomessa toimii 198 kohtaamispaikkaa eri renkaille. Malli on myös erittäin menestynyt Ruotsissa, jossa paikkoja on noin 107.

– Liikevaihdossa Ruotsin REKOsta on tullut jo isompi juttu kuin Suomessa. Se on lisäksi yksi neljästä finalistista vuoden kuluttajateoksi, REKOn perustaja **Thomas Snellman** kertoo.

Malli toimii hyvin Pohjoismaissa: Norjassa renkaita on perustettu noin 40, Islannissa perustetaan juuri kolmatta rengasta. Tanskassa toimii ainakin neljä rengasta vaikka maasta löytyy jo vastaavia maksullisia tapahtumia. Lisäksi Italiassa ja Etelä-Afrikassa on perustettu tänä vuonna ensimmäiset REKO-renkaat.

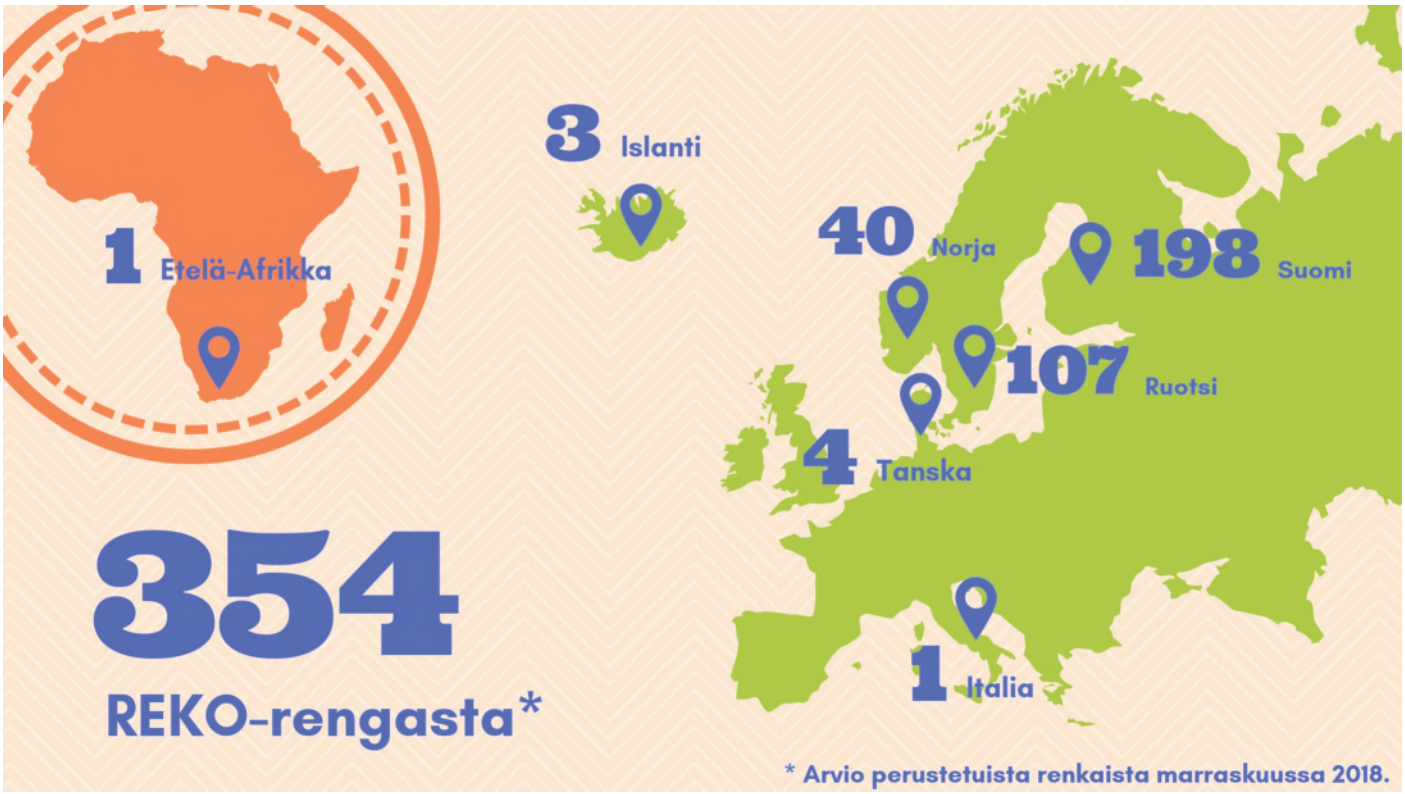
– REKO toimii ennen kaikkea siksi, että Facebook on käytössä kaikkialla maailmassa. Renkaiden perustamiseen ei tarvita uusia tai maksullisia työvälineitä, eli toiminta on helppo aloittaa missä vaan, Snellman pohtii mallin vahvuuksia kansainvälisesti.

Snellman on käynyt jo yli 20 maassa puhumassa mallista, viimeksi Kreikassa. Kiinnostusta on esitetty muun muassa Australiasta, Kiinasta, Intiasta ja Kanadasta. Euroopan maista eniten kiinnostusta on tullut Puolasta. Kaikille malli ei kuitenkaan ole täysin haasteeton.

– Kreikkalaisille konsepti oli itsessään kiinnostava, mutta keskustelussa esille nousi huoli luottamuksesta toimijoiden välillä. He kertoivat että se on tällä hetkellä Kreikassa vaikeaa, Snellman kertoo.

REKO on kiinnostanut myös tutkijoita. Viime Aitoja makuja -numerossa kirjoitettiin Lublinin teknillisen yliopiston ja Turun yliopiston tieteellisestä artikkelista joka pureutuu REKO-malliin.

Teksti ja kuvitus: Ellinoora Havaste



Lähiruoka & luomu -messujen suunnittelu käynnissä

Seuraavien Lähiruoka & luomu -messujen suunnittelu on parhaillaan käynnissä Helsingin Messukeskuksessa. Tapahtuman sisältöä suunnitellaan tiiviissä yhteistyössä näytteilleasettajien sekä tapahtuman kehitysryhmän kanssa. Lähiruoka & luomu järjestetään Messukeskuksessa Helsingissä 4.-7.4.2019.

Lähiruoka & luomu -messuilla voi ostosten tekemisen ja maisteluiden lisäksi tutustua suomalaisiin pientuottajiin, lähellä tuotettuun ruokaan sekä sertifioituihin luomutuotteisiin. Tuotteiden alkuperä kiinnostaa suomalaisia, eikä lähiruoan suosiolle näy loppua.

Kuva: Messukeskus

– On hienoa suunnitella ja kehittää tapahtumaa yhdessä kumppaneiden kanssa. Ruoan tuotanto ja alkuperä kiinnostavat messukävijöitä, ja Lähiruoka & luomu -tapahtuma tarjoaa erinomaisen mahdollisuuden päästä juttelemaan suomalaisten pientuottajien kanssa sekä tutustua uusiin tuotteisiin, sanoo Lähiruoka & luomu -messuista vastaava myyntiryhmäpäällikkö Riikka Telin Messukeskuksesta.

Vuoden lähiruokateko -palkinto nostaa esille lähiruoan puolestapuhujia

Vuoden lähiruokateko -palkinto jaetaan Lähiruoka & luomu -messuilla ensi keväänä jo seitsemännen kerran. Palkinnolla halutaan nostaa esiin hyviä esimerkkejä lähiruoan käytöstä ja käytön edistämisestä.

Palkinnon saajaksi voi ilmoittautua itse tai ilmoittaa raadille sopivimmaksi katsomansa ehdokkaan. Seuraavan lähiruokateon ehdokasasettelu käynnistyy helmikuussa 2019 tapahtuman nettisivuilla www.lahiruokaluomu.fi.

Lähiruoka & luomu -tapahtuma osana monipuolista messukokonaisuutta

Eri ruokavalioita esittelevä Lautasella-tapahtuma avaa ovensa Messukeskuksessa 5.- 6.4.2019 samaan aikaan Lähiruoka & luomu -messujen kanssa. Nyt toista kertaa järjestettävä tapahtuma tarjoilee tietoa muun muassa gluteenittomista, vege- ja vegaanivaihtoehdoista sekä raakaravintotuotteista.

Kahden toisiaan täydentävän ruokatapahtuman lisäksi Messukeskuksessa on huhtikuun ensimmäisenä viikonloppuna käynnissä myös Kevätmessujen kokonaisuus, johon kuuluvat Kevätpuutarha-, OmaMökki-, Asu & Remontoi- ja Sisusta-messut.

