

Ruoka-Suomi –tiedote

Ruoka-Suomi –tiedote kertoo elintarvikealan kehittämistyöstä. Tiedote ilmestyy vuonna 2003 neljä kertaa. Tiedotteen kunkin numeron painosmäärä on 1700 kpl. Jakelulistalla on noin 1200 elintarvikealan toimijaa. Levitä tiedotetta kaikille, joita elintarvikealan kehittäminen kiinnostaa.

Toimitus

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

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

Turun yliopisto
Täydennyskoulutuskeskus
Lemminkäisenkatu 14-18 B
20520 Turku
fax (02) 333 6331

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

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

Sisällys

Paikallisuus osana liikeideaa	1
Maaseudun elintarvikeyrittäjä: panosta paikallisuuteen!	2
Maa- ja metsätalousministeriö tukee elintarvike- ja luomutuotkimusta lähes 2 miljoonalla eurolla vuonna 2003	4
Lähiruuan suosiminen tukee Ruoka-aika-kampanjan poliittista vaikuttamistyötä	7
Maakuntarajat ylittävää elintarvikealan kehittämissyhteistyötä	8
Ensimmäiset Portaat luomuun -diplomit käytössä	10
- Valmennukset jatkuvat	
Lähiruokapiirit tutuksi -hanke 2002 - 2003	11
Menestyvä yrittäjä huolehtii itsestään	12
Tarinat yrittäjyydestä rakentavat yrittäjyyttä	14
Kasvisten kulutuksen lisäämismahdollisuuksia ja keinoja	15
Elintarvikkeiden alkutoimiala	16
Innovaatiotyöryhmä hanketoiminnan tueksi	17
Logistiikkahankkeiden yhteisseminaari	17
Elintarvikealan ammattitutkintojen markkinointi	18
Oma maa mansikka -paikallisuus osana liikeideaa 9.4.2003	19
Oppaita yritysten tukiorganisaatioille	20
Maaseutu turuille, toreille ja kappahalleihin	20
Pien- ja perheyrittäjyys maaseutua elävöittämään	21
Elinvoiman eväät -hanke	22
Elintarvikeyritykset	23



Lähiruokaa ja ripaus kansainvälisyyttä

“Kyröläinen Parempi Pöytä” -kansikuva on 9.4. järjestetyn seminaarin ruokalista. Se on esimerkki paikallisuuden hyödyntämisestä Hämeenkyrön Maisemamatkailu -hankeessa.

Paikallisuus osana liikeideaa

Paikallisuuden resurssi yritysten palveluiden ja muiden tuotteiden "rakennusaineena" - on erittäin tärkeä. Usein kulttuuri voidaan kokea terminä jotenkin kaukaiseksi ja voidaan mieltää vain myös ns. "korkeakulttuuriksi". On kuitenkin muistettava, että suomalainen kulttuuri ja paikalliset arvot ympäröivät meitä joka päivä, ovat osa meitä. Kulttuurimme näkyy ruuassa, tavoissa, vaatetuksessa, sisustuksessa, rakentamisessa, elämäkääri- ja vuotuisjuhlissa, vapaa-ajanvietossa, erilaisissa tapahtumissa, taiteessa ja kulttuuriympäristössä. Suomalainen kulttuuri rakentuu myös eri tasoisista - maakunnallisesta, alueellisesta ja paikallisesta - kulttuurista - samoin yksilötasolla jokaisen suvun perinteistä.

Kulttuuri on tärkeä voimavara ja myös väline, jonka avulla niin maaseudulle kuin kaupunkiin voi syntyä uutta työtä ja työpaikkoja ja jonka kautta alueitten vetovoimaisuus pitkälti määritellään. Kulttuurin vaikutukset heijastuvat asukkaiden hyvinvointiin, elämän laatuun ja alueelliseen yhteenkuuluvuuteen.

Kulttuuri on paitsi alueellisen markkinoinnin väline, myös alueellisen taloudellisen kehityksen yksi merkittävä mahdollisuus. Kulttuurin välittömien taloudellisten seurausten ohella kulttuurin välilliset vaikutukset heijastuvat talouselämään, kytkeytyen erityisesti

kulttuurin imagoa muovaaviin tekijöihin. Myönteinen alueellinen imago houkuttelee matkailijoita, uusia asukkaita sekä luo pohjaa yritystoiminnan kehittämiseksi.

YTR:n kulttuuriteemaryhmän mukaan monet maaseudulla toimivien yritysten johtajat ovat todenneet, että kulttuurinen elinvoimaisuus on vaikuttava etu yritystoiminnassa. On todettu, että yritykset tekevät sijoituspäätöksiä osittain alueellisen imagon ja ns. yhdyskuntien pehmeiden arvojen perusteella. Pehmeät yhdyskuntatekijät liittyvät kulttuuriin sekä laajemmin alueen vapaa-ajanviettomahdollisuuksiin ja koulutustarjontaan. Luovuuden ja innovatiivisuuden ilmapiiri parantaa tuloksia ja lisää viihtyvyyttä. Silloin kulttuuritoiminnalla on eri tavoin elinkeinollista merkitystä.

Paikallisyhteisöillä on yhä tärkeämpi rooli oman alueensa kehittämistyössä, niin yleisten asumisviihtyvyyteen kuin elinkeinotoiminnan edellytysten luomiseen liittyvissä kysymyksissä. Paikallisyhteisöt - maaseudulla kyläyhdistykset ja kaupungissa kaupunginosa- tai asukas-yhdistykset - ovat tärkeässä roolissa myös paikallisperinteen vaalijoina. Usein niiden kautta alueelle muuttanut saa ensikosketuksia uuteen asuinympäristöönsä ja niiden kautta muuttajalle voidaan välittää tietoa myös alueen perinteistä, luoden samalla uudelle asukkaalle kiinnittymis- ja juurtumiskohtia uuteen asuinpaikkaansa.

Merkittävä osa kulttuurista ja taitees-

ta toteutuukin kansalaistoiminnan kautta. Kansalaistoiminta tarjoaa osallistumisen, osallisuuden ja vaikuttamisen mahdollisuuksia. Kulttuuri eri muodoissaan (ympäristö, elämäntavat, toimintakulttuuri) ja oman kulttuuriperinteen tunnistaminen luovat pohjaa alueellisen identiteetin rakentumiselle, jonka perustana on samalla alueella toimivien ihmisten yhteinen aluetta koskeva tietopohja, alueellinen tunneside sekä alueellinen yhteistoiminta.

Erilaiset järjestöt ovatkin olleet erityisen aktiivisia paikalliskulttuurin esiinnostamisessa - usein hankkeiden avulla, mutta myös ilman ulkopuolista rahoitusta. Paikallistoiminnan kautta on saatu elvytettyä monia tapahtumia ja kehitetty uusia toimintamuotoja, uusia tapahtumia ja tuotteita. Erityisesti kulttuuritapahtumat toimivat myös luontevana kanavana paljon puhutun maaseudun ja kaupungin vuorovaikutuksen vahvistamiselle.

Kulttuuri myös tietyllä tavalla muuttuu koko ajan eikä sitä voi sitoa tiettyyn aikaan. Asioita ei saa "museoida" vaan yritystoiminnassa on osattava yhdistää perinne ja nykyaika toimivaksi tuotteeksi.

Toisaalta perinteitä tulee vaalia, sillä perinteiden säilyttäminen ei kuitenkaan ole enää itsestäänselvyys. Meillä on paljon "kansantietoutta" ja käden taitoja, joita uhkaa häviäminen, ellei niiden säilyttämiseksi ja tuleville sukupolville siirtämiseksi tehdä mitään.

Maaseudun elintarvikeyritykset: panosta paikallisuuteen!

Tässä tarvitaan aktiivisuutta niin yksittäisiltä henkilöiltä, yrityksiltä kuin järjestöiltäkin, samoin viranomaisilta.

Kuten edellä on todettu, kulttuuri on tärkeä voimavara uusien työpaikkojen luonnissa. Erityisesti matkailussa, elintarvikealalla ja käsi- ja taideteollisuusyrityksissä kulttuurin hyödyntäminen voi toimia yritysideoita antajana ja tuotteen erityisominaisuuden pohjana. Tärkeintä on kuitenkin tarjota asiakkaalle aitous, hyvin rakennettuna, toimivana kokonaisuutena - perinnettä ei voi asiakkaalle tarjota "tekemällä tehtynä".

Artikkeli perustuu 9.4.2003 olleeseen Oma maa mansikka –seminaarin avauspuheeseen.

Lisätietoja

Kirsi Viljanen

Ruoka-Suomi –teemaryhmän puheenjohtaja

MMM, ylitarkastaja

puh. (09) 1605 2506, 0400 437 622

kirsi.viljanen@mmm.fi

Maaseutualueilla sijaitsevat pienet ja keski-suuret yritykset ovat merkittäviä toimijoita elintarvikesektorilla, sillä noin puolet elintarvikealan yrityksistä sijaitsee maaseudulla. Suuri osa näistä yrityksistä käyttää perinteisiä tuotantomenetelmiä ja panostaa paikalliseen imagoon. Mutta panostetaanko paikallisuuteen kukaan tarpeeksi?

Kolmivuotisen (2001-2004) viidennen puiteohjelman SUPPLIERS-tutkimushankkeen (Supply Chains Linking Food SMEs in Europe's Lagging Rural Regions) tutkimuskohteena ovat maaseudulla toimivat pienet ja keski-suuret elintarvikeyritykset. Tutkimuksessa keskitytään lähinnä elintarvikkeiden jakeluketjuihin ja pienyritysten markkinoillepääsyn ongelmiin. Tutkimus toteutetaan samankaltaisena kuudessa Euroopan maassa: Irlannissa, Isossa-Britanniassa, Kreikassa, Puolassa, Ranskassa ja Suomessa. Suomessa tutkimusalueina ovat Varsinais-Suomi ja Pohjois-Pohjanmaa.

Vuoden 2002 alussa tutkimusta varten haastateltiin yhteensä 64 elintarvikeyritystä. Haastateltavat yritykset valittiin tuoteryhmän perusteella: Varsinais-Suomessa haastateltaviksi valittiin liha-, kala- tai myllytuotteita valmistavia yrityksiä, ja Pohjois-Pohjanmaalla maito- ja lihatuotteita sekä marjoja ja vihanneksia jalostavia yrityksiä. Haastattelussa keskityttiin yritysten valitsemiin jakeluratkaisuihin, eli mistä ja miten valmistuksessa käytettävät raaka-aineet hankittiin yrityk-

seen, sekä mihin ja miten valmiit tuotteet lähtivät yrityksestä eteenpäin. Jakeluketjuratkaisujensa lisäksi yrittäjät pohtivat niin tieto- ja viestintätekniikan kuin ulkopuolisen avun vaikutuksia yritystoimintaansa. Koska kyseessä ovat yritykset sijaitsevat maaseudulla ja maaseutumaisilla alueilla, tarkasteltiin asioita myös maaseudun kehittämisen näkökulmasta. Yrittäjät kertoivat omia näkemyksiään maaseudulla yrittämisestä sekä siitä millä tavoin juuri heidän yrityksensä vaikuttaa alueen talouteen ja miten paljon he panostavat paikallisuuteen.