Messutapahtumien ohjelmatarjontaa täydentävät Vuoden 2019 Kokki ja Tarjoilija -kilpailut, jotka käydään samaisena viikonloppuna.

Lähiruoka & luomu Messukeskuksessa Helsingissä 4.-7.4.2019. Samaan aikaan myös Lautasella-tapahtuma sekä Kevätmessut. ***www.lahiruokaluomu.fi***

Teksti: Antti Karjunen

Nimisuojajärjestelmä on tae elintarvikkeen alkuperästä ja tuotannosta kuluttajalle

Euroopan unioni ylläpitää kahta laatujärjestelmää elintarvikkeille. Toinen näistä järjestelmistä on tuotteiden nimisuojajärjestelmä, johon kuuluvat merkit suojattu alkuperänimitys (SAN), suojattu maantieteellinen merkintä (SMM) ja aito perinteinen tuote (APT).

Nimisuojajärjestelmän tarkoitus on nostaa esiin nimisuojatun tuotteen erityisyys ja maantieteellinen alkuperä sekä suojata kuluttajaa tuoteväärennöksiltä. Kuluttajalle nimisuoja on tae siitä, että tuotteen alkuperä ja tuotantotapa tiedetään.

Suojattu maantieteellinen merkintä toi lisäarvoa Puruveden muikulle

Osuuskunta Puruveden kalasatama päätti marraskuussa 2010 hakea suojattua maantieteellistä merkintää (SMM) Puruveden muikulle. Puruvesi kuuluu Saimaan niukkaravinteisten järvien joukkoon. Valo pääsee Puruvedessä jopa 20 metrin syvyyteen ja järven silmiinpistävin piirre onkin veden kirkkaus. Puruveden muikun erikoisuus ruokakalana on pehmeä ruotoisuus verrattuna ympäröivän alueen muiden vesistöjen muikkuihin. Ominaisuuden ansiosta Puruveden muikku soveltuu erityisen hyvin syötäväksi sellaisenaan. Suojattu maantieteellinen merkintä hyväksyttiin 2013.

Merkintä on tuonut tuotteelle kaupallista lisäarvoa muun muassa Lidl-ketjun kuluttajamarkkinoinnissa. Lisäksi se on osaltaan tuonut kulttuurista lisäarvoa sekä tuotteelle että sen tuotantotavalle.

Talvinuottauksen perinnetieto ja pitkäaikainen kestävän kalastuksen malli julistettiin vuonna 2017 aineettomaksi kulttuuriperinnöksi Museoviraston toimesta.

– Puruveden muikun suojattu maantieteellinen merkintä lisäsi merkittävää painoarvoa tuotteelle ja sen tuotantotavalle, kertoo Tero Mustonen Kesälahden kalasatama Osuuskunnasta.

Seuraavaksi osuuskunta hakee merkintää Puruveden muikun mädille.

Monimediakampanja lisää tietoisuutta nimisuojajärjestelmästä

Siinä missä Etelä-Euroopan maat Italia, Ranska, Espanja ja Portugali ovat aktiivisia hakemaan nimisuojausta oman alueensa tuotteille ja tunnistavat järjestelmän laatumerkit, Suomessa järjestelmä on vähemmän tunnettu.

Helsingin yliopiston Ruralia-instituutin ja Turun yliopiston Brahea-keskuksen Nimisuojatuotteiden monimediakampanja Promon tavoitteena on lisätä nimisuojamerkkien ja -tuotteiden tunnettuutta 2018-2019. Hanke muun muassa toteuttaa vapaaseen käyttöön soveltuvaa valokuva- ja videomateriaalia suomalaisista nimisuojatuotteista. Näitä tuotteita on tällä hetkellä 12.

Tero Mustosen sitaatti on Euroopan Komission minikonferenssista Helsingissä 27.9.2018.

Teksti: Ellinoora Havaste
Kuvat: puruvedenmuikku.fi

Euroopan unionin nimisuojajärjestelmä

Nimisuojajärjestelmään kuuluvan tuotteen tunnistat EU-alueella laatumerkeistä.

Suojattu alkuperänimitys (SAN)

Suojattu maantieteellinen merkintä (SMM)

Aito perinteinen tuote (APT)

Merkit ovat suojattu alkuperänimitys (SAN), suojattu maantieteellinen merkintä (SMM) ja aito perinteinen tuote (APT).

Järjestelmä koostuu neljästä eri kategoriasta, joissa suojattuna on yhteensä noin 3500 tuotetta.

- maataloustuotteissa ja elintarvikkeissa yli 1400 tuotetta
- väkevissä alkoholijuomissa 247
- viineissä 1763
- maustetuissa viinituotteissa viisi eri tuotetta

Suomalaisia nimisuojatuotteita ovat Kitkan viisas, Sahti, Kalakukko, Lapin Puikula, Lapin Poron kylmäsavuliha, Puruveden muikku, Lapin Poron liha, Karjalanpiirakka, Lapin Poron kuivaliha, Kainuun Rönttönen, Suomalainen Vodka ja Suomalainen Marjaliköori ja Suomalainen Hedelmälikööri.

Tasting -tilaisuus johdatteli hunajan pariin

Hunajan monimuotoisuus tuli heinosti esille erilaisten makuparien kanssa.

Varsinais-Suomen Mehiläishoitajat ry* järjesti syyskuussa ensimmäisen oman hunajatasting tilaisuuden median edustajille ja sidosryhmille. Tavoitteena oli hunajan arvostuksen ja näkyvyyden lisääminen niin kuluttajien kuin ammattilaistenkin keskuudessa.

Tasting -tilaisuus tarjosi sopivassa suhteessa painavaa tietoa hunajasta ja sen erilaisista ominaisuuksista sekä upeiden ruokamakuparien maistelua. Tilaisuus käynnistyi tutkimuksen puheenvuorolla. Turun yliopiston tutkija Maaria Kortesniemi (FT) on tutkinut reilun viiden vuoden ajan hunajaa, hunajan kasvialkuperää, aistittavaa laatua, erilaisia aromeja sekä kuluttajien mieltymyksiä hunajaan. Tulevaisuudessa tutkimuksen piiriin tullee myös hunajaviinit.

Tutkijan johdolla arvioitiin neljän eri varsinaissuomalaisen hunajan rakennetta, koostumusta, tuoksua sekä ulkonäköä. ”Kannattaa luottaa ensivaikutelmaan”, vinkkasi Kortesmiemi arvioinnin aluksi. Arviointi suoritetiin ilman etukäteistietoa hunajanäytteiden alkuperästä tai kasvilajista. Näin jokainen sai päästää oman sisäisen arvioitsijansa lentoon Kortesniemen vinkkiä noudattaen. Eri hunajien erot tuoksussa, viskositeetissa sekä makeudessa ja karvaudessa yllätti monet tastingiin osallistujat. Hunajan monimuotoisuus tuli näytteissä erinomaisesti esille. Alkukesän hunajan vaalea väri verrattuna loppukesän hunajan tummuuteen oli silmiin pistävä. Omenatarhan hunaja puolestaan ihastutti kuulaalla kirkkaan keltaisella värillä ja raikkaalla, jopa kirpeähköllä maullaan. Eksoottisimpana pidettiin kuitenkin mesikastehunajaa.

Hunajan kulutus lievässä kasvussa

Suomalainen hunaja eroaa ulkomaalaisesta hunajasta. Keskeisin ero tulee eri maiden välisistä kasvillisuuseroista. Esimerkiksi Suomessa on haastavampaa saada lajihunajaa, joka koostuu vain yhdestä kasvista. Muualla Euroopassa lajihunajien tuottaminen on yleisempää johtuen mm. suuremmista hedelmätarhoista.

Suomalaisen hunajan osuus hunajan kokonaiskulutuksesta oli vuonna 2017 hieman alle 40 %. Hunajan kulutus on viime vuosina ollut lievässä kasvussa ja kulutuksen arvioidaan edelleen nousevan vuoteen 2020 saakka. Tänä päivänä suomalainen syö keskimäärin 600 g hunajaa vuodessa. Hunajan kulutuksen lisäksi tuottavien mehiläispesien määrä on ollut kasvussa 2010 vuodesta lähtien. Vuonna 2017 mehiläispesiä oli Suomessa reilut 50 000 kappaletta (lähde: Mehiläistarhauksen keskeiset tunnusluvut 2018, Suomen Mehiläishoitajain liitto).

Kaupunkiviljelyn ja hyperlokalisaation (”erittäin lähellä tuotettu”) lisääntyminen ruoan tuotannon trendeinä näkyvät myös erilaisissa paikoissa tuottaa hunajaa. Cityhunajat, jotka tuotetaan kaupunkiympäristössä, ovat lisänneet suosiotaan. Esimerkiksi Turun kaupunkialueella mehiläispesiä löytyy kaupungintalon ja kauppakeskusten katoilta aina siirtolapuutarhaan saakka. ”Erityisesti ravintolat ovat kiinnostuneita oman hunajan tuottamisesta kaupunkimiljöössä”, vinkkaa Raija Haataja-Nurminen Tammirauman hunajatilalta.

Tasting -tilaisuus oli todellinen kunnianosoitus suomalaiselle hunajalle. Tällaisten arviointien soisi olevan jatkossa osa kaupallista matkailutoimintaa, jossa ruoan merkitystä osana matkailun elämyspotentiaalia nostettaisiin reilusti esille.

Vinkkilista: Enemmän tietoa hunajasta **www.hunaja.net**

Varsinais-Suomen Mehiläishoitajat ry
www.vsmehilaishoitajat.fi/

*Varsinais-Suomen Mehiläishoitajat ry:n (perustettu vuonna 1985) tarkoituksena on edistää ja tukea mehiläishoitoa pääosin Varsinais-Suomen alueella. Yhdistys pyrkii luomaan ja ylläpitämään myönteistä kuvaa hunajasta ja mehiläistaloudesta.

Teksti ja kuva
Johanna Mattila
johanna.mattila@utu.fi

Hungry for Finland

Hungry for Finland (H4F) – ruokamatkailun tuotteistamishanke täydentää alueellisia ja paikallisia hankkeita valtakunnallisesti tuoden toimijoiden käyttöön yhtenäisiä työkaluja (tuotesuositukset ja päivitetty strategia) ja antamalla sparrausta.

Tavoitteena on saada ruokamatkailu alueellisesti näkyvämpään rooliin niin kotimaassa kuin kv-markkinoilla ja tuottaa yhdistelmätuotteita, joissa ruoka on houkutteleva tekijä.

Valtakunnallisen ruokamatkailuverkoston toimintaa kehitetään pysyvän toiminnan suuntaan. H4F hankkeen Kick off pidetään Matka2019 messuilla 17.1.2019 klo 10.00-12.00. Innostavien puheenvuorojen lisäksi tilaisuudessa avataan vuoden 2019 ruokamatkailukilpailu, jossa haetaan kärkituotteita kansainvälisille matkailumarkkinoille sekä tuoteaihioita jatkokehittelyyn.

Lisätietoja
Kristiina Havas, kristiina.havas@haaga-helia.fi
www.hungryforfinland.fi

Kampanjaviikko Turussa kutsui kampukselle maistelemaan kotimaisia kasviproteiineja

Pro-Agria Pohjois-Karjala ry:n ja Turun yliopiston Brahea-keskuksen Vastuullista proteiinia pöytään -hanke edistää vastuullisesti tuotetun ja jalostetun proteiinin paikallista hyödyntämistä ruokaketjussa. Osana yhteistyötoimia ammattikeittiöiden ja tuottajien välillä Brahea-keskus järjesti Unican lounasravintoloiden kanssa kasviproteiineihin keskittyvän teemaviikon.

8. - 12. lokakuuta Turun yliopiston pääkampuksella järjestettiin Vastuullista proteiinia pöytään -kampanjaviikko Vastuullista proteiinia pöytään -hankkeen ja Unican yhteistyönä. Opiskeluruokailuun keskittyvä Unica on Turun yliopiston ylioppilaskunnan omistaman Universtas Oy:n ja Fazer Food Services Oy:n perustama ja omistama yritys. Unican ravintolat tarjoilivat viikon aikana suomalaisten tuottajien kasviproteiinituotteita pääruokavaihtoehtona, salaattipöydässä tai muuna lisukkeena. Maisteluun pääsi muun muassa monivilja-härkäpaputempe-hampurilainen ja lehtikaali-vuohenjuusto-spelttirisotto.

Kahdella toimipisteellä opiskelijoilla ja muilla lounasruokailijoilla oli lisäksi mahdollisuus tutustua tuotteisiin ja ostaa niitä suoraan tuottajilta. Mukana olivat härkäpaputuotteita tuottavat Karviaisten tila ja Vihreä Härkä, kikhernepastaa ja nuudeleita tuottava Palmusto, spelttituotteita tuottava Birkkalan tila, tempetuotteita tuottava JK Alho - Java Kitchen, lupiinijauhoja tuottava Koivunalhon luomutila ja Apetit.

Birkkalan tilalla oli maistatuksessa Suomusjärvellä tuotettua spelttiä. Isäntä Simo Larmon mukaan tilaisuus oli hyvä tapa tiedottaa varsinkin opiskelijoita kotimaisista kasviproteiinivaihtoehdoista.

– Viikko poiki meille myös tilauksen Unican ravintoloihin, Larmo kertoo tyytyväisenä.

Vihreän Härän härkäpapupasta oli maistatuksessa yliopiston Educarium-rakennuksen aulassa.

Myös Unican toimitusjohtaja Sanna Hovi kokee teemaviikon olleen toimiva konsepti josta jäi käteen konkreettista apua kasviproteiinien käyttöön.

– Tapahtumaviikot ovat erinomaisia tapoja saada uusia ruokaan liittyviä käytäntöjä paitsi kävijöillemme niin myös meille, kun koko henkilökunta oppii uutta, Hovi kehuu.

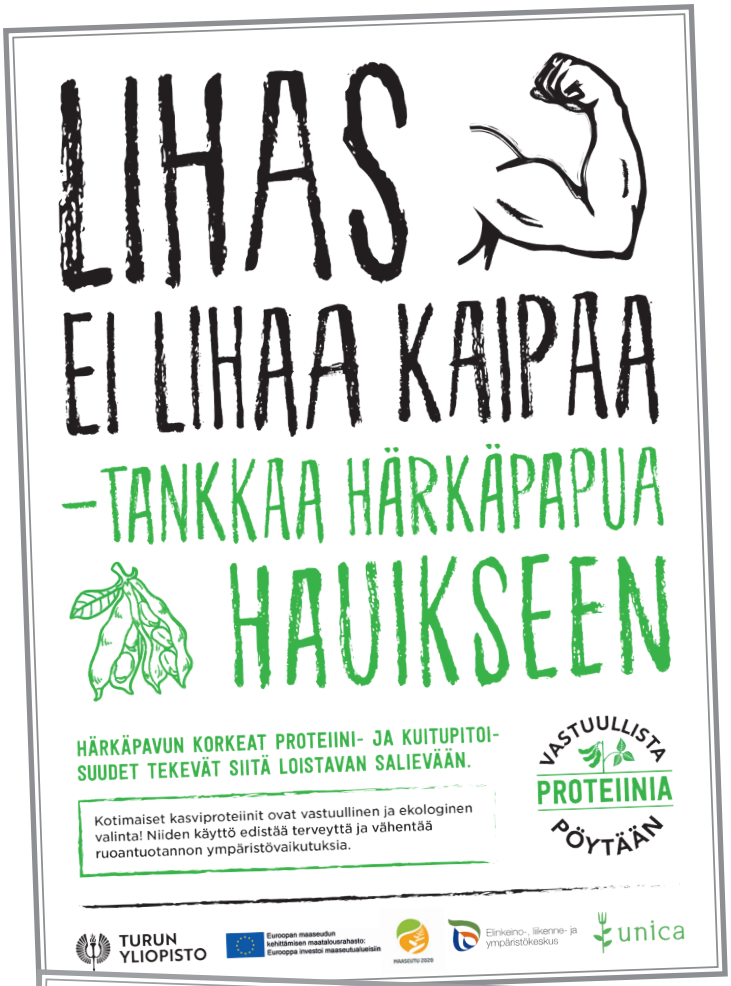
Kasviproteiiniin perustuva ruokavalio on vastuullinen vaihtoehto ilmaston ja terveyden kannalta. Sen vastuullisuutta voi lisätä toimivan ruokaketjun avulla, jossa lähellä tuotettu raaka-aine hyödynnetään oman alueen ammattikeittiöissä ja kuluttajien ruokapöydissä. Vastuullista proteiinia pöytään -hankkeen projektipäällikkö Sanna Vähämikon mukaan kasviproteiinien tuotanto on kovassa nousussa Varsinais-Suomen alueella ja ammattikeittiöt sekä vähittäiskaupat ovat aiheesta hyvin kiinnostuneita.