Yrityksen sijaintipaikka on hyvin tärkeä strateginen päätös, jolla voi olla vaikutuksensa yrityksen liiketaloudelliseen menestymiseen, koska se antaa raamit kaikelle toiminnalle. Esimerkiksi yrittäjyydelle suotuinen ilmapiiri tai hyvä infrastruktuuri ovat tekijöitä, joilla on positiivinen vaikutus yrittäjyyteen, ja jotka voidaan saavuttaa niin kaupungissa kuin maaseudullakin. Valitettavasti kuitenkin viime aikaiset taloudelliset ja demograafiset muutokset ovat heikentäneet maaseutualueiden mahdollisuuksia tarjota kilpailukykyinen yritys ympäristö. Täten samankaltaiset yritykset, joista toinen toimii kaupungissa ja toinen maaseudulla, saattavat olla toimintaedellytyksiltään hyvinkin eriarvoisia. Tässä tutkimuksessa yrittäjät eivät pitäneet yrityksen maaseutumaisesta sijainnista merkityksellisenä. Osalle yrittäjistä sijainti maaseudulla oli ollut selkeä strateginen valinta, koska heillä koko yrityksen imago saattoi pohjautua juuri sijaintiin. Myös raaka-aineiden hyvä saatavuus oli saattanut olla määräävä tekijä yrityksen sijaintipaikkaa har-

kittaessa. Monen yrittäjän mielestä yrityksen menestymisessä maaseutumaisessa ympäristössä on ensisijaisesti kyse yhteensopivuudesta eli miten hyvin liikeidea vastaa alueen resursseja ja mahdollisuuksia. Tokihan sijainnista saattoi olla myös joitakin esteitä tai haittoja (esimerkiksi korkeat kuljetuskustannukset markkinoille), mutta jos liikeidea perustui alueellisille vahuuksille, olivat hyödyt selvästi haittoja suuremmat.

Suurin osa yrittäjistä piti oman yrityksensä sijaintia joko siedettävänä tai hyvänä. Erityisesti yrittäjät, joiden yritys sijaitsi lähellä kasvukeskusta tai vilkkaasti liikennöidyn valtatie lähistöllä olivat hyvin tyytyväisiä sijaintiinsa. Maaseutumaisen sijainnin etuina nähtiin jo edellä mainitun raaka-aineiden hyvän saatavuuden lisäksi mm. kilpailevien yritysten vähäisyys sekä kiinteiden kustannusten alhaisuus verrattuna kaupunkialueisiin. Maaseudun huonoina puolina yritystoiminnalle mainittiin pitkät etäisyydet markkinoille, mikä nostaa jakelukustannuksia ja täten lisää tuotteesta perittävää lopullista hintaa. Myös maaseutu- maisten alueiden väestön vähenemisen ja toisaalta vanhenemisen koettiin vaikuttavan yritysten toimintaan, koska kannattavat markkinat siirtyivät yhä kauemmas. Huomion arvoista kuitenkin on, että monilla yrittäjillä oli vahva tahto asua ja yrittää maaseudulla, koska he arvostivat suuresti ympäristöä ja luontoa ja halusivat panostaa elämisen laatuun.

Yrittäjät mielsivät Varsinais-Suomella olevan positiivisen alueellisen ima-

gon, joka liitettiin usein maatalouteen, puhtaaseen luontoon, saaristoon ja mereen. Myös Turun Suomen entisenä pääkaupunkina katsottiin houkuttelevan vuosittain paljon turisteja. Alueella asuvien kuluttajien todettiin arvostavan Varsinais-Suomessa valmistettuja tuotteita, mutta vaikka kuluttajien uskottiin ostavan paikallisia tuotteita niiden tuoreuden takia, niin heidän ei uskottu olevan valmiita maksamaan enempää juuri varsinaissuomalaisista tuotteista. Varsinaissuomalaisista tuotteista valmistavat yritykset käyttivät eniten alueellisia mielikuvia apunaan markkinoinnissa, koska niiden uskottiin tuovan positiivista mielikuvaa liiketoimintaan. Mielipiteet Pohjois-Pohjanmaan alueellisista mielikuvista ja niiden hyväksikäytöstä vaihtelivat suuresti yrittäjien keskuudessa. Pohjois-Pohjanmaalla on muutamia paikkakuntia, jotka ovat erityisesti turistien suosiossa ja siten niillä on vahva ja positiivinen mielikuva. Näillä paikkakunnilla sijaitsevat yritykset olivat pyrkineet käyttämään sijaintiaan hyväksi liiketoiminnassaan, kun taas yrittäjät, joiden yritys sijaitsi vähemmän tunnetussa paikassa, olivat sitä mieltä, että heidän pohjoinen sijaintinsa ei ollut millään lailla hyödyllistä markkinoinnillisesti katsoen. Haastatelluista pohjoispohjalaisista yrityksistä lähinnä maito- ja marja-alan yritykset käyttivät myynninedistämisessä ja markkinoinnissa apuna alueellisia mielikuvia.

Lopuksi voisi todeta, että alueelliset mielikuvat eivät olleet kovin selkeitä haastateltujen yrittäjien mielestä. Siitä huolimatta mielikuvien käyttö mark-

kinointiviestinnässä saattaisi tarjota monia uusia mahdollisuuksia pienille elintarvikeyrityksille, koska nykyään monenlaiset perinteikkäät tarinat ja kertomukset ovat hyvin suosittuja esimerkiksi matkailuyrittämisessä. Tanskalainen tulevaisuuden tutkija Rolf Jensen uskoo, että nykyistä tietoyhteiskuntaa seuraava vaihe on tarinayhteiskunta. Hänen mukaansa tuotteen taustalla oleva tarina on se, joka todella merkitsee kuluttajalle jotain, koska ihmiset ovat valmiita maksamaan siitä miten kuluttamalla tietynlaisia tuotteita he voivat itsensä asemoida yhteiskunnassa tai miten he haluavat toisten ihmisten heidät näkevän. Koska elintarvikealan pienyritykset toimivat usein lähimarkkinoilla, paikallisuuteen panostaminen ja alueellisten mielikuvien käyttäminen markkinoinnissa ovat niille merkittäviä kilpailutekijöitä. Pienillä elintarvikeyrityksillä on myös hyvin tärkeä rooli maaseutualueiden säilymisessä elinvoimaisina.

Lähde: Viitaharju, L. & M. Lähdesmäki. 2002. Supply Chain Analysis: The SME Producers' Perspective - Finland. Supply Chains Linking Food SMEs in Europe's Lagging Rural Regions. Working Paper 4. University of Helsinki, Seinäjoki Institute for Rural Research and Training.

Suomenkielinen lyhennelmä raportista; "Elintarvikeyrittäjänä maaseudulla": www.helsinki.fi/hymakes/muut.htm

Lisätietoja

Leena Viitaharju

Helsingin yliopiston Maaseudun tutkimus- ja koulutuskeskus, Seinäjoki
leena.viitaharju@helsinki.fi

Maa- ja metsätalousministeriö tukee elintarvike- ja luomututkimusta lähes 2 miljoonalla eurolla vuonna 2003

Maa- ja metsätalousministeriön maatalous- ja elintarviketutkimuksen strategisena tavoitteena on kansallisen elintarviketalouden kilpailukyvyä edistämisen tuottamalla tutkimustietoa kilpailukyvyä strategisista perustekijöistä, niiden muutoksista ja niihin vaikuttavista tekijöistä. Ministeriö on hyväksynyt Maatalous- ja elintarviketutkimuksen neuvottelukunnan muistion maatalous- ja elintarviketutkimuksen suuntaamista ja tutkimuksen rahoittamista ohjaavaksi puiteohjelmakseen vuosiksi 2002-2006 (http://www.mmm.fi/tuet/tutkimuksen_rahointus/asiakirjat/agpr01212.PDF). Se toimii taustana MMM:n alaisen maatalous- ja elintarviketutkimuksen tulosohtaukselle ja vuosittain käynnistettävien uusien tutkimusohjelmien täsmennykselle ja rahoitukselle.

Maa- ja metsätalousministeriön rahoittaman tutkimus- ja kehittämistoinnin tavoitteena on vahvistaa ja luoda maa- ja puutarhatalouden, maa-seudun pienimuotoisten yritysten ja uusiutuvien luonnonvarojen kestävä ja monipuolisen käytön toimintaedellytyksiä. Vuosittainen rahoitus on noin 7 miljoonaa euroa, josta elintarvike- ja luomututkimuksen osuus vuonna 2003 on lähes 2 miljoonaa euroa. Vuoden 2003 haussa neuvottelukunta ja elintarvikeklusteri määrittelivät painoaloiksi mm. luonnonmukaisen tuotannon sekä terveysvaikutteisten elintarvikkeiden tutkimuksen.

1. Luonnonmukaisen tuotannon tutkimus

MMM:n työryhmä on arvioinut luonnonmukaisen elintarviketuotannon tutkimustarpeita 3-5 vuoden ajalle (raportti osoitteessa: http://www.mmm.fi/tuet/tutkimuksen_rahointus/maa_ ja_ elintarviketalous/ Luonnonmuk.%20el.%20tutk.%20pain..pdf). Työryhmän mukaan luomusektori on voimakkaassa, markkinalähtöisessä kasvussa ja elintarviketalouden kehityksen kannalta luomututkimukseen olisi tarpeen panostaa. Valtaosa tutkimuksesta on luontevaa toteuttaa tavonomaista elintarviketaloutta koskevan tutkimuksen yhteydessä, sillä luomututkimusta ei pidä tarkastella erillään muusta elintarviketalouden tutkimuksesta.

Työryhmän mukaan julkista tutkimusrahoitusta tulisi käyttää ensisijaisesti alan perusongelmien ratkomiseen kun taas tuotekehitystä lähellä olevissa tutkimuksissa korostuu yritysrahoituksen osuus. Verkottumisesta on pidettävä huolta. Olisi tärkeää saada aktivoitua pienetkin luomualan yritykset tutkimukseen ja tuotekehitykseen sekä yhteistyöhön tutkijoiden kanssa. MMM:n luomututkimusohjelman tarkoituksena on vakiinnuttaa luomututkimus olennaiseksi osaksi maa- ja elintarviketalouden tutkimusta siten, että tutkimustieto olisi jatkossa pohjana kestävä elintarviketuotannon kehittämiselle. Jo tuotetun luomututkimustiedon välittämiseen tulee kiinnittää entistä enemmän huomiota; luomututkimusta on tehty melko runsaasti sekä meillä että muualla maailmassa, mutta koostavalle tutkimukselle on

tarvetta.

MMM rahoittaa luonnonmukaisen tuotannon tutkimusohjelmaa vuosina 2003-2005 enintään 1 milj. euroa vuosittain. Luonnonmukaisen tuotannon tutkimusohjelman ensisijaisia painoalueita ovat 1) elintarviketutkimus, 2) maataloudellinen tutkimus sekä 3) taloudellinen ja yhteiskunnallinen tutkimus.

Taulukossa 1 on vuonna 2003 MMM:n rahoittamat luomututkimukset, joita tuetaan yhteensä lähes miljoonalla eurolla. Pääosa tutkimuksista on alkanut vuonna 2003, mutta joukossa on muutamia aikaisemminkin alkaneita hankkeita. Lisätietoja hankkeista saa tutkimuksen vastuulliselta johtajalta (artikkelin lopussa on tutkimuspaikkojen yhteystietoja).

Taulukko 1. MMM:n rahoittama luomututkimus vuonna 2003.