– Oli hienoa päästä järjestämään teemaviikko Unican pisteillä. Teemaviikkojen ja tietoa lisäävien tempausten järjestäminen on yksi konkreettinen toimi jolla ruokaketjun ilmastokuormitusta voidaan vähentää, pohtii Vähämiko.

Hankkeen kehittämistoimia ruokaketjussa tehdään lisäksi Pohjois-Karjalassa ja kansainvälistä yhteistyötä Itämeren yli. Hanke järjesti marraskuussa myös paikallisten tuottajien ja kauppiaiden tapaamisia, sekä julkaisi Kasviproteiini – Vastuullisesti hyvää terveydelle ja ympäristölle -infolehden.

Teksti ja kuva
Ellinoora Havaste

Kasviproteiini – Vastuullisesti hyvää terveydelle ja ympäristölle -infolehti (linkki: **www.utu.fi/fi/yksikot/braheadevelopment/palvelut/maaseutuhankkeet/Documents/Kasviproteiini.pdf**)



Kampanjaa käytiin kampuksella myös julistein, jotka nostivat hauskasti esiin kotimaisia kasviproteiinilähteitä.

Marknadsföringshandbok för små matföretag

Landsomfattande koordineringsprojekt inom närmat har utgett en markandsföringshandbok för företagare. Syftet med handboken är att ge information och praktiska tips till små matföretag för marknadsföring.

– Utredningen som utfördes i samband med närmatstävligarna visade, att företagare skulle kunna få mer synlighet genom att delta mera aktiv i tävlingarna. Vi bestämde oss för att skapa denna handbok, eftersom det har varit många som har frågat efter tips för marknadsföring. Att sammanställa materialet för både företagare och andra aktörer hör till en av våra kärnuppgifter, konstaterar Heidi Valtari från Brahea Centrum vid Åbo universitet.

Praktiska tips med lite pengar

I små företag är det oftast företagaren själv som tar hand om marknadsföringen. Effektiv marknadsföring behöver inte alltid vara någonting dyrt och väldigt imponerande, utan man kan nå sina kundgrupper på olika sätt på nätet – även med lite pengar. Marknadsföringen grundar sig på växelverkan, som är ett tema, som tas upp i samband med innehålls- och eftermarknadsföringen. Handboken hjälper till att skriva pressmeddelande, företagets eller produktens berättelse och marknadsföringsplan. Genom att bekanta sig med handboken lär man sig om moderna marknadsföringsmetoder, men de traditionella metoderna har inte glömts heller.

Bilder spelar en stor roll

Marknadsföring är inte en fristående del av företagets verksamhet, utan en del av helheten. Hur man i företag klär sig och hur dokumenten ser ut - de är exempel på detaljer som skapar företagsbilden.

– Man kan säga, att företagets hela verksamhet är en del av marknadsföring, synlighet och säljfrämjande åtgärder. Det lönar sig att ta en stund och fundera på det hela. Företag kan få mer synlighet och nya kunder även med många små åtgärder. Vi hoppas, att våra tips hjälper företag vidare, säger projektledaren Päivi Töyli från Brahea Centrum.

Tips till ett litet matföretag för marknadsföring och större synlighet -handboken finns på Äkta smak -sidan:
www.äktasmak.fi

Teksti: Johanna Monnonen

Osta tilalta! -päivä houkutteli jälleen uusia asiakkaita tiloille ja lähiruoan pariin

15. syyskuuta vietettiin kolmatta valtakunnallista Osta tilalta! -päivää. Päivään osallistui 237 tilaa ympäri Suomea. Tuottajille lähetettyyn palautekyselyyn tuli vastaus 112 päivään osallistuneelta tilalta ja heillä tapahtumapäivän kävijämäärä nousi yhteensä 12 700 henkilöön.

Tuottajista kolme neljästä kertoi odotuksensa kävijämäärän ja ostojen suhteen täyttyneen hyvin tai erittäin hyvin. Yksi osallistuneista tiloista oli Nurmijärvellä sijaitseva Krannin tila ja kauramylly. Luomutuotantoon siirtynyt 460-vuotias viljatila onnistui houkuttelemaan Osta tilalta! -päivänä paikalle myös uusia asiakkaita.

– Ihmiset tuntevat Osta tilalta! -päivän ja selvästi heräsivät tutustumaan lähiruokaan paikan päälle, emäntä Anne Lukana kertoo.

Tila järjesti päivänä paitsi omien ja lähitilojen tuotteiden suoramyyntiä, myös opastettuja kierroksia tilan uudessa myllyssä.

– Kuluttajalle on tärkeää nähdä livenä miten ja missä tuote oikein syntyy. Päivä oli meille oikein myönteinen kokemus, Lukana kertoo.

Tuottajat varautuivat valtakunnalliseen tapahtumapäivään myös aktiivisella tiedottamisella – lähes kaikki ilmoittivat käyttäneensä Facebookia markkinoinnissa. Kolmasosa vastaajista kertoi ottaneensa yhteyttä itse tai yhdessä alueen muiden tuottajien kanssa paikallistiedotusvälineisiin. Moni näki Osta tilalta! -päivässä kasvuvaraa vielä suuremman osallistujamäärän tapahtumaan.

Syyskuussa järjestettiin myös Osta tilalta! -päivän #elämystilalla-kuvakilpailu, johon haettiin suoramyyntiin ja siihen liittyviin kokemuksiin sopivia kuvia. Kuvakilpailuun tuli 48 osallistujaa ympäri Suomea.

Seuraava valtakunnallinen Osta tilalta! -päivä järjestetään syyskuun puolivälissä lauantaina 14.9.2019. Ilmoittautuminen tuottajaksi avautuu keväällä 2019 osoitteessa: **ostatilalta.fi**

Teksti: Ellinoora Havaste

Anne Lukana esitteli Krannin tilan uutta kauramyllyä Osta tilalta -päivän kävijöille. Kuva: Ellinoora Havaste.

Leena Kuoppalan kuvakilpailu-kuvassa tulivat ikuistetuksi Muuramella sijaitsevan Syrjälän tilan lehmät.

Satakunnan ruokaketju tulevaisuuden voittajaksi

Satakunta on monipuolinen ruokamaakunta, jolla on vahvat perinteet niin ruoantuotannossa kuin ruokaketjujen kehittämisessä. Satakunnasta – Sikses parasta -hankkeen tavoitteena on ollut nostaa Satakunta ruokatuotannon ykkösmaakunnaksi Suomessa. Olemme tuottaneet ja jakaneet tietoa maakunnan elintarviketuotannosta sekä viestineet Satakunnan elintarvikkeiden puhtaudesta ja makujen aitoudesta. Tavoitteenamme on ollut saattaa yhteen eri alojen toimijoita, sillä heidän yhteisellä osaamisella Satakunnan ruokaketjun on mahdollista kasvaa tulevaisuuden voittajaksi.

Hankkeessa on nostettu esiin satakuntalaisia elintarvikkeita ja tuotteita sekä vahvaa elintarvikeosaamista sosiaalisen median kanavissa, uutiskirjeissä ja muussa tiedonvälityksessä. Lokakuussa 2017 julkistimme **Satakunnasta – Sikses parasta -esittelyvideot, www.youtube.com/watch?v=Dqfs7Lt6vW8**, korostamaan satakuntalaista ruoantuotantoa aina pellolta pöytään asti. Hankkeessa on järjestetty erilaisia tilaisuuksia ja tapahtumia, joiden tavoitteena on ollut Satakunnan monipuolisen elintarviketuotannon esiin nostaminen sekä alan toimijoiden verkostoitumisen vahvistaminen. Hankevuosien aikana olemme myös olleet mukana viestimässä Satakunnan elintarviketuotannosta ja -osaamisesta maakunnan monissa suurtapahtumissa. Viimeisen hankevuoden onnistuneita tapahtumia ovat olleet muun muassa ruokatoimittajille ja -bloggaajille järjestetty makuelämysmatka sekä koulujen lähiruokapäivä.

Ruokatoimittajat ja -bloggaajat tutustuivat ainutlaatuiseen ruokamaakuntaan

Elokuussa kutsuimme joukon ruokatoimittajia ja -bloggaajia Satakuntaan makuelämysmatkalle. Kahden päivän matkalla kutsuvieraat pääsivät tutustumaan ainutlaatuisiin satakuntalaisiin makuihin sekä maakunnan ruokamatkailukohteisiin. Tutuiksi tulivat muun muassa Yyterin dyynit, Noormarkun ruukit, Kuuselan tilan ankat ja porilaisten

Makumatkalla vierailtiin The Merry Monk gastropubissa Reposaaressa. Juho-Matti Karpale ja Antti Isomäki kävivät esittelemässä Ruosniemen panimon tuotteita. Kuva Essi Jokela.