Tutkimuspaikka/Vastuullinen johtaja	Hankkeen nimi	Hankkeen suunniteltu kesto
MTT, Ympäristön tutkimus, Ekologinen tuotanto/Jaana Väisänen	Kasvuvoimaa luomuherralle (Kasvuvoimaa luomutilan rehuviljalle)	2000-2003
MTT, Kasvintuotannon tutkimus, Puutarhatuotanto/Terhi Suojala	Luomukasvisten tuotanto teollisuudelle	2000-2003
MTT, Ympäristöntutkimus, Maaperä ja ympäristö/Eila Turtola	Ympäristökuormitus luonnonmukaisessa viljelyssä	2001-2004
Helsingin yliopisto, Elintarviketeknologian laitos, Maitoteknologia/Tapani Alatossava	Luomujuustojen tuotantoketjun turvallisuus- ja laaturiskit ja niiden hallinta	2002-2005
Kuluttajatutkimuskeskus/ Johanna Mäkelä; VTT Biotekniikka; MTT, Taloustutkimus	Kuluttajat, päättäjät sekä lähi- ja luomuruoka. Mahdollisuuksia PK-sektorille	2003
MTT, Kasvinviljely ja biotekniikka/ Marjo Keskitalo; Helsingin yliopisto, Soveltavan biologian laitos	Luomuperunan rutonhallinta kuminaöljyn avulla	2003
MTT, Kotieläintuotannon tutkimus/Aila Vanhatalo; Helsingin yliopisto, Kotieläintieteen laitos; Turun yliopisto, Biologian laitos	Puna-apila tehokkaasti luomumaidoksi	2003-2005
Helsingin yliopisto, Maaseudun tutkimus- ja koulutuskeskus/Laura Seppänen; MTT	Paikallinen ruokajärjestelmä: vaikutukset ja oppimishaasteet	2003-2005
Helsingin yliopisto, Maaseudun tutkimus- ja koulutuskeskus/Helena Kahiluoto; Helsingin yliopisto, Eläinlääketieteellinen tiedekunta	Luonnonmukaisen tuotannon munantuotanto: eläinten hyvinvoinnin ja elintarviketurvallisuuden hallinta	2003-2005
MTT, Pohjois-Savon tutkimusasema/ Perttu Virkajärvi; Työehöseura; Helsingin yliopisto; Kuopion yliopisto	Laajentavien karjatilojen kesäruokintavaihtoehdot (LAKE)	2003-2005
Eläinlääkintä- ja elintarviketutkimuslaitos EELA/Riitta Majjala; Helsingin yliopisto, Eläinlääketieteellinen tiedekunta	Riskiarviointi sianlihan luomutuotannon elintarviketurvallisuusriskeistä: patogeeniset Yersiniat ja Listeria monocytogenes	2003-2005
Eläinlääkintä- ja elintarviketutkimuslaitos/ Vesa Mylly; Bakteeriologian tutkimusyksikkö; Helsingin yliopisto, Eläinlääketieteellinen tiedekunta	Uudet elintarvikerepäiset patogeenit (Campylobacter spp. ja EHEC) alkutuotannossa	2003-2005
MTT, Taloustutkimus/Anni Huhtala	Ympäristötehokkuus, tuottavuus ja oppiminen luonnonmukaisessa ja tavanomaisessa maataloustuotannossa	2003-2005
MTT, Taloustutkimus/Anna-Maija Heikkilä	Organic beef with efficient suckler cow production	2003-2005
MTT, Ympäristöntutkimus/Harri Huhta	Uudet menetelmät luomusiementuotantoon	2003-2006
MTT, Ympäristöntutkimus/Tiina Tontti	Jätekomponentit luonnonmukaisessa viljelykierrossa – tulevaisuuden riskit ja mahdollisuudet	2003-2006
Yhteensä euroa		Noin 950 000

Taulukko 2. MMM:n rahoittama elintarviketutkimus vuonna 2003.

Tutkimuspaikka/vastuullinen johtaja	Hankkeen nimi	Hankkeen suunniteltu kesto
MTT, Elintarvikekemian tutkimus, Kemian laboratorio/Veli Hietaniemi	Terveysvaikutteinen kaura ja kaurafraaktiot	2001-2003
VTT Biotekniikka/Kirsi Liukkonen	Uusien bioaktiivisten ruuistuotteiden valmistaminen prosessoinnin ja lajikevalinnan avulla	2001-2003
VTT Biotekniikka/Marjaana Suutarinen	Uudet entsyymiavusteiset kasvisten kuorintamenetelmät	2001-2003
Kuluttajatutkimuskeskus/ Johanna Leskinen	Terveysvaikutteisten elintarvikkeiden hyväksyttävyyden kuluttajaryhmissä	2001-2003
Helsingin yliopisto, Elintarvike- ja ympäristöhygienian laitos/Hannu Korkeala	<i>Clostridium botulinum</i> hunajassa. Kontaminaatioreitit ja ekologia hunajantuotantoympäristössä	2001-2003
MTT, Elintarvikkeiden tutkimus/Eeva-Liisa Ryhänen	Kaalikasvien glukosinolaatit ja niiden hajoamistuotteet funktionaalisten elintarvikkeiden komponentteina	2001-2004
MTT, Elintarvikkeiden tutkimus/Hannu Korhonen	Pellavan lignaanit ja potentiaaliset terveysvaikutukset	2001-2004
EELA, Kemian tutkimusyksikkö/Susanna Eerola	Kotimaiset kevytjuustot ja kuluttajan valinnat	2002-2003
MTT, Elintarvikkeiden tutkimus/Jaakko Hiidenhovi	Kananmuna bioaktiivisten yhdisteiden lähteenä	2002-2004
VTT Biotekniikka/Mirja Mokkila	Uudet tehokkaat vihannesten korjuunjälkeiset jäädytysmenetelmät	2002-2004
EELA, Kemian tutkimusyksikkö/Kimmo Peltonen	Siipikarjatuotteiden turvallisuus- ja laatu tutkimukset: uuden kemiallisen testaustekniikan kehittäminen	2002-2004
MTT, Elintarvikkeiden tutkimus/ Pirjo Mattila, VTT	Pensasmustikan laatu, terveysvaikutteiset yhdisteet ja soveltuvuus elintarvikkeiden valmistukseen	2003-2005
Helsingin yliopisto, Soveltavan kemian ja biologian laitos, Ravitsemustieteen osasto/ Marja Mutanen	Suomalaiset marjat paksusuolisyövän ehkäisyssä	2003-2005
MTT, Elintarvikkeiden tutkimus/Pirjo Mattila; Kuopion yliopisto	Bioaktiiviset fenoliyhdisteet ruokavaliossamme	2003-2005
MTT, Kasvinviljely ja biotekniikka/Marjo Keskitalo	Terveyttä tattarista	2003-2006
Turun yliopisto, Biokemian ja elintarvikekemian laitos/Raija Tahvonen	Atooppisten allergioiden ehkäisy herukkaöljyä sisältävillä erikoisruokavaliomisteilla	2003-2007
Yhteensä euroa		Noin 920 000

2. Elintarviketutkimus

Elintarvikemarkkinoiden kehityksen viime vuosikymmenten peruspiirteitä on muutos tarjontalähtöisestä toimintamallista kuluttaja- ja kysyntälähtöiseen. Kulutusmarkkinoiden trendit ovat elintarvikealan yritysten strategisten tavoitteiden sekä markkinointi- ja tuotekehitysstrategioiden tarkistusten taustalla. Kuluttajan arvojen ja käyttäytymisen muutoksilla on yhä suurempi merkitys markkinoissa ja tuotekehityksessä. Tuotekehitys tähtää erikoistuotteisiin, jotka edistävät kuluttajalle tärkeiden arvojen ja odotusten toteutumista. Siksi terveysvaikutteiset elintarvikkeet ja terveelliset erikoistuotteet ja luomutuotteet ovat kasvavan kysynnän tähtituotteita ja siksi ne ovat yleismaailmallisesti tutkimuksen ja tuotekehityksen painopisteitä.

Neuvottelukunta on määritellyt elintarvikepuolelle neljä ohjelma-alueita (http://www.mmm.fi/tuet/tutkimuksen_rahointus/asiakirjat/agpr01212.PDF), jotka ovat 1) elintarvikkeiden koko tuotantoketjun kattava laatujohtaminen, 2) bioaktiiviset kasvi- ja eläinperäiset komponentit terveysvaikutteisten ja terveellisten erikoistuotteiden perustana, 3) elintarvikkeiden prosessointi ja laatu sekä 4) elintarvikkeiden kulutusmarkkinat ja kuluttajakäyttäytyminen.

Terveysvaikutteiset elintarvikkeet on luonnonmukaisesti tuotettujen elintarvikkeiden lisäksi toinen neuvottelukunnan ja elintarvikeklusterin määrittelemä painoala vuonna 2003. Ter-

veysvaikutteisten elintarvikkeiden erityisteemana ovat Suomelle ominaisten elintarvikemateriaalien sisältämien bioaktiivisten yhdisteiden tutkimus ja jatkojalostuksen kehittäminen, erityisesti kotimaisiin marjoihin kohdistuvat sovellukset. Koska funktionaalisten elintarvikkeiden ja muiden terveellisten erikoistuotteiden kehitystä palveleva kuluttajalähtöinen tutkimus on sisällöltään laaja alue ja terveysvaikutteisuuden luotettava osoittaminen vaatii suuren perustutkimuspainoksen ja tuotekehitys pitkän ajan, on erittäin tärkeää, että eri tutkimuslaitosten ja ryhmien välillä on nykyistä tiiviimpää yhteistyötä ja kehittämisspansosten koordinoitua. Uuden perustiedon etsinnän sijasta lähivuosien tutkimuksen painopisteen tulisi olla jo lupaavimmista kasveista tai biokomponenteista saadun tiedon yhdistämisessä uusiksi tuoteinnovaatioiksi yhdessä yritysten kanssa.

MMM:n tukeman elintarviketutkimuksen tiedot vuoden 2003 osalta on koottu taulukkoon 2. Terveysvaikutteisten elintarvikkeiden tutkimushankkeiden lisäksi taulukkoon on listattu muutkin elintarvikealan hankkeet, jotka ovat käynnissä. Lisätietoja hankkeista saa tutkimuksen vastuulliselta johtajalta (artikkelin lopussa on tutkimuspaikkojen yhteystietoja).

Tutkimuspaikkojen yhteystietoja:

Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskus
MTT, Jokioinen
puh. (03) 41 881, fax (03) 4188 2222
MTT Taloustutkimus: puh. (09) 56 080
etunimi.sukunimi@mtt.fi
<http://www.mtt.fi>

Helsingin yliopisto
puh. (09) 1911

etunimi.sukunimi@helsinki.fi
<http://www.helsinki.fi/yliopisto>
Elintarvike- ja ympäristöhygienian laitos:
<http://www.vetmed.helsinki.fi/elintar/index.php?sivu=yleisesitys>
Elintarviketeknologian laitos: <http://honeybee.helsinki.fi/MMETT/index.HTM>
Soveltavan kemian ja mikrobiologian laitos: <http://honeybee.helsinki.fi/MM-KEM/>
Maaseudun tutkimus- ja koulutuskeskus
Mikkeli:
puh. (015) 20231
<http://www.mtkk.helsinki.fi/>

Kuluttajatutkimuskeskus
puh. (09) 77 261
etunimi.sukunimi@kuluttajatutkimuskeskus.fi
<http://www.kuluttajatutkimuskeskus.fi/>

EELA
puh. (09) 393 101
etunimi.sukunimi@eela.fi
<http://www.eela.fi>

VTT Biotekniikka
puh. (09) 4561
etunimi.sukunimi@vtt.fi
<http://www.vtt.fi/bel>

Turun yliopisto
puh. (02) 333 51
etunimi.sukunimi@utu.fi
<http://www.utu.fi>
Biokemian ja elintarvikekemian laitos
<http://www.utu.fi/ml/biokemia/index.html>

Lisätietoja

Suvi Ryyänen

MMM

Maatalousosasto, Tutkimus- ja neuvontayksikkö

PL 30

00023 Valtioneuvosto

puh. (09) 1605 2385, 0400 869 385

fax. (09) 1605 2203

suvi.ryynanen@mmm.fi

Lähiruuan suosiminen tukee Ruoka-aika-kampanjan poliittista vaikuttamistyötä

Ruoka-aika-kampanja pyrkii vaikuttamaan suomalaisiin päätöksentekijöihin jotta nämä ajaisivat Euroopan Unionissa ja Maailman kauppajärjestössä kehitysmaiden ruokaturvan ja maaseudun kehityksen huomioonottavaa kauppa- ja maatalouspolitiikkaa. Viidenkymmenen neljän kampanjajärjestön joukossa ovat esimerkiksi Kuluttajat - Konsumenterna, Marttaliitto ja Suomen elintarviketyöläisten liitto.

Ruoka-aika-kampanjan viesti kuluttajalle kuuluu: suosi lähiruokaa! Todellinen valta on meillä kaikilla käytössämme silloin, kun teemme jokaiseen päiväämme kuuluvia perusvalintoja: täytänkö ruokalassa lautaseni perunalla vai riisillä, poiminko kaupan hyllyltä suomalaisen omenan vai etelä-amerikkalaisen banaanin?

Siirtymällä lähiruokaan kaikki voitavat

Kuluttamalla mahdollisimman lähellä tuotettua ruokaa jokainen meistä voi tukea oman alueensa taloudellista,

sosiaalista ja kulttuurista kehitystä ihan suoraan ja samalla antaa kaikille muillekin mahdollisuuden tukea omien alueidensa kehitystä. Tämä pätee yhtälailla suomalaiseseen kuin sambialaiseenkin kuluttajaan. Eurooppalaisia maitotuotteita ei tarvitse verovaroin viedä kehitysmaihin, jos me eurooppalaiset kuluttajat kerromme valinnoillamme viljelijöillemme ja jalostajillemme kuinka paljon ja minkätyyppistä paikallisesti tuotettua ruokaa me haluamme syödä.

Siirtyminen suosimaan paikallisia ruokajärjestelmiä tukee kunkin alueen työllisyyttä ja taloutta. Se hyödyttää alueen viljelijöitä, elintarvikkeiden jalostajia ja kauppiaita. Paikallisuus on myös ekologisesti kestävää sekä ylläpitää kullekin alueelle omaleimaisia maaseudun ilmettä ja kulttuuria. Ennenkaikkea se on kuitenkin kuluttajalle turvallisin vaihtoehto, joka antaa tunteen siitä, että kuluttaja voi todella tietää ja tuntea käyttämiensä elintarvikkeiden tien alkutuotannosta ruokapöytänsä.

Lisätietoja

Sari Laaksonen

Ruoka-aika-kampanjan koordinaattori

Kehitysyhteistyön palvelukeskus,

Kepa

Sörnäisten rantatie 25

00500 Helsinki

puh. (09) 5842 3243

sari.laaksonen@kepa.fi

www.ruoka-aika.net

Maakuntarajat ylittävää elintarvikealan kehittämisyhteistyötä

Elintarvikealan kehittämishankkeita toteutetaan parhaillaan lukuisten eri tahojen toimesta ja lukuisilla eri tasoilla. Toimijajoukon ja projektien määrän lisääntyessä korostuu oma-aloitteellisuuden merkitys tiedon hankinnassa ja verkottumisessa. Osaltaan tähän tarpeeseen vastaa loppuvuodesta 2002 käynnistetty ”Ylimaakunnallisten ALMA -kehittämishankkeiden” –koordinointihanke.

Kaksivuotisen hankkeen tehtävänä on kehittää ylimaakunnallisten hankkeiden yhteensovittamista aluehankkeiden kanssa sekä tukea uusien maakuntarajat ylittävien yhteishankkeiden syntymistä. Hanke edistää yhteistyötä ja tiedonkulkua ALMA –alueen viranomaisten ja toimijakentän välillä. Käytännön toimintamallia rakennetaan parhaillaan.

Hanketta hallinnoi Jokioisilla sijaitseva Maaseudun ja elintarviketalouden kehittämisyhtiö Agropolis Oy ja hankkeen projektipäällikkönä toimii KTM Pia Niemikotka. Koordinointityötä tehdään tiiviissä yhteistyössä MMM:n ja ALMA –alueen 10 TE-keskuksen kanssa.

Ylimaakunnallinen ALMA –hanke?

Alueellista maaseudun kehittämissuunnitelmaa (ALMAa) toteutetaan vuoteen 2006 saakka 14 maakunnan alueella (ks.kartta). Ohjelman täytäntöönpanosta vastaavat alueelliset Työvoimaja elinkeinokeskukset (TE-keskukset), jotka tekevät päätökset yksittäisistä kehittämishankkeista.

Ylimaakunnallinen kehittämishanke tulee kysymykseen silloin, kun hankkeen kohdealueeksi on tarkoituksen-

mukaista tavoitella vähintään kolmen TE-keskuksen alueet. Ylimaakunnallisten hankkeiden tulee tukea tai täydentää maakunnissa toteutettavaa kehittämistyötä. Ylimaakunnallisilla hankkeilla voidaan myös koota eri maakunnissa sijaitsevia harvalukuisia edunsaajia yhteen tai toteuttaa yhteinä hankkeena eri alueilla samanlaisena toteutettavaa toimintaa. Ylimaakunnalliset hankkeet ovat ALMA –ohjelman erikoistyökalu ja niillä etsitään ratkaisumalleja useamman alueen yhteisiin ongelmiin ja haasteisiin.

Kuluvana vuonna ylimaakunnallisiin hankkeisiin käytetään n.5,1 milj.euroa. Vuoden 2003 haut päättyvät seuraavasti: 31.3. ja 30.9. Lisätietoja hankerahoituksesta: www.lande2000.fi ja www.agropolis.fi/alma.

Lisätietoja

Pia Niemikotka

projektipäällikkö

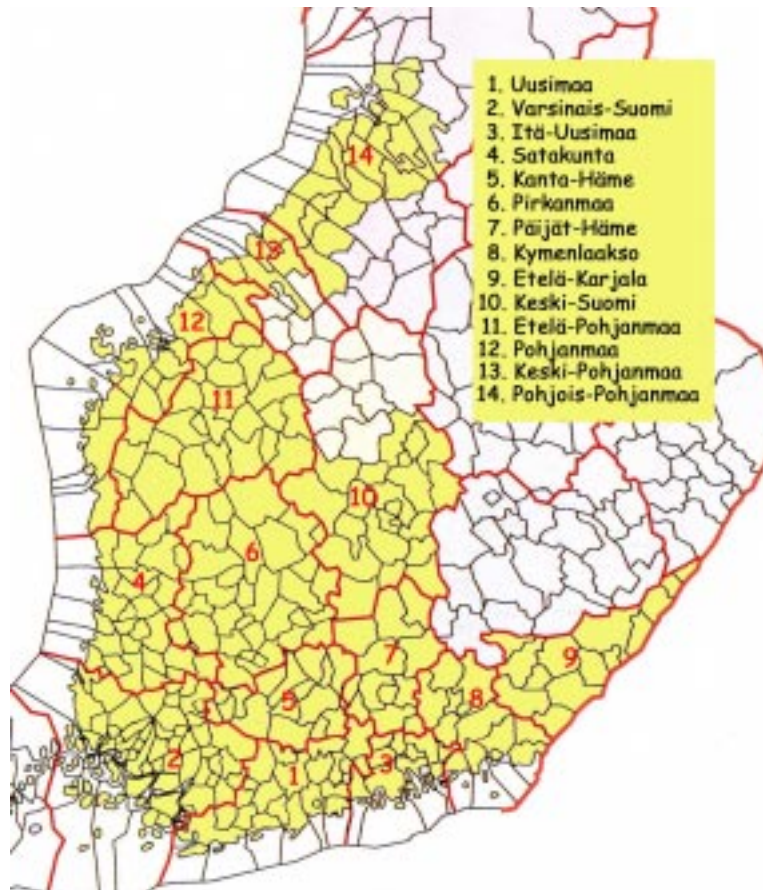
Ylimaakunnallisten ALMA –kehittämishankkeiden koordinointihanke

Agropolis Oy

31600 Jokioinen

puh. (03) 4186 7392, 050 525 1368

pia.niemikotka@agropolis.fi



ALMA -ohjelmasta 2000-2002 tuetut elintarvikealan kehittämishankkeet

Hankkeen nimi	Hakija + kohdealue	Hankekuvaus
Laadunhallinnan parantaminen PK-yrityksissä 2002-2004	Foodwest Oy Vaasantie 1 C, 60100 Seinäjoki asko.mayry@foodwest.fi EP, Po, Sa, Pi	Pienten elintarvikealan yritysten toimintaedellytysten, kehityspotentiaalain sekä riskin hallinnan parantaminen laatuosaamista lisäämällä: laaturjärjestelmät, omavalvontajärjestelmät ja tuotantohygienian parantaminen.
Maaseututuotteiden tukkutori- logistiikkaketjun kehittäminen 2002-2003	Viikki Food Centre/ Helsinki Business and Science Park Oy PL 27, 00014 Helsingin yliopisto tiina.piilo@helsinki.fi Uu, Po, VS	Selvitetään vaihtoehtoiset tilausjärjestelmät ja vaihtoehtoiset logistiikkaratkaisut (alueellinen jakelu, terminaalit, alueiden väliset siirtokuljetukset, pk-seudun jakelu ja terminaalit) sekä pilotoidaan elintarvikkeiden kuljettamista pääkaupunkiseudun markkinoille Varsinais-Suomen, Uudenmaan, Itä-Uudenmaan ja Keski-Pohjanmaan alueilta.
Natural Foodtec Biopilot -esiselvitys 2002-2003	Viikki Food Centre/ Helsinki Business and Science Park Oy PL 27, 00014 Helsingin yliopisto tiina.piilo@helsinki.fi Uu, KaS, PP, VS	Selvitetään alueellisten yritysten (marjat, kasvikset, sienet) tarpeet, mahdollisuudet tutkimuslaitosyhteistyöhön sekä tuotetaan materiaalia jatkokehittämistoiminnalle. Tehdään analyysit alan tarpeista, yrityksistä selvitetään osaaminen eri koulutus- ja kehittämisorganisaatioissa ja tutkimuslaitoksissa. Toteutusalue on Uusimaa, Itä-Uusimaa, Varsinais-Suomi, Kymenlaakso, Etelä-Karjala, Pohjois-Pohjanmaa.
Esiselvitys lähileipäketjun kehittämishankkeelle 2002	Agropolis Oy 31600 Jokioinen, jukka.tuki@agropolis.fi koko ALMA-alue	Tavoitteena testata ja täsmentää "Lähileipäketjun"-kehittämishankkeessa toteutettavaksi suunniteltuja toimenpiteitä sekä kartoittaa ja sitouttaa hankkeeseen osallistuvat tahot.
Pienmaidonjalostajien yritys- toiminnan kehittäminen 1.8.2002-2003	Agropolis Oy 31600 Jokioinen, erkki.vasara@agropolis.fi Hä, VS, Po, EP, KaS	Pienimuotoista maidonjalostusta harjoittavat yritykset tarvitsevat räätälöidyn yritystoiminnan kehittämissuunnitelmat, joka huomioisi alan mikroyritysten erityispiirteet.
Länsi-Suomen elintarvikestrategiaprosessi- esiselvitykset 2002	Foodwest Oy Vaasantie 1 C, 60100 Seinäjoki heli.lahteenkorva@foodwest.fi EP, KP, KS, Pi, Po, PP, Sa	Osana Länsi-suomen elintarvikestrategiaprosessia tehdään esiselvitykset valituista painopistealoista, joita ovat informaatioteknologian soveltaminen elintarvikekluusterissa, bioteknologiset sovellukset elintarvikejalostuksessa ja elintarvikeketjuun liittyvät ympäristötekologiset sovellukset.
Elintarvikepuu - mahlan ja kerkkien mahdollisuudet elintarvikkeissa 2002-2005	Foodwest Oy Vaasantie 1 C, 60100 Seinäjoki jouni.orava@foodwest.fi EP, Po, PP	Tutkitaan metsän hyvinvointia keruutoiminnan kohteena. Selvitetään talteenoton, keruun ja säilytyksen järjestämistä, kartoitetaan mahlan ja kerkkien olemusta elintarvikkeiden raaka-aineena ja selvitetään markkinoita.
Veturihanke 2002-2005	Pro Agria Maaseutukeskusten Liitto ry juha.tanila@maaseutukeskus.fi koko ALMA -alue	Kehitetään ALMA -alueella pienten elintarvikeketjujen kilpailukykyä sekä kykyä vastata tulevaisuuden kilpailutilanteen muutoksiin.
Marakassi Marja-, kasvis-, sieniyritysten verkostoituminen ja tutkimus- tiedon ja teknologian siirto 2003-2005	Viikki Food Centre / Helsinki Business and Science Park Oy PL 27, 00014 Helsingin yliopisto tiina.piilo@helsinki.fi Uu, VS, PP, KaS	Kehitetään yleisiä, tuotannonaloittain sovellettavia ja siirrettäviä metodeja siten, että marjoja, kasviksia ja sieniä jalostavien yritysten liiketoiminta kehittyisi; tuotantoprosessioptimointi, laitekehitys, sivuvirtojen hyödyntäminen, jätehuollon kehittäminen. Tavoitteena toiminnan/tuotannon tehostuminen, kannattavuuden parantuminen, ympäristöystävällisemmät toimintatavat ja tutkimustiedon tehokkaampi siirto.
Pienten elintarvikeyritysten kehittäminen kauppaketjujen tavarantoimittajaksi 2003-2004	Viikki Food Centre / Helsinki Business and Science Park Oy PL 27, 00014 Helsingin yliopisto tiina.piilo@helsinki.fi Uu, KS, Pi, Hä, EP, Po	Tavoitteena kehittää ja nostaa pienten elintarvikeyritysten osaamisen tasoa kauppaketjujen toimintatapojen tuntemuksessa. Maaseudun mikro- ja pk-yritykset saavat todenmukaisen kuvan siitä, miten suurissa jakelujärjestelmissä toimitaan ja mitä se vaatii yrityksiltä.
Kotimaisten pienjuustoloiden tuotteiden markkinoinnin edistäminen 2002-2004	Keskipohjanmaan opisto / Maaseutuakatemia Kannus rauni.kivela@kpedu.fi Po, Uu, KaS, VS, EP, KS	Pienjuustoloiden verkostoitumishanke, jonka tavoitteena on koota valtakunnan tukkuliikkeisiin toimitettava juustovalikoimapakkaus.
Esikäsiteltyjen kasvien laatu- ja turvallisuuden kehittäminen 2003-2004	Pyhäjärvi -instituutti Ruukinpuisto, 27500 Kauttua maarit.horne-ekman@pyhajarvi-instituutti.fi Sa, Uu, Hä, VS	Kohderyhmän vihanneksia, juureksia ja perunoita käsittelevät pienyritykset. Tavoitteena on tuoteturvallisuuden lisääminen esikäsiteltyjen kasvien tuotantoketjussa selvittämällä ongelmakohtat. Myös suurkeittiöille levitetään tietoa kasvien oikeasta käsittelystä ja säilytyksestä.