Huittisten Lauttakylän koulun 5A-luokan Aino Lehtonen (vas.) ja Fanni Survonen kehuivat lähiruokapäivän lounaan olleen oikein hyvää ja lähiruokateeman näkyneen koulun ruokalassa. Kuva Senni Valiola.

pienpanimoiden oluet. Kutsuvieraiden makuaisteja ruokittiin myös muun muassa Reposaaressa sijaitsevan The Merry Monk gastropubin kuuluisalla fish & chips -annoksella sekä satakuntalaisella grilliherkulla eli tutummin porilaisella.

Satakunnasta – Sikses parasta -hankkeen tavoitteena on edistää paikallisten tuotteiden pääsyä eri markkinakanaviin ja toimittajille sekä bloggaajille suunnattu makuelämysmatka oli yksi keino edistää tätä tavoitetta. Makumatkan ehdotonta antia meille hanketoimijoille on ollut ruokatoimittajien ja -bloggaajien kirjoittamat jutut ja nostot Satakunnan ruokatuotannosta ja maakunnan makuelämyksistä. Makuelämysmatkan tavoitteet ovat todennäköisesti tavoitettu, kun kutsuvieraat hehkuttavat kirjoituksissaan Satakuntaa suomalaisen ruoan kehdoksi ja korostavat rikasta ruokakulttuuriamme ja kehuvat satakuntalaisten yrittäjien herkullisia tuoteinnovaatioita.

Lähiruokaa teemapäivänä koululaisille

Satakunnan kouluissa vietettiin lokakuussa lähiruokapäivää, jolloin koululounaaksi herkuteltiin satakuntalaisista raaka-aineista valmistettua ruokaa. Osalla paikkakunnista myös päiväkotilapset ja vanhukset pääsivät nauttimaan lounaaksi lähiruokaa. Lähiruokapäivän toteutuksessa olivat mukana kuntien ruokapalvelut sekä Satakunnasta – Sikses parasta -hanke.

Lähiruokapäivää kokoonnuttiin suunnittelemaan yhdessä kuntien ruokapalveluvastaavien kanssa jo hyvissä ajoin ennen varsinaista päivää. Tavoitteena on, että lähiruokateemaan sopivia päiviä vietettäisiin kouluissa jatkossa useammin ja kuntien ruokapalvelut hyödyntäisivät jatkossa yhä enemmän paikallisia raaka-aineita ja tuotteita. Koulujen lähiruokapäivään on mahdollista myös sisällyttää opetuksellisia tavoitteita ja me haastoimme myös opetushenkilöstön mukaan lähiruokapäivän toteutukseen. Lähiruokapäivässä voivat yhdistyä parhaimmillaan aito ja puhdas maku sekä oppimisen oivallukset. Sikses parasta -hanke on toteuttanut tietopelin, jota on mahdollista hyödyntää opetusmateriaalina. Peliä pääsee pelaamaan täältä **www.siksesparasta.fi/oppipeli/**

Satakunnasta – Sikses parasta -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.

Heidi Tattinen
Viestintäasiantuntija, Pyhäjärvi-instituutti

Kokemuksia ja palautetta ruokamatkailuhankkeista Pohjois-Pohjanmaalla

Pohjoinen ruoka ja matkailu sekä Uutta ruokaa Pohjolasta

Kolmen vuoden aikana kahdessa Oulun Maa- ja kotitalousnaisten, ProAgria Oulun kehittämishankkeessa on edistetty pohjoispohjalaisten pienten elintarvike- ja matkailuyritysten verkostoitumista, vertaisoppimista, yritysten kehittämistoimia, kuten yrittäjän osaamisen lisäämistä ja tuotteiden ja palveluiden tuotekehitysyhteistyötä.

Hankkeissa toimenpiteinä on järjestetty yrittäjien toivomista teemoista muun muassa infotilaisuuksia, pienryhmävalmennuksia, miniseminaareja, työpajoja, tuote-esittelyitä. Lisäksi alueiden yritysryhmät ovat esitelleet ja testauttaneet alueensa erityispiirteisiin ja luonnon raaka-aineisiin pohjaavia elämyksellisiä tuotteitaan ja palveluitaan yhteistyössä järjestetyissä ruokamatkailutapahtumissa.

Tehokkaimmaksi vertaisoppimisen keinoksi yrittäjät kokivat yritysvierailut ja benchmarkingmatkat kotimaassa ja ulkomailla. Matkoilta kotiintuomisina monet saivatkin kosolti uusia ideoita oman toiminnan kehittämiseen sekä uusia kumppanuuksia ja asiakkuuksia. Yhteistyö on lisääntynyt pohjoispohjalaisten elintarvike- ja matkailualan yrittäjien kesken sekä Pohjois-Ruotsin elintarvike- ja matkailuyrittäjien kanssa. Hankkeiden aikana on toteutettu mentorointia ainakin mehiläistarhauksessa ja ohjelmapalveluiden tuotekehityksessä. Hankkeiden järjestämissä kohtaamisissa on alkunsa saaneet myös monet henkilökohtaiset ystävyyssuhteet. Osa hankkeen aikana muodostuneista yrittäjien vertaisryhmistä haluaa jatkaa tapaamisia ja yhteistyötä vielä hankkeiden päätyttyäkin.

Monet elintarviketuotteet ovat saaneet uusia jälleenmyyntipaikkoja vähittäis- ja tukkukauppoihin, ravintoloihin sekä matkailuyrityksiin. Pohjoiset arktiset maut – Northern Arctic Flavours -menuyhteistyössä alueen tuottajien raaka-aineet ovat päätyneet oululaisten ravintoloiden ruokaosaamisen kautta paikallisille ja matkailijoille makuelämyksiksi. Tätä menuyhteistyötä ravintolat haluavat jatkaa tulevaisuudessa jollakin tavalla, sillä pohjoisissa raaka-aineissamme ja osaamisen jalostamisessa on paljon mahdollisuuksia.

Kuva Arja Keränen

Ruokamatkailun tuotteistamisessa voidaan tehdä laajalla toimialarintamalla yhteistyötä, kun tavoitteena ovat elämykselliset ja ainutlaatuiset ruokamatkailutuotteet - ruoka ja majoitus ovat pieni osa laajempaa palvelukokonaisuutta. Naapurimaissa tässä yhteistyössä oltiin pidemmällä kuin meillä. Siellä kannattaa käydä tutustumassa heidän yhteistyö- ja toimintatapoihinsa.

Vaikka yhteistä pohjoispohjalaista ruokamatkailutoimijoiden verkostoa ei saatu hankkeiden aikana perustettua, erityisesti pienten yritysten yhteistyö on alalla tiivistynyt ja monien yritysten toimintojen kehittäminen ruokamatkailun eri teemojen parissa jatkuu. Ruoka ja siihen liittyvät elämykset koetaan entistä tärkeämpänä osana matkailukokemusta!

Hankkeiden nettisivut:
Pohjoinen ruoka ja matkailu -hanke 2.11.2015 - 31.10.2018
www.proagriaoulu.fi/fi/pohjoinen-ruoka-matkailu/
Uutta ruokaa Pohjolasta -hanke 1.8.2015 - 30.5.2018
www.proagriaoulu.fi/fi/uutta-ruokaa-pohjolasta/
Tiedottaminen ja kuva-albumit Oulun Maa- ja kotitalousnaisten Facebook-sivut: **www.facebook.com/oulunmaa-jakotitalousnaiset**

Lisätietoja
Arja Keränen, arja.keranen@maajakotitalousnaiset.fi
Soila Hiltunen, soila.hiltunen@maajakotitalousnaiset.fi

Kasvua elintarvikealalle yhdessä tekemällä

Elintarvikealalta odotetaan tulevaisuudessa yhä enemmän. Valtioneuvoston Ruoka2030-selonteon tavoitteissa esitetään muun muassa ruoan arvostuksen lisääminen, Suomen maabrändin vahvistaminen ja kotimaisiin resursseihin perustuvan ruokajärjestelmän osaamisen, kannattavuuden, tuottavuuden, kestävyyden ja kilpailukyvyn parantaminen. Ruokapoliittista selontekoa toimeenpannaan useiden eri hankkeiden, selvitysten ja lakimuutosten avulla alueelliset erityispiirteet huomioiden.