Ensimmäiset Portaat luomuun -diplomit käytössä - Valmennukset jatkuvat

Suomen ensimmäiset Portaat luomuun -diplomit myönnettiin 39 ammattikeittiölle Helsingissä 28. tammikuuta. Portaat luomuun -ohjelmassa ammattikeittiöt sitoutuvat säännölliseen luomuraaka-aineiden käyttöön ja ilmoittavat asiakkailleen käyttämistään luomuraaka-aineista diplomin avulla. Portaat luomuun -diplomin saaneista keittiöistä suurin osa on koulujen ja oppilaitosten keittiöitä (22 kpl). Mukana on myös päiväkotien (5), palvelutalojen (2) sekä henkilöstöravintoloiden ja kahviloiden (10) keittiöitä. Suurin osa keittiöistä on ensimmäisellä tai toisella portaalla. Suoraan kolmannelle portaalle hakeutui vain yksi keittiö. Säännöllisesti käytettäviksi päivittäistuotteiksi keittiöt ovat valinneet mm. luomumaitoa, -piimää, -vehnä jauhoja, -ruisjauhoja, -hiutaleita ja -perunoita. Osa diplomikeittiöistä suunnittelee jo siirtymistä valmennusohjelman seuraavalle portaalle.

Portaat luomuun -valmennusohjelma jatkuu tänä vuonna uusilla koulutuksilla. Lista koulutuspäivistä on ohessa. Valmennusohjelmassa jo mukana olevia keittiöitä konsultoidaan ja heille järjestetään yhteisiä tapaamisia, sillä ohjelman tärkeänä tavoitteena on myös luomua käyttävien ammattikeittiöiden verkottaminen. Hyviä kokemuksia Portaat luomuun -keittiöiden välisestä yhteistyöstä on jo kuulunut kentältä. Etenkin pienten yksityisten keittiöiden kannattaa yhdistää voimansa ja tehdä tarjouspyynnöt luomuraaka-aineista yhdessä.



Portaat luomuun -ohjelman toteuttavat Finfood LUOMU ja Luomukeittokeskus ja rahoittajana on Maa- ja metsätalousministeriö.

Ilmottautumiset ja lisätietoja

Heli Toivonen

Luomukeittokeskus

PL 89

77601 Suonenjoki

puh. (017) 616 7196

fax. (017) 616 7186

luomu@luomukeskus.net

www.luomukeskus.net

Portaat luomuun -valmennusohjelman maksuttomat koulutuspäivät vuonna 2003

- 16.4. Lahti
- 20.5. Vaasa
- 21.5. Pietarsaari (ruotsinkielinen)
- 3.6. Järvenpää
- 28.8. Jyväskylä
- 10.9. Rovaniemi
- 29.10. Helsinki

Lisäksi

- 15.5. Tampere, Portaat luomuun -valmennusohjelman esittelytilaisuus

Lähirookapiirit tutuksi -hanke 2002 - 2003

Ruokapiiri on ryhmä ihmisiä, jotka ostavat ruokansa yhdessä. Yleensä ruokapiiri tilaa maataloustuotteita tai niiden jalosteita kuten juureksia, vihanneksia, lihaa tai viljatuotteita suoraan lähiseudun maanviljelijöiltä. Lisäksi ruokapiiri voi tilata tukuista ja kehitysmaa-/ekokaupoista erilaisia tuontituotteita kuten papuja, linssejä, kahvia, teetä tai vaikkapa ympäristöystävällisiä pesuaineita. Lähes aina ruokapiirit haluavat tuotteensa luonnonmukaisesti viljeltynä, ja ruokapiirien tuotteet ovat useimmiten myös lähirookaa, sillä ne tilataan lähiseudun viljelijöiltä. Näin kuljetusten aiheuttamat ympäristövaikutukset ovat vähäisiä. Ruokapiiri on yleensä paitsi ruoanhankintatapa myös mukavaa yhteistoimintaa piiriläisten kesken. Lisäksi se vahvistaa kuluttajien ja maanviljelijöiden välistä yhteyttä. Varsinkin kaupunkilaislapsille voi olla jännittävää ja avartavaa käydä vierailulla maatilalla, jossa heidän ruokansa kasvatetaan.

Ruokapiirejä löytyy lähes joka puolelta Suomea. Yliopistoissa toimii opiskelijoiden vetämiä varsin isoja ruokapiirejä. Jotkut ruokapiirit ovat rekisteröityneet yhdistyksiksi tai osuuskunniksi, toiset taas toimivat hyvin pienimuotoisesti ja epämuodollisesti. Tuotteiden tilaus-, toimitus- ja laskutus tavat vaihtelevat eri ruokapiirien välillä.

Vihreän Sivistys- ja Opintokeskuksen (ViSiO) Lähirookapiirit tutuksi –projektiin tavoitteena on tuottajien ja kuluttajien yhteyden vahvistuminen sekä ihmisten mielenkiinnon, tietoisuuden



ja vastuun kasvattaminen ruokansa alkuperästä. Lisäksi halutaan luoda ja vahvistaa vaihtoehtoisia ruoanhankinta- ja myyntiverkostoja lähirookapiirin avulla sekä luoda uusia toimeentulomahdollisuuksia maanviljelijöille. Projektia tukee ympäristöministeriö. Toukokuun 2003 aikana avataan osoitteessa <http://ruokapiiri.net> verkkosivut tukemaan ruokapiirien toimintaa. Sivuilta löytyy mm. ohjeita ruokapiirin perustamiseen ja pyörittämiseen, tietoa luomu- ja lähiruoasta sekä yhteystietoja. Sivujen kautta minä tahansa ruokapiirin on myös mahdollista siirtää tilauslomakkeensa internetissä toimivaksi. Tämä helpottaa olennaisesti ruokapiirin toiminnan pyörittämistä. Sivujen on tarkoitus palvella niin ruokapiirejä kuin tuottajia, jotka etsivät vaihtoehtoisia markkinakanavia tuotteilleen. Koottu tieto ruokapiiritoiminnasta tulee tarpeeseen, sillä tällä hetkellä sitä on varsin hajanaisesti saatavilla.

Mikä on ViSiO?

Vihreä Sivistys – ja Opintokeskus, ViSiO, on opetusministeriön hyväksymä valtakunnallinen aikuisoppilaitos, joka edistää ja tukee aikuiskoulutuksen ja kulttuurin keinoin ekolo-

gisesti kestävää elämäntapaa, oman elinympäristön kehittämistä, luonnon monimuotoisuutta, monikulttuurista yhteiskuntaa ja kansalaisdemokratiaa. ViSiOta ylläpitää Vihreä Sivistysliitto ry.

Yhteystiedot

Vihreä sivistysliitto ry
Ruoholahdenranta 1 E 2.krs
00180 Helsinki
puh (09)612 9120
visio@kaapeli.fi
www.visio.org

Menestyvä yrittäjä huolehtii itsestään

Yrittäjän kulut ovat tiedossa, tulot eivät ole

Yrittäminen on tekemistä. Se on osaamisen ja perinteiden siirtämistä tämän hetken kautta tulevaisuuteen. Yrittäminen on verkottumista ja verkostojen aktiivista hyödyntämistä. Yrittäminen on jatkuvaa oppimista, uuden tiedon ja uusien mahdollisuuksien metsästämistä. Yrittäminen on niin monenlaisia asioita, ettei tutkimuksella ole yrittäjyydestä yksiselitteistä määritelmää.

Itse jäin yrittäjäksi aivan 1980-luvun lopussa. Verottaja hyväksyi minut yrittäjäksi, kun oivalsi, että toimintaani liittyi riski. Näin verottaja hyödynsi ensimmäistä tiedossamme olevaa yrittäjyyden määritelmää. Se on peräisin 1700-luvulta. Sen mukaan yrittäjä on jokainen, jonka toiminnan kulut ovat tunnettuja, mutta tulot epävarmoja ja tuntemattomia.

Leipäni ei tule enää samoista tekemisistä kuin viisitoista vuotta sitten. Se osoittaa verottajan päättäneen oikein yrittäjyydestäni. Uudemmat yrittäjyyden määritelmät sanovat, että yrittäjä tekee aina jotakin uutta ja innovatiivista. Hän muuttaa maailmaa ja muuttuu samalla itse.

Uuden tekemisen ristiriidat

Uuden tekemisellä on kaksi ristiriitaista seurausta. Toisaalta yrittäjä saattaa tuoda ympäristöönsä sellaista uutta ja erilaista, että se tulkitaan poikkeavuudeksi. Voi olla, että ympäristö pitää yrittäjää kummajaisena, jonka

sortin kylähulluna. Kummajaisesta ei oikein tiedä, kuinka siihen pitäisi suhtautua. Siksi tekemisiä seurataan tarkasti. Toisaalta, koska yrittäjyys on tekemistä, yrittäjä keksii sitä monesti yli oman tarpeen, toisillekin tehtäväksi. Näin yrittäjä tuo ympäristöönsä työtä ja juuri sitä voimaa, joka luo taloudellista kehitystä. Yrittäjä on siis samanaikaisesti outo lintu ja veturi, jonka ideoita ja dynaamisuutta yhteiskunta tarvitsee.

Yrittäjyyden veturi-ominaisuudet vaikuttavat siihen, että yhteiskunta on aina hädän hetkinään huutanut yrittäjiä apuun. Kun vanhat keinot yhteiskunnan hoitamiseksi eivät enää toimi, yrittäjä on se, joka luo uutta voimaa ja vetoa. Maan hallituksessa ja ministeriöissä ryhdytään miettimään, kuinka olemassa olevaa yrittäjyyttä voitaisiin edistää, mikä houkuttelisi uusia ihmisiä yrittäjiksi ja millaista osaamista yrittäjä tarvitsee. Näin minustakin tuli yrittäjä, joka miettii, tutkii ja kouluttaa yrittäjyyteen liittyvää osaamista.

Yrittäjä tarvitsee omaa ja ostettua osaamista

Osaamista voi ostaa. Kirjanpito-, verotus-, laki- ja patenttiasiat ovat ostettavissa. Sen sijaan varsinainen tuotteen tekeminen, markkinointi, verkostojen rakentaminen, ideointi, tulevaisuuden miettiminen, oman osaamisen arviointi ja kehittäminen, yrittäjänä jaksaminen ja uudistuminen ovat esimerkkejä asioista, joihin liittyvää osaamista ei voi ostaa. Yrittäjän on osattava ne itse.

Ehkä hankalinta yrittäjyyden kehittämisessä on, että arkinen tekeminen täyttää yrittäjän ajan. Työ täyttää päivät. Toinen hankaluus on oman osaamisen arviointi. Kun oppimista tapahtuu koko ajan niin monilla alueilla, sitä on vaikea huomata oppimiseksi ja osaamisen kasvuksi. Arjessa oppimisesta ja osaamisesta tulee itsestäänselvyys.

Yrittäjä oppijana

Itsestäänselvyyksille ei tule antaneeksi merkitystä, koska ne ovat itsestään selviä. Mutta mikäli päivittäin toteutuvaa oppimistaan ei huomaa, sillä on yrittäjyyden kannalta kaksi vakavaa seurausta. Toinen seuraus on, että huomaamatta jäävää oppimista ei voi hyödyntää liiketoiminnan kehittämisessä, toinen on oppijaminäkuvan kehous. Jos et nimittäin anna omalle oppimisellesi merkitystä, et myöskään huomaa, kuinka hyvä oppija olet. Vain hyvä oppija uskaltaa nähdä monenlaisia uudistumisen haasteita.

Vääristynyt minäkuva itsestä oppijana tuottaa vääristynyttä tietoa kaikilla elämän alueilla.

Jokainen yrittäjä tietää enemmän kuin tietää tietävänsä. Jokaisella yrittäjällä on piilevää, hiljaista osaamista, jota voitaisiin hyödyntää paremmin. Miten piilevä, hiljainen tieto saadaan näkyville ja hyödynnettyksi? Vaikka tuo onkin tuhannen taalan kysymys, vastauksiakin on olemassa. Yksi on pysähtyminen, miettiminen, asioiden katsominen eri näkökulmasta kuin mihiin arki antaa mahdollisuuksia.

Mistä uudet asiat tulevat?

Ajattelepa ajatus, jota et ole koskaan ennen ajatellut.

Mitä huomasit? Pystyitkö ajattelemaan jotakin aivan uutta, jotakin mikä ei ole koskaan edes käynyt mielessäsi? - Oma kokemukseni on, että absooluuttisen uuden ajattelu ei onnistu. Uusi tulee aina ulkopuoleltamme. Uusi tulee ystävilta, asiakkailta, lehdistä, kirjoista, radiosta, televisiosta, matkoilta, messuilta...

Yrittäjälle oman tuotteen tekeminen on monesti kaikkein mieluisinta. Kouluttautumiseen ja verkostojen kehittämiseen käytetty työpäivä saattaa tuntua menetetyltä työpäivältä. Niinhän asia tässä hetkessä onkin. Kuitenkin erilaiset koulutus-, ideointi- ja teematilaisuudet ovat välttämätön sijoitus yrityksen tulevaisuuteen. Uusi voi tulla mistä tahansa, mutta se tulee aina ulkopuoleltamme niistä yhteyksistä, joita meillä on maailmaan. Yrittäjälle monipuoliset yhteydet ovat välttämättömyys.

Lillukanvarsia vai viisasta yrittämistä?

Tavallaan viranomaiset huolehtivat siitä, että yrityksen vero- ja lakiasiat tulevat huolehdituiksi. Yrittäjän omalle vastuulle jäävät esimerkiksi oman toiminnan ja tulevaisuuden pohtiminen, yrittäjänä jaksaminen, ideointi, verkottumisen taidot ja kokonaisnäkemysten hankkiminen omalta alalta. Arjen kiire kompastuttaa lillukanvarsiin. Jos kuitenkin aika ajoon katsot oman osaamisesi kristallipalloon, yrit-

täjäytesi näkyy sellaisena kuin se oikeasti on – rohkeana, harkittuna ja uutta innovoivana riskin ottamisena, josta kaikesta huolimatta päivittäin innostut.

Viisas yrittäjä onkin mukana osaamiskeskusten ja kouluttajien verkostoissa. Hän hyödyntää niitä. Hän myös vaatii, että annettu koulutus on korkeatasoista ja todella palvelee hänen oman yrityksensä kehittämistä.

Koska me ihmiset opimme myös toistemme kokemuksista, vain vuorovaikutteinen koulutus on hyvää koulutusta. Yrittäjien kouluttajan on hallittava vuorovaikutteiset työskentelytavat. Hänen pitää myös käyttää niitä. Lisäksi kouluttajan on tietysti hallittava laajalti aiheensa. Parhaassa tapauksessa kouluttajalla on myös omaa elämäkokemusta siitä, mitä yrittäminen arjessa tarkoittaa. Näillä edellytyksillä toteutuu tehokkaimmin myös osaamiskeskusten ja yrittäjien yhteinen tavoite - hyvinvoinnin ja dynaamisuuden leviäminen yritysten ympäristöön.

Julkaisuja:

Motivoiva johtajuus. Verkko-oppimisen materiaali TTY/Edutech, 2002; Koskenlaskijana työelämässä. Otava, 1999;

Selvästi hyvä kouluttaja. Mannerheimin Lastensuojeluliitto, 1997; Lenkkarienkelit, kirja kuolemasta, surusta ja uudesta elämästä. Otava, 1997;

Tarina kahdesta sammakosta eli kuinka löydät itsestäsi selviytyjän. Otava, 2.p.1995.

Lisätietoja

Sesam Talent

Hilkka Laukka-Sinisalo

Karhunkatu 63

33530 Tampere

puh. (03) 255 8986, 040 545 7232

fax. (03) 255 0526

laukka@sesamtalent.com

www.sesamatalent.com

Tarinat yrittäjyydestä rakentavat yrittäjyyttä

Jotta voisit ymmärtää jonkin tarinan, sinun on ensin ymmärrettävä, millaisessa elämän sekamelskassa se on tapahtunut. On ymmärrettävä normaaliolosuhteet ja poikkeustilanteet. On myös ymmärrettävä, mikä muu olisi voinut toteutua. Itse asiassa tarinan ymmärtävät vain ne, joilla on sen aiheeseen liittyviä esiyymmärryksiä.

Yrittäjyyteen liittyvät esiyymmärrykset ja/tai niiden puute voisivat olla yksi selitys sille, miksi yrittäjyys jakautuu alueellisesti eri tavoin. Kerronnallisen eli narratiivisen käsityksen mukaan jonkin aihepiiriin tekemiset ja toiminnot toteutuvat vain, mikäli yhteisön esiyymmärrysten joukossa on ennestään aihepiiriin liittyviä tarinoita. Olemassa olevat tarinat ovat myös edellytys sille, että ihmiset ymmärtävät ja hyväksyvät aihepiiriin liittyviä uusia tekoja. Toisaalta uusia tekoja syntyy vain, jos on ihmisiä niitä tekemässä.

Jos ei ole tekijöitä, ei synny tarinoita. Virolaiset ystävät kertovat, että neuvostovallan aikana heiltä katosivat esimerkiksi lihanleikkaajan ja satulasepän ammatit. Kun ammatteja ei ollut, ei syntynyt uusia tarinoita. Entiset tarinatkaan eivät pysyneet hengissä ilman tekijöitä ja tekemisestä kertomista. Näin yhteiset esiyymmärrykset katosivat.

Yhteisössä elävät monenlaiset yrittämisen tarinat tukevat uuttakin yrittämistä. Sen sijaan, jos joku uudessa Virossa halusi lihanleikkaajaksi tai satulasepäksi, hän joutui lähtemään liikkeelle täysin tyhjästä, kenties ha-

keutumaan koulutukseen maan ulkopuolelle ja rakentamaan itse kaikenlaiset toiminnan mahdollistavat verkostonsa. Hän ei saanut evääkseen ja tuekseen yhteisönsä omiin kokemuksiin perustuvaa viisautta.

Mitä laajempi ja monipuolisempi kulttuuristen esiyymmärrysten varasto on, sitä enemmän meillä on toiminnan malleja ja yhteyksien luomisen mahdollisuuksia. Kulttuurin toiminnan kannalta tarinat ovat eri aiheisiin liittyvä "sanavarasto".

Esimerkiksi yrittäjyyden jokaisella tarina-sanalla on oma merkityksensä.

Sanavaraston tavoin tarinavarasto on yksilöiden käytettävissä. Oman yhteisönsä tarinoista yrittäjät tunnistavat, millä teoilla vahvaa yrittäjyyttä rakennetaan. Jokainen tarina on myös moraalinen kannanotto siihen, kuinka asioiden tulisi olla. Lisäksi tarinat antavat oivalluksen siitä, miten oma toiminta liittyy aiempaan yrittäjyyteen ja mitä uutta se siihen tuo. Yrittäjyystarinat tarjoavat yksittäiselle yrittäjälle lintuperspektiivin eli meta-aseman, jossa omat kokemukset näkyvät toisten yrittäjien läpikäymien kokemusten läpi. Tämä on erityisen arvokasta arjen ongelmatilanteissa ja tulevaisuuden suunnittelussa.

Elinvoimainen yrittäjyys syntyy teosta ja tarinoista. Rikas yrittäjyyden tarinavarasto tukee yrittäjyyttä, sillä vain elämää ymmärtänyt pystyy kertomaan sen tarinoina.

Kirjoittaja valmistelelee väitöskirjaa aineistonaan pienten elintarvike-yrittäjien tarinat omasta toiminnastaan.

Lisätietoja

Sesam Talent

Hilkka Laukka-Sinisalo

Karhunkatu 63

33530 Tampere

puh. (03) 255 8986, 040 545 7232

fax. (03) 255 0526

laukka@sesamtalent.com

www.sesamatalent.com

Kasvisten kulutuksen lisäämismahdollisuuksia ja keinoja

Suomalaiset syövät edelleen vähemmän kasviksia ja hedelmiä kuin monet muut eurooppalaiset. Keski-vertosuomalainen syö päivittäin ruokavaliossaan 350 grammaa kasviksia. Yleinen menekinedistämisavoite on nostaa kulutus nykyisestä 350 grammasta 500 grammaan. Miten kasviketjun eri osapuolet voivat vaikuttaa tavoitteen toteutumiseen? Miten kauppa näkee alan kehityksen? Miten yrittäjä vastaa markkinoiden haasteeseen? Näihin kysymyksiin haettiin vastauksia Elintarvikealan Osaamiskeskus ELO:n vihannesteemapäivillä Euran Kauttualla 20.3.2003. Paikalle oli koontunut noin 50 yrittäjää peruna- ja juureskuorimoista, vihanneskäsittelylaitoksista, avomaavihanneksia viljelevistä ja kauppakunnostavista yrityksistä sekä muista alan asiantuntijoista. Järjestäjänä toimivat Pyhäjärvi-instituutti ja VTT Biotekniikka.



rän kasvattaminen sekä tuomalla työpaikkojen kokous- ja seminaaritarkoituksiin kasvispitoisia vaihtoehtoja perinteisten keksien ja leivonnaisten rinnalle. Kasvispitoisten reseptien toimitamisella kouluihin ja työpaikkaruokaloihin voidaan vaikuttaa kasvisten käyttöön. Kotona vanhemmat voivat varmistaa koululaisten välipalojen terveellisuuden kuorimalla juurekset napposteluvalmiiksi jääkaappiin. Kuluttajat odottavat myös tuotteita, jotka ovat helppoja valmistaa ja käyttää. Aterian valmistukseen kuluva aika halutaan minimoida. Vaikka valmiiksi pesytyt, kuoritut ja viipaloidut eivät vielä ole lyöneet itseänsä läpi kuluttajalla, tulevat ne lähivuosina vähittäiskauppaan samalla tavalla kuin esimerkiksi valmiiksi siivutetut leivät ja leikkeleet.

Palvelutiskikaupan kehittyminen edistää tuoresalaattien ostoa vkhyllystä

Ruoka-Keskon aluetuotepäällikkö Olavi Mahlamäen mielestä suomalainen kuluttaja ei ole oppinut vielä käyttämään vkhyllystä myytäviä valmisalaatteja. Parhaiten tuoresalaattisekoitukset ovat lyöneet läpi sinkkujen asuttamassa ja urbaanin take-away lounaskulttuurin omaksuneessa Helsingissä. Palvelutiskeiltä sen sijaan broilerilla, kinkulla tai tonnikalalla höystetyt lounassalaatit liikkuvat jo selvästi ”liukkaammin”. Tuoresalaattien kasvu edellyttää teollista toimin-

tamallia, lämpötilahallintaa viljelijältä vähittäiskauppaan, yhtenäiset toimintamallit ketjuissa ja kuluttajien lisääntyvä halu ostaa pakattuja tuotteita pakkaamattomien kustannuksella esim. hygieniasyistä. Mahlamäki näkee, että palvelutiskimyynnin kehittyminen luo aikanaan edellytykset myös hyllykaupan kehittymiselle.