Oulussa marraskuussa 2018 järjestetyssä ”Kasvua elintarvikealalle yhdessä tekemällä” -ajankohtais- ja verkostoitumisseminaarissa kuultiin asiantuntija-alustuksia ruokaketjun poliittisesta toimintaympäristöstä, tutkimuksen roolista elintarvikeketjun tukena sekä elintarvikeviennin vahvistamisesta yhteistyön kautta. Lisäksi kuultiin paikallisten elintarvikealan yritysten kasvu- ja vientitarinoita sekä kaupan alan edustajien puheenvuoroja teemasta ”Miten pieni toimija saa tuotteitaan kauppojen hyllyille?”. Oulun ammattikorkeakoulun ja Luonnonvarakeskuksen (Luke) toteuttaman Elintarvikealan yritysten tarpeet Pohjois-Pohjanmaalla (ELYKE) -hankkeen järjestämään tilaisuuteen osallistui yhteensä 34 elintarvikealan yritysedustajaa ja kehittäjää.

Alustajien puheenvuorot herättivät vilkasta keskustelua muun muassa viennistä ja lähiruokamarkkinoista. Vienti koetaan haastavaksi, sillä pienillä tuotantomäärillä on vaikea pärjätä globaalissa hintakilpailussa. Toisaalta todettiin, että laatutuotteille löytyy kansainvälisiä markkinoita, kunhan tuotteen tarina on kunnossa. Kansainväliset trendit ovat suomalaisten tuotteiden kannalta suotuisia, sillä maailmalla arvostetaan muun muassa tuoteturvallisuutta, terveyttä ja arktisuutta. Myös pienten yritysten yhteistyö voi vauhdittaa vientiä. Vienti nähdään tärkeänä strategisena kehittämiskohteena yritysten kasvun kannalta ja se tuo mukanaan monenlaista suoraa ja epäsuoraa etua, kuten tuottavuuden kasvua, myynnin ja markkinoinnin osaamistason nousua sekä työpaikkoja.

Viennin ohella ruokapolitiikan agendalla on myös kotimaisen ja erityisesti pienimuotoisen jalostustoiminnan helpottaminen. Lähiruoan kysyntä jatkaa kasvuaan ja lähiruokaa tarjotaan monenlaisissa eri jakelukanavissa. Kaupan alan edustajien mukaan valtakunnallisiin valikoimiin kuuluvia tuotteita on mahdollista korvata tai täydentää lähialueiden tuotteilla - halua ja valmiuksia ottaa niitä myymälöihin löytyy. Kaupankäynnin edellytyksenä on kuitenkin tietyt yhteneväiset toimintamallit sekä tasalaatuisuuteen ja sovittuun toimitusvarmuuteen liittyvät vaatimukset, jotka tulee huomioida.

Lisätietoja: **www.oamk.fi/elyke**

Kirjoittajat
Kirsi Korhonen, kirsi.korhonen@luke.fi
Marja-Liisa Järvelä, marja-liisa.jarvela@oamk.fi
Anna-Liisa Välimaa, anna-liisa.valimaa@luke.fi
Toivo Muilu, toivo.muilu@oamk.fi
Päivi Vitikka, paivi.vitikka@oamk.fi

Ruoka-alalla ajankohtaista -miniseminaari 17.12.2018

Ajankohtaisseminaarissa esitellään uutta tietoa maatilojen kehitysnäkymistä ja Suomi syö -tutkimuksesta. Kummassakin esityksessä keskitytään erityisesti lähi- ja luomuruoan näkökulmaan. Toisena kokonaisuutena kuullaan maa- ja metsätalousministeriön toimeksiannosta toteutettujen luomu- ja lähiruokaohjelmien arvioinnin tuloksista, joiden pohjalta ko. ohjelmia päivitetään ja toteutetaan jatkossa. Yrittäjäpuheenvuoron pitää Simo Larmo Birkkalan tilalta.

Miniseminaari on suunnattu ruokasektorin toimijoille, yrittäjille, kouluttajille, hankkeiden vetäjille, kehittäjille, rahoittajille sekä muille alasta kiinnostuneille. Tilaisuus lähetetään reaaliaikaisesti myös verkossa ja puheenvuorot nauhoitetaan jälkikäteen katsottaviksi ja käytettäviksi.

Miniseminaari klo 12 – 14, puheenjohtajana Kirsi Viljanen, maa- ja metsätalousministeriö

Tilaisuuden avaus
Päivi Töyli, Ruokasektorin koordinaatiohanke, Turun yliopiston Brahea-keskus

Maatilojen kehitysnäkymät
Anne Kallinen, TNS Kantar

Suomi syö -tutkimuksen tuloksia
Merja Lintunen, Taloustutkimus

Lähiruoka- ja luomuohjelmien arvioinnin tulokset
Tommi Ålander, TK-Eval

Birkkalan speltin kasvutarina - Lisäpotkua hankkeella?
Simo Larmo, Birkkalan tila

Aika	17.12.2018 klo 12.00-14.00 (kahvitarjoilu klo 11.30 lähtien)
Paikka	Opastinsilta 12, Helsinki, pieni auditorio
Ilmoittautuminen	Ilmoittaudu 7.12.2018 mennessä **http://ty.fi/ruokaminiseminaari17122018** Kaikille ilmoittautuneille lähetetään lisätietoja ennen tilaisuutta. Muistathan ilmoittautua myös verkkolähetykseen.

Tervetuloa!

Tilaisuuden järjestävät: Valtakunnallinen Ruokasektorin koordinaatiohanke sekä maa- ja metsätalousministeriö.

Lisätietoja:	Projektipäällikkö Päivi Töyli paivi.toyli@utu.fi Turun yliopiston Brahea-keskus	Kehittämispäällikkö Heidi Valtari heidi.valtari@utu.fi Turun yliopiston Brahea-keskus

Ulkona syöminen on osa arkipäivää

Ulkona syöminen on arkipäiväistynyt. Onnistunut ulkona syömisen kokemus ei koostu pelkästä ruoasta, sillä yksilöllisten asiakastarpeiden huomiointi korostuu myös arkisessa ruokailussa. Tulevaisuuden asiakas ei ole niinkään suunnitelmallinen, vaan tekee spontaaneja valintoja monimuotoisesta ja runsaasta tarjonnasta.

Kespron toteuttamasta Ravintolailmiöt 2018 -tutkimuksesta kävi ilmi, että kuluttajien yleisen ruokakäyttäytymisen muutosvoimat näkyvät myös ravintolaruokailussa. Ravintola-alan perinteisten raja-aitojen kaatuessa Kespro halusi laajentaa Ravintolaruokailu ja ulkona syömisen tulevaisuus -tutkimuksessa perspektiiviä koko ulkona syömisen kenttään fine diningista katuruokaan.

Tutkimuksessa havaittiin, että ulkona syömisen kulttuurissa voidaan nähdä suuria muutoksia aiempaan verrattuna, sillä se ei ole enää yhtä aika- ja paikkasidottua. Asiakkaat vaativat ruualta eri tilanteissa eri asioita. Usein ruoan halutaan olevan nopeaa, mutta silti laadukasta. Toisaalta ulkona syömisen elämyksistä halutaan nauttia ajan kanssa.

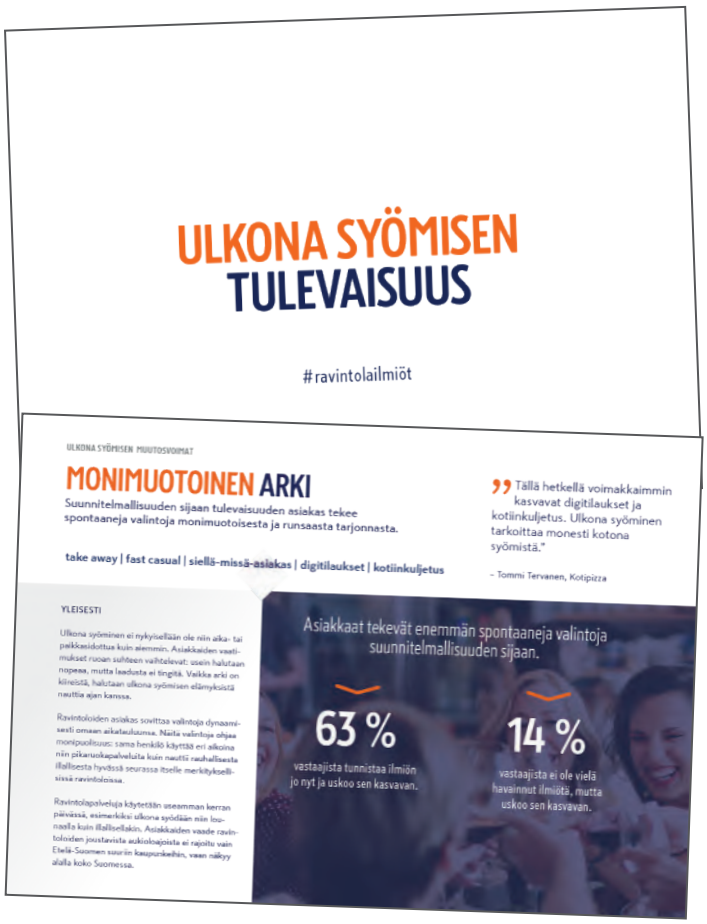
Ravintolan valinnassa asiakas sovittaa valintoja omaan aikatauluunsa. Sama henkilö voi käydä sekä pikaruokaravintolassa että rauhallisella illallisella eri tilanteissa. Ravintoloissa syödään useamman kerran päivässä, ja ulkona syömisen kertojen määrän odotetaan lisääntyvän. Tämä asettaa ravintoloille paineita joustavista aukioloista koko Suomen tasolla. Monimuotoistumisesta voi seurata haasteita ravintolan prosesseille. Jos ravintolan perustoiminta ei vastaa sitä, mihin sen odotetaan venyvän, on asiakkaiden muuttuviin tarpeisiin haasteellista vastata.