Tuoresalaatit arkipäivää suurkeittiöissä

Suurkeittiöissä esikäsiteltyjen vihannesten ja hedelmien käyttö on Meirano Oy:n hankintapäällikön Erkki Vartiaisen mukaan lähes kaksinkertaistunut vuosittain siitä kun niiden myynti 1980-luvun lopulla Suomessa alkoi. Käytetyimmät tuotteet ovat amerikansalaatti, sipulikuutio, porkkanaraaste. Hän näkee, että esikäsiteltyjen kasvisten kysyntä kasvaa jatkossakin. Edesauttavia tekijöitä ovat valmistajien pieni hävikki, helppo hyödynnettävyys vaihtuvissa tilanteissa, henkilökunnan vähäisyys keittiöissä kuin myös asiakaspaikkojen maksimointi keittiö- ja kylmävarastotilojen kustannuksella. Suurkeittiöt pitävät tärkeänä, että tuotteet ovat lisäaineettomia ja kotimaisia. Lisäksi toivotaan informaatiota tuotteiden käyttäytymisestä ja tuotevalikoimasta, pitkää käyttöaikaa ja nopeaa toimitusrytmiä. Tuotteen laadun pitää olla yhtä hyvä kuin se olisi itse tehty.

Tarvetta ja keinoja lisätä kulutusta

Kasvisten menekkiä edistetään lähes kaikissa Euroopan maissa, sillä lisääntyneellä kasvisten syönnillä on kiistatta positiiviset vaikutukset niin elämänlaatuun kuin myös elinkeinoelämään. Kotimaiset Kasvikset ry:n ”Puoli kiloa päivässä” -kampanjoinnin tarvetta laatu- ja turvallisuusnäkökulmista. Kotimaiset Kasvikset ry:n ”Puoli kiloa päivässä” -kampanjoinnin tarvetta laatu- ja turvallisuusnäkökulmista. Keinoja lisätä kasvisten kulutusta ovat esim. kasviksia sisältävien aterioiden mää-

Kustannuspaikkalaskenta kannattavan toiminnan perusedellytykset

Yrittäjä Jukka Heinäsuo Hämeenkyröstä korosti puheenvuorossaan kustannusten selvittämistä ja kohdentamista oikeille kustannuspaikoille, jotta yritystoiminnan kannattavuutta voidaan parantaa ja suunnitella tulevaisuutta. Nämä asiat ovat erityisen tärkeitä maatilakäytäntöissä yrityksissä, joissa vihannesten käsittelyn ohella on myös muita tulolähteitä ja niiden aiheuttamia kustannuksia. Kustannuspaikkalaskennan ja taloudellisen tuloksen selvittämiseksi kustannuspaikkojen määrittämistä erikseen kullekin maatilalla eri osa-alueille, tilikartan uudelleen järjestämistä ja uusien tili-

en avaamista, kiinteiden kustannusten jakamista ja vyöryttämistä eri kustannuspaikoille käytön mukaisesti sekä työaikojen laskemista ja kellottamista.

Hyödynnä tutkimuslaitosten ja alan muiden yritysten osaaminen

Ilmapäivän alustuksissa keskityttiin vihanneskäsittelylaitosten ja pienkuorimoiden tila- ja laitesuunnitteluun, prosessointi- ja pakkaustekniikoihin sekä jätteenkäsittelyyn. Riitta Kervinen VTT Biotekniikasta kertoi eri käsittelymenetelmistä ja keinoista turvata esikäsitteltyjen tuotteiden turvallisuus sekä ulkoinen ja sisäinen laatu tuotantoprosessissa. Aihealueina olivat perunan

raakatumminen ja kuorintaprosessi, apuaineiden käyttö pesussa, kasvien soluhengityksen hidastaminen eri pakkaustekniikoilla ja –materiaaleilla. Alustuksissa tuotiin esille myös tila-, laite- ja prosessisuunnittelun merkitys vihanneskäsittelylaitoksen toimivuuden ja taloudellisuuden yhtenä osatekijänä.

Lisätietoja

Harto Ylitalo

ELO aluekoordinaattori

Pyhäjärvi-instituutti

Ruukinpuisto

27500 Kauttua

puh. (02) 838 0613, 050 517 9784

harto.ylitalo@pyhajarvi-instituutti.fi

Elintarvikkeiden alkutoimiala

Jarmo Markulan tekemän Maatalouden elintarvikesuuntaista erikoistumista koskevan esiselvityksen pohjalta on laadittu vielä julkaisu: Elintarvikkeiden alkutoimiala, joka on saatavana osoitteesta:
<http://honeybee.helsinki.fi/mmtal/docs/alkutoimiala.pdf>

Lisätietoja

Jarmo Markula

Taloustieteen laitos

PL 27

00014 Helsingin yliopisto

puh. (09) 1915 8984, 050 572 4871

jarmo.markula@helsinki.fi

Innovaatiotyöryhmä hanketoiminnan tueksi

Kanta-Hämeen, Päijät-Hämeen ja Kymenlaakson elintarvikehankkeiden toiminnan tueksi on 2.12.2002 perustettu innovaatiotyöryhmä. Työryhmän asiantuntemusta käytetään hyväksi sekä hanke- että yritystoiminnan kehittämisesä.

Innovaatiotyöryhmän tehtävänä on jalostaa uusia tuoteideoita, toimintamalleja ja yhteistyötapoja. Ryhmä edesauttaa kehittämissideoiden hankkeistamisessa ja rahoitusvaihtoehtojen etsimisessä sekä tiedonvälityksessä kentälle.

Työryhmä on kokoontunut kahdesti. Jollas Instituutissa 8.4. pidetyssä kokouksessa paneuduttiin asiantuntija-valmentajan Teuvo Rahikaisen johdoksella aiheeseen ”yksilön ja yhteisön voimavarojen vapauttaminen ja suuntaaminen” sekä tutustuttiin luovuustyökaluihin. Casen ja tuplatiimin

avulla synnyttiin ulkomaan opintomatkoja varten pelisäännöt/toimintamalli, jonka avulla opintomatkan hyödyt ja kehittämissideat viedään käytännön toimintaan yrityksissä.

Innovaatiotyöryhmään kuuluvat tällä hetkellä:

Pekka Rusila, toimitusjohtaja, Suomen Luomukeppä Oy (pj)

Raija Ahvenainen-Rantala, päätoimittaja, Kehittyvä Elintarvike -lehti

Hannu Korhonen, professori, MMT Elintarvikkeiden tutkimus

Timo Kämäri, toimitusjohtaja, Kankaisten Öljykasvit Oy

Juha Mäkelä, keittiömestari-kouluttaja, Jollas Instituutti

Kari Ventola, toimitusjohtaja, BN Consulting Oy

Anne Wikström, kehityspäällikkö, EKES-Yrityspalvelut

Anu Koverola, projektipäällikkö, ProAgria Kymenlaakson Maaseutukes-

kus

Tuula Taavila, kehityspäällikkö, ProAgria Kymenlaakson Maaseutukeskus
Jukka Hallikas, projektipäällikkö, Agropolis Oy

Reijo Kuusinen, projektipäällikkö, Agropolis Oy (siht.)

Lisätietoja ryhmän työskentelystä saa Pekka Rusilalta (puh. 050 500 2009) tai Reijo Kuusiselta (puh. 040 773 6776). Tuplatiimin käytöstä ja hyödyntämisestä elintarvikehankkeiden asiantuntijaryhmissä saa lisätietoja Teuvo Rahikaiselta (puh. 040 514 4038).

Lisätietoja

Reijo Kuusinen

Agropolis Oy

puh. 040 773 6776

reijo.kuusinen@agropolis.fi

Logistiikkahankkeiden yhteisseminaari

Etelä-Suomen liittouma järjesti 9.4.2003 InnoELLI -ohjelman logistiikkahankkeiden yhteisseminaarin. Seminaari oli suunnattu kaupunkien ja kuntien johtajille, kuntien elinkeinoasioista vastaaville sekä kuntien palvelukuljetuksista vastaaville. Tilaisuudessa paneuduttiin noin 50 henkilön voimin myös elintarvikelogistiikkaan.

Osoitteesta <http://www.etela-suomi.fi/pdf/seminaariyhteenveto.PDF> löytyy yhteenveto seminaarin annista sekä luennoitsijoiden esittämää aineistoa.

Lisätietoja

Tiina Piilo

puh. (09) 1915 8454, 050 592 4794

tiina.piilo@helsinki.fi

Elintarvikealan ammattitutkintojen markkinointi

Osaaminen on keskeinen kilpailutekijä eri toimialoilla; myös elintarvikealalla. Muullekin elintarvikealalle kuin leipomoalalle valmistuivat ammattitutkintojen perusteet vuonna 2001. Tuolloin elintarvikealalla koulutusmahdollisuudet avautuivat ja laajenivat olennaisesti. **Ruoka-Suomi –teemaryhmä näkee elintarvikealan ammattitutkinnot yhdeksi merkittäväksi mahdollisuudeksi elintarvikealan ammatillisen osaamisen lisäämisessä.**

Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmän hyväksyi vuosille 2001 - 2004 Kolmannen valtakunnallisen maaseutupolitiikan kokonaisuohjelman, Ihmisten maaseutu – tahdon maaseutupolitiikka. Sen mukaan elintarvikealan pienyrittäjyyden kehittäminen edellyttää kehittäjäorganisaatioiden aloitteellisuutta asiantuntijapalveluiden tarjoajana. Maaseutuohjelman konkreettinen toimenpide-ehdotus numero 83 esittää, että *vahvistetaan elintarvikealan pk-yrittäjyyttä ja yrittäjien osaamista liiketoiminnan eri osa-alueilla.* Vastuutahoiksi em. toimenpiteille on määriteltä mm. koulutusorganisaatiot ja Ruoka-Suomi –teemaryhmä.

Ruoka-Suomi –teemaryhmän vuoden 2003 toimintasuunnitelmassa on mainittu ammattitutkintojen markkinoinnista seuraavasti: *Ruoka-Suomi -teemaryhmä keskittyy elintarvikealan koulutusta ja neuvontaa koskevissa kehittämistoimissa elintarvikealan uuden tutkintorakenteen mukanaan tuomiin tiedotus- ja koulustoitimenpiteisiin. Tavoitteena on toteuttaa uusien elintarvikealan ammattitutkintojen markkinointikampanja, jonka valmis-*

telu on aloitettu jo vuoden 2001 lopulla. Markkinointikampanjan vastuuyksikkö on teemaryhmän jäsenistä ELO-FOOD (Pohjois-Karjalan aikuisopisto)

Näkemyksemme mukaan informaatiota eri koulutusmahdollisuuksista ja koulutuksen suorittamistavoista ei pystytä riittävästi levittämään yksittäisten kehittäjä- ja koulutusorganisaatioiden toimesta vaan avuksi tarvitaan laajahko eri yhteistyötahoista koostuva toiminta, joka mahdollistaa tehokkaan ja järjestelmällisen ammattitutkinnoista tiedottamisen.

Elintarvikealan ammattitutkintojen markkinoinnin tavoitteena on lisätä elintarvikealalla toimivien ammatillista osaamista, tiedottaa näyttötutkintojärjestelmästä ja sen tarjoamista mahdollisuuksista pk-yrityksille ja niiden henkilöstölle sekä koulutuksen järjestäjille. Tiedotuksella ja markkinoinnilla aikaansaadaan pitkällä tähtäyksellä elintarvikealan ammattitutkintojen suoritusmäärien lisääntymisen. Edelleen vaikuttavuutena saavutetaan koulutus- ja kehittäjäorganisaatioiden aktivoituminen elintarvikealan ammattitutkintoihin liittyvän koulutuksen tarjonnassa ja toteutuksessa sekä näyttökokeiden järjestämisessä.