Ravintoloihin tehdään nykyään harvemmin pöytävarauksia. Asiakkaat vaativat joustavaa palvelua, mikä tekee ravintoloiden prosessien hallinnasta ja asiakaspalvelusta vaativampaa. Kehitteillä on henkilökunnan rutiineja helpottavia älykkäitä ratkaisuja ja automaatiota, joita voidaan hyödyntää esimerkiksi tavaran tilaamisessa.

Arjen dynaamisuus tulee jo nykyään esiin ruoan kuljetuspalveluiden kasvuna. Myös asiakkaiden kiinnostusta laadukasta take away -ruokaa kohtaan voidaan jo pitää vakiintuneena ilmiönä.

Lue lisää Kespron Ravintolaruokailu ja ulkona syömisen tulevaisuus -tutkimuksesta: **www.kespro.com/ideat-ja-inspiraatiot/artikkelit/ravintolaruokailun-ja-ulkona-syomisen-tulevaisuus**

Teksti: Johanna Monnonen



Joustava elintarvikelainsäädäntö

Elintarvikelainsäädännössä on vaatimuksia elintarvikkeiden valmistuksen hygienialle sekä tuotantoon käytettäville tiloille, laitteille ja välineille. Joustavuudella tarkoitetaan mahdollisuutta soveltaa näitä vaatimuksia joko kevennettynä tai siten, että joitakin vaatimuksia ei lainkaan sovelleta.

Joustavuutta on mahdollista käyttää, jos yrityksen toiminta on vähäriskistä, tuotanto on pientä, yritys valmistaa perinteisiä elintarvikkeita tai sijaitsee syrjäisellä paikalla. Elintarvikkeiden on oltava turvallisia eikä kuluttajaa saa johtaa harhaan, vaikka helpotuksia käytetään.

Joustavuus yrittäjän näkökulmasta

- Koskee etenkin pienimuotoista toimintaa ja perinteistä valmistusta
- Kun riskit tunnetaan ja elintarvikkeet ovat turvallisia, voidaan vaatimuksia keventää
- Eviran ohjeissa on esimerkkejä, joissa vaatimukset ovat vähäisemmät

Yrittäjällä on aktiivinen rooli

- Yrittäjä suunnittelee itse toimintatapansa
- Yrittäjä esittää valvojalle suunnitelmansa
- Valvoja arvioi, pystyykö yrittäjä esittämällään tavalla tuottamaan turvallisia elintarvikkeita
- Valvoja voi tämän jälkeen sallia uuden toimintatavan käyttöönoton

Elintarvikelainsäädännön joustavuuden mahdollisuudet -hanke

Evira selvitti elintarvikelainsäädännön joustavuuden mahdollisuuksia yhteistyössä Helsingin yliopiston kanssa. Maa- ja metsätalousministeriö rahoitti hanketta.

Hankkeessa kerättiin tietoa käytössä olevista joustoista ja selvitettiin mahdollisuuksia käyttää joustavuutta nykyistä

Kalakukkoja valmistavissa laitoksissa voidaan vaatimuksia keventää.

enemmän. Helsingin yliopisto selvitti, minkälaisia joustoja pienteurastamoiden omavalvontaan voisi soveltaa.

Joustavuuden käyttöä voitaisiin Suomessa laajentaa ja yhdenmukaistaa. Erityisesti syrjäisillä alueilla sijaitsevien yritysten ja perinteisiä elintarvikkeita valmistavien yritysten mahdollisuudet helpotuksiin tulisi selvittää. Yritysten toimintaedellytyksiä voidaan mahdollisesti parantaa, kun joustavuutta käytetään laajemmin.

Hankkeessa esille tulleet esimerkit joustavuudesta käytetään hyödyksi Eviran ohjeissa. Ohjeistusta tarvitaan, jotta valvonta olisi yhdenmukaista.

Tietoa joustavuudesta:
www.evira.fi/elintarvikkeet/valmistus-ja-myynti/lainsaadanto/elintarvikelainsaadannon-joustavuus/

Lisätietoja hankkeesta
Auli Vaarala, auli.vaarala@evira.fi

Lisätietoja joustavuudesta
Carmela Hellsten, carmela.hellsten@evira.fi

Kotitarveviljelyssä yhdistyvät huvi ja hyöty

Kotitarvetuotanto eli pienimuotoinen kasvien viljely ja eläinten kasvatus on monelle mielekäs harrastus. Viljelyharrastajia motivoi erityisesti tieto ruuan alkuperästä, mausta, laadusta ja puhtaudesta.

Kotitarveviljely kuuluu monen suomalaisen harrastuksiin. Seinäjoen yliopistokeskuksen toteuttamassa nettikyselyssä kävi ilmi, että kotitarveviljelyn harrastajia motivoi tieto ruuan alkuperästä, mausta, laadusta ja puhtaudesta. Myös luonnonmukaisuutta ja oman terveyden edistämistä pidettiin tulojen hankkimista tai ruokakulujen vähentämistä tärkeämpinä motivaatiotekijöinä. Kotitarvetuotanto nähdään mielekkäänä harrastuksena, jonka parissa näkee oman työnsä tuloksia, virkistyy ja mieliala kohenee. Samalla harrastaja oppii uutta ja pääsee seuraamaan kasvien ja eläinten kasvua.

Yrttien ja marjojen kasvatus kiinnostaa

Kyselyyn osallistui 623 vastaajaa ympäri Suomen. Heistä lähes kaikki (99 %) kertoivat kasvattavansa jotakin kasvikuntaan kuuluvaa. Suosituimpia kasveja olivat yrtit, marjat ja palkokasvit. Hieman yli kolmannella (36 %) vastanneista oli tuotantoeläimiä, pääasiassa kanoja. Kanien kasvatusta pidetään nousevana trendinä. Niitä pidetään sekä lihan että villan takia.

Kyselyyn vastanneista enemmistö (86 %) oli naisia. Iältään vastaajat olivat enimmäkseen työikäisiä, mutta ikähaitari ulottui teini-ikäisistä aina eläkeläisiin asti. Eläinten kasvatus keskittyy odotetusti keskusta- ja kerrostaloalueiden sijasta haja-asutusalueille ja kyliin.

Kotitarveviljely ja hyötyeläimet Suomessa ja kotitarvetuotantoon motivoivat tekijät. Linkki julkaisuun **http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-326-634-6.**

Teksti
Johanna Monnonen

Täsmävinkkejä vaikuttavaan pitchaukseen

Hyvät pitchaus- eli myyntipuheet ovat rahoitusta, kumppaneita ja myyntiä hakeville yrityksille kultaakin kalliimpia. Keskeisin oppi on siirtää fokus oman tuotteen ominaisuuksista asiakkaan ja sijoittajan saamiin hyötyihin. Yksi ja sama hissipuhe ei riitä. Puhe täytyy aina muokata kohderyhmän mukaan. Myös hyvän pitchin loppuun sijoitettavan ”call for action”:in tulee muuttua kohderyhmän vaihtuessa.

Muutama vinkki vaikuttavaan kahden minuutin pitchiin:

- Kohdista pitch yleisöllesi; potentiaalinen asiakas, sijoittaja ja yhteistyökumppani on kiinnostunut eri asioista.
- Aloita kuvaamalla suuri kysyntä tai tarve, johon ei ole vielä vastattu, ja miten tuotteesi tai palvelusi tarjoaa siihen ratkaisun.
- Muunna tuotteesi ominaisuudet hyödyiksi – älä keskity teknologisiin ominaisuuksiin. Sen aika tulee myöhemmin.
- Kuulijan tulee ymmärtää helposti mikä ratkaisusi on, vaikkei tietäisi alasta mitään. Testauta pitchisi.
- Kuvaile lyhyesti tiimisi – erityisesti jos pitchaat sijoittajille.
- Kerro merkittävimmät referenssit ja millaisia tuloksia niissä saavutettiin.
- Kerro lopuksi mitä tai ketä etsit; jälleenmyyjää, kumppania, rahoitusta vai asiakkaita. Usein pitchaajat unohtavat pyytää haluamaansa.
- Hyvä tarina ja henkilökohtaisuus tekevät vaikutuksen. Jos teet työtäsi intohimolla, anna sen näkyä.

Lähde: Ajankohtaista kansainväliselle yritykselle -uutiskirje 10/2018, jonka tuottaa eri toimijoiden kanssa yhteistyössä Turku Science Park Oy Ltd.

Suomalainen ruoka- ja ravitsemusosaaminen kiinnostaa Arabiemiraateissa

Tutustumassa suomalaiseen Sydänmerkkiin ja kansanterveyden edistämiseen ravitsemuksen keinoin.

Toukokuussa Suomessa vieraili delegaatio Dubai Municipalityn ruokaturvallisuusosaston viranomaisia viikon ajan. Jyväskylän ammattikorkeakoulun järjestämään ohjelmaan sisältyi vierailuja pääkaupunkiseudulla teemoilla ravitsemus, lasten ruokakasvatus, kestävä ruokajärjestelmä, kouluruokailu ja ruokaturvallisuus.

Viikko oli erittäin onnistunut ja se sisälsi mielenkiintoiset vierailut mm. Opetushallitukseen, Eviraan, Sydänliittoon, Suomen Ympäristökeskukseen, Helsingin yliopistoon, Food from Finlandiin sekä Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliittoon. Delegaatio tapasi lisäksi Funzin sekä Jamixin johtoa. Joka paikassa delegaatio otettiin lämpimästi vastaan ja tapaamisissa virisi mielenkiintoista keskustelua. Erityisesti suomalaiset innovaatiot ruokaturvallisuudesta ja ravitsemuksesta tekivät vaikutuksen vierailijoihin.

Ruokailut pyrittiin järjestämään siten, että delegaatio sai tutustua aitoihin suomalaisiin raaka-aineisiin, perinteisiin ja innovaatioihin. Ryhmä pääsi vierailemaan myös Helsingin Suomalaisessa Yhteiskoulussa ja nauttimaan aidon suomalaisen koululounaan autenttisessa ympäristössä. Suomalainen ruoka ja siihen liittyvä puhtaus ja jäljitettävyys sai kiitosta vierailta. Erityisen vaikutuksen tekivät suomalaiset pannumuikut, joita delegaation jäsenet kävivät ostamassa Kauppatorilta lähes päivittäin.

Suomalaisella osaamisella tällä saralla on kysyntää maailmalla ja yhteistyö Arabiemiraattien kanssa jatkuu. Yksi delegaation jäsen totesikin vierailun lopuksi, että luuli tietävänsä kaiken ruokaturvallisuudesta, ennen kuin saapui Suomeen.

Lisätietoja

Karoliina Väisänen, karoliina.vaisanen@jamk.fi
Ani Lietonen, ani.lietonen@jamk.fi

Valtaosa toimijoista käyttää julkisten elintarvikehankintojen kilpailutuksessa ravitsemukseen liittyviä vastuullisuuskriteereitä, kertoo Motivan tuore kyselytutkimus. Myös eläinten hyvinvointikriteerejä osataan painottaa hankinnoissa. Tämä vaikuttaa esimerkiksi kyselyn perusteella todettuun broilerin kotimaisuusasteen nousuun.

Kyselyssä kartoitettiin ympäristöön, eläinten hyvinvointiin, ravitsemukseen sekä elintarviketurvallisuuteen liittyvien vastuullisuuskriteerien käyttöä julkisten keittiöiden hankinnoissa. Lisäksi selvitettiin ravitsemussuositusten toteuttamista kuntien tai ruokapalveluiden hankintapäätöksissä. Mukana oli myös kysymyksiä lähi- ja luomuruoan osuuksista ruokapalveluissa ja kuntien strategioissa sekä kysymyksiä ruokahävikin seurannasta

Vastuullisuuskriteereistä yleisimmin käytettiin ravitsemuslaadun kriteereitä. Muista vastuullisuuden ulottuvuuksista eläinten hyvinvointiin liittyvät kriteerit nousivat selvästi sosiaalisen vastuullisuuden ja ympäristökriteerien käytön edelle. Kyselyn perusteella markkinavuoropuhelu elintarvikkeiden vastuullisuudesta ei ole vielä kovin yleistä.

– Kunnat ovat heräämässä, mutta parempaan on pystyttävä. Periaatepäätös vastuullisista ruokahankinnoista on osoittautunut toimivaksi työkaluksi, mutta yhä useamman kunnan tulisi ottaa vastuullisuuskriteerit käyttöön, toteaa maa- ja metsätalousministeri Jari Leppä. Tämän edistämiseksi olemmekin päättäneet palkata ministeriöön henkilön, joka voi täysin keskittyä vastuullisten hankintojen edistämiseen.

Maa- ja metsätalousministeriöön sijoittuva erityisasiantuntija osallistuu ruokapoliittisen selonteon toimeenpanoon, ja hänen tehtävänään on suunnitella ja toteuttaa valtakunnallinen kiertue kestävistä elintarvikehankinnoista. Kiertueen tavoitteena on vaikuttaa kuntien elintarvike- ja ruokapalveluhankintoihin ja edistää kestävyyskriteerien käyttöönottoa.

Vastuullisuuskriteerien käyttö vaikuttaa kotimaisuusasteen nousuun

Broilerin kotimaisuusaste on noussut edelliseen kyselyyn verrattuna. Kotimaisuusaste meillä keskeisten sian- ja naudanlihan sekä maidon, perunan ja kananmunan osalta on pysynyt korkealla. Erityistä huomiota tulisi kyselyn tulosten perusteella kiinnittää kalan ja vihannesten kotimaisuusasteeseen.

Kasvisruoan tarjoaminen ruokalistoilla on kaksinkertaistunut edelliseen kyselyyn verrattaessa. Myös punaisen lihan käyttö on vähentynyt merkittävästi. Hävikin seuraaminen julkisissa ruokapalveluissa on selvästi yleistynyt.

Lisätietoja

Elina Ovaskainen, elina.ovaskainen@motiva.fi
Petri Koskela, petri.koskela@mmm.fi

Lukijakysely

Aitoja makuja -lehti on ilmestynyt verkkolehtenä vuonna 2018. Nyt haluamme kuulla palautettasi.

Vastaa lukijakyselyyn **http://ty.fi/aitojamakujalehti2018.**

Haluatko tiedon lehden ilmestymisestä sähköpostiisi? Jätä yhteystietosi **http://ty.fi/aitojamakujalehti**

Tapahtumat

2018

3.12.2018	Ruoka-ala kasvuun – tehoa kehittämistoimintaan yhteistyön kautta, Keski-Pohjanmaa
4.12.2018	Ruoka-ala kasvuun – tehoa kehittämistoimintaan yhteistyön kautta, Etelä-Pohjanmaa
10.12.2018	Kouluruokaseminaari, Espoo
11.12.2018	Aitoja makuja ja aitoa yhteistyötä -seminaari ja Minimaaseutugaala, Keuruu
17.12.2018	Ruoka-alalla ajankohtaista -miniseminaari, Helsinki

2019

10.1.2019	Kainuun Elintarvikepäivä, Kajaani
17.1.2019	H4F Kick off Matkamessuilla, Helsinki
24.1. - 10.10.2019	Elintarvikeviennin Osaaja -koulutus
31.1. - 1.2.2019	Ruokayrittäjän Talvipäivät, Naantali
4.2.2019	Lapin elintarvikepäivä ja Ruoka-ala kasvuun
5.2.2019	Keski-Suomen Hankintatreffit, Äänekoski
13. - 14.3.2019	Luomufoorumi, Tampere
26. - 27.3.2019	Food Business Summit, Seinäjoki
4. - 7.4.2019	Lähiruoka & luomu-messut, Helsinki
4.4.2019	Elintarvikealan vientivalmennuspäivä
5. - 6.4.2019	Lautasella -messut, Helsinki
14.9.2019	Osta tilalta! -päivä

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