Markkinointikampanjan sisällöksi on kaavailtu 2 x 15 min televisiotietoisuuksia, esitemateriaalin tekemistä ja levittämistä sekä toimijoille suunnattuja koulutuspäiviä, joissa tuodaan esiin elintarvikealaa ja erityisesti alan ammattitutkintoja.

Elintarvikealan ammattitutkintojen markkinointi toisi mukanaan näkyvyyttä

ja täten lisäksi myönteisyyttä koko elintarvikealaa kohtaan. Näemme että kampanja samalla turvaisi koko elintarvikealan työntekijöiden saamista lisäämällä alan houkuttelevuutta esimerkiksi nuorten keskuudessa.

Elintarvikealan ja sen ammattitutkintojen markkinointikampanjan valmistelu on parhaillaan käynnissä. Tällä hetkellä kartoitamme elintarvikealan toimijoiden, erityisesti oppilaitosten ja kehittäjäorganisaatioiden kiinnostusta osallistua kampanjaan. Asiasta kiinnostuneiden toivotaan ottavan yhteyttä **16.5.2003 mennessä**

Lisätietoja

Pohjois-Karjalan aikuisopisto/ELO-FOOD

koulutuslavastaava Marja-Leena Hirvonen

puh. (013) 244 2397

marja-leena.hirvonen@pkky.fi

Oma maa mansikka

- paikallisuus osana liikeideaa 9.4.2003

Paikallisuus ja paikalliskulttuuri ovat toimivia voimavaroja yritysten tuotannossa ja markkinoinnissa. Niiden avulla yritykset voivat antaa tuotteilleen ja palveluilleen uusia ulottuvuuksia. Oma maa mansikka, paikallisuus osana liikeideaa -seminaarissa käsiteltiin paikallisuutta arvona sekä kuultiin esimerkkejä mahdollisuuksista paikalliskulttuurin hyödyntämisessä.

Seminaarin sisältö oli suunnattu elintarvike-, matkailu-, luonto- ja käsityöalan yrittäjille, kehittäjille ja kouluttajille sekä hallinnolle. Oma maa mansikka -seminaari pidettiin Hämeenkyrössä Koskilinnassa. Järjestäjinä olivat Ruokakulttuurimatkat -hanke, Ruoka-Suomi -teemaryhmä, Luontoyrittäjyyden osaajaverkostot laatutyön perustana (LUOLA) -hanke, Taito Alma -hanke, Hämeenkyrön maise-
mamatkailu -hanke sekä Suomen luontoyrittäjyysverkosto ry.

Seminaariin osallistui noin 90 henkilöä, jotka olivat pääasiassa yrittäjiä tai kehittämishankkeissa työskenteleviä asiantuntijoita. Mielestäni seminaarissa pystyttiin innostamaan osallistujia paikallisuuden hyödyntämiseen elinkeinojen kehittämisessä ja välittä-



"Kyröläinen parempi pöytä"

Kuvassa 9.4. seminaarin lounaspöytä paikallisista antimista

mään esimerkkejä jo toteutetuista paikallisuuden hyödyntämiscaseista. Erityisesti tuotiin esiin elintarvikkeiden nimisuojaajärjestelmän tarjoamat mahdollisuudet myös suomalaisille yrityksille.

Seminaarin materiaali löytyy sähköisesti osoitteessa

www.maaseutupolitiikka.fi olevasta Ruoka-Suomi -sivustosta

Lisätietoja

Heidi Valtari

Ruoka-Suomi -teemaryhmä, koordinaattori

puh. (02) 333 6416, 0400 487 160

heidi.valtari@utu.fi

Oppaita yritysten tukioorganisaatioille

EU-komissio on julkaissut oppaita yritysten tukioorganisaatioille. Mielestäni elintarvikealan pk-yrittämistä eteenpäin vievät hankkeet ovat käytännössä omalla toimialueellaan elintarvikealan yrittäjille ”yritysten tukioorganisaatioita”. Yritystoiminnan pääosasto on julkaissut ”hyvän toimintatavan” oppaan yritysten tukioorganisaatioille. Tämä myös suomenkielellä saatavissa oleva opas pyrkii antamaan tietoa yrityssuunnittelulle yrityksen syntyävävaiheesta sen kehitystarpeisiin. Opas löytyy kokonaisuudessaan myös suomenkielellä osoitteesta

http://europa.eu.int/comm/enterprise/entrepreneurship/support_measures/docs/bus_grow_fi.pdf

Toinen julkaisu on jo muutaman vuoden takaa ja se on tarkoitettu aloittavien yritysten tueksi.

Se löytyy Suomeksi osoitteesta http://europa.eu.int/comm/enterprise/entrepreneurship/support_measures/start-ups/help_guide/ct-25-99-980-fi-c.pdf

Lisätietoja

Heidi Valtari

Ruoka-Suomi -teemaryhmä, koordinaattori

puh. (02) 333 6416, 0400 487 160

heidi.valtari@utu.fi

Maaseutu turuille, toreille ja kauppahalleihin

Huhtikuussa 2003 alkanut ”Maaseutu turuille, toreille ja kauppahalleihin” on valtakunnallinen selvityshanke, jonka toteuttaa Turun yliopiston täydennyskoulutuskeskus. Hankkeessa tavoitteena on kartoittaa, mikä asema kauppahalleilla ja kauppahallikaupunkien toreilla on oman alueensa maatilatuotteiden myynti- ja markkinointipaikkoina sekä millaisia kokemuksia on jo toteutetuista kehittämistoimista ja mitkä ovat tulevaisuuden kehittämistarpeet. Hanke päättyy kuluvan vuoden lopussa, jolloin selvitystyön tulokset julkaistaan.

Hankkeen kohderymänä ovat kaikki Suomen kauppahallikaupungit ja niiden torit, maakuntien tuottajat ja jatkojalostustoimintaa harjoittavat maaseutuyritykset sekä halleissa ja toreilla toimivat yrittäjät ja yritykset. Mukaan selvitykseen otetaan myös kauppahallien ja –torien kauppiasyhdistykset, kaupunkien halleista vastaavat kunnalliset virkamiehet sekä maaseudun eri kehittäjätahot.

Lisätietoja

Suunnittelija Päivi Töyli

Turun yliopiston täydennyskoulutuskeskus

puh. (02) 333 6475, 040 565 8121

paivi.toyli@utu.fi

Pien- ja perheyrittäjäyys maaseutua elävöittämään

Maaseutu Suomessa ja muualla Euroopassa on kehityksensä tienhaarassa. EU:n tavoitteena on toisaalta lisätä varoja maaseudun kehittämiseen. Kesämökkien ja kakkosasuntojen omistajissa on monia, jotka ovat halukkaita käyttämään lisää maaseudun palveluita ja osallistumaan toimiin maaseutu ympäristön säilyttämiseksi ja kestäväksi kehittämiseksi. Väestön ikääntyminen maaseudulla tuo jo lähivuosina omat kohderyhmänsä ja mahdollisuutensa erilaisille tuotteille ja palveluille. Esim. lähiruoan kilpailuetuna voidaan nähdä paikallisuus, mikä lähentää maaseudun ja kaupungin toimijoita toisiinsa. Maaseudulle sijoittuva uusi yritystoiminta perustuu joka tapauksessa kuluttajien tarpeisiin ja vaatii siksi yrittäjien markkinointi- ja liiketoimintavalmiuksien parantamista.

Maaseudun ja elintarviketalouden kehittämissyhtiö Agropolis Oy ja Hämeen ammattikorkeakoulu, HAMK, ovat aloittamassa kolmivuotista hanketta, jonka tavoitteena on rakentaa pien- ja perheyrittäjäyden käynnistämiseksi, kehittämiseksi ja vakiinnuttamiseksi välttämättömien koulutus- ja kehittämispalveluiden osaamiskeskittymä. Toiminnan kohderyhmänä ovat maaseudulle yrittäjiksi aikovat ja siel-

lä jo toimivat palveluntarjoajat. Hankkeen avulla pyritään parantamaan varsinkin yrittäjien liiketoiminnallisia valmiuksia ja etsimään tarvitsijat ja potentiaaliset toteuttajat sellaisille, kokonaan uusillekin, maaseudun tuotteille ja palveluille, joille on kysyntää 5-10 v. tähtäimellä. Näitä ovat mm. luonto- ja ympäristöyrittäminen, matkailuyrittäminen, elintarvikkeiden jatkojalostus, lähiruokapalvelut, maaseudun urakointipalvelut, bioenergian tuotanto ja kuljetus sekä lämpölaitosten hoito, korjaamo- ja asentajapalvelut, tietotekniikka ja turvallisuusjärjestelmäpalvelut, alihankintapalvelut yrityksille ja yhteisöille, hoiva-alan palvelut ja palvelut vapaa-ajan asukkaille.

Pien- ja perheyrittäjäyden haasteisiin keskittyvä osaamiskeskittymä tulee toimimaan Hämeen ammattikorkeakoulun yhteydessä Tammelan Mustialassa ja hyödyntää Jokioisilla sijaitsevan Agropolis-tiedepuiston ja sen merkittävän voimavaran, MTT:n eli Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskuksen monipuolista tietotaitoa. Uuden osaamiskeskittymän kehittämistä tukee Etelä-Suomen lääninhallitus Euroopan sosiaalirahaston ja valtion varoin sekä lisäksi Forssan seudun kunnat.

Lisätietoja
toimialapäällikkö Juha Pirkkamaa
Agropolis Oy
puh. (03) 41 861, 040 580 3692
juha.pirkkamaa@agropolis.fi
www.agropolis.fi

sekä johtaja Ari Mikkola
HAMK
puh. (03) 6461, 0400 876 081
ari.mikkola@hamk.fi
www.hamk.fi

ELINVOIMAN EVÄÄT-HANKE

Valtakunnallinen seminaari 2 / 2003

Paikka: Mikkelin seurakuntakeskus, Savilahdenkatu 20, 50100 MIKKELI

Aika: 20.5.2003 klo 9.30 – 17.30

Seminaarin ohjelma

Aamukahvi 9.30 – 10.00

10.00 Tervetuloa!

Apulaiskaupunginjohtaja Juhani Alanen, Mikkelin kaupunki

Projektipäällikkö Kaj Työppönen, Efektia Oy

10.20 Seminaarin avaus.

Kansanedustaja Sirkka-Liisa Anttila

11.00 Ennakkoluuloton yrittäjyys

KTT Pekka Lehtonen, Helsingin yliopisto

12.30 LOUNAS

13.30 Yhteenveto elintarvikkeiden hankintakriteereistä.

Johtava konsultti Jaana Levo, Efektia Oy

Kahvi

14.45 Business menee verkkoon: elektroninen logistiikka elintarviketoimialalla

Toimitusjohtaja Juha Ropponen, Servinet Communication Oy

16.15 Yhteenveto seminaarista ja vapaata keskustelua.

17.30 Tilaisuus päättyy.

Ilmoittautuminen seminaariin 15.5.2003 mennessä Helena Sinikalliolle, helena.sinikallio@efektia.fi tai puh. (09) 771 2373.

Seminaari toteutetaan osana Efektia Oy:n, Suomen Kuntaliiton, MMM:n ja MTK:n rahoittamaa Elinvoiman eväät-hanketta. Seminaari on osallistujaverkostoille maksuton. Hankkeen pilottityöskentelyn/alueiden ulkopuolisilta tahoilta laskutamme 35 euron osallistumismaksun.

Elintarvikeyritykset

Elintarvikeyritykset (alle 20 henk.) toimialoittain 2/2003

	Teurastus ja lihanjalostus	Kalanjalostus	Vihannesten sekä marjojen ja hedelmien jalostus	Maidon jatkojalostus	Myllytuotteiden valmistus	Leipomotointa	Juomien valmistus	Muiden elintarvikkeiden jalostus	Yhteensä
Uusimaa	57	29	41	11	24	139	19	66	386
Varsinais-Suomi	53	59	56	13	32	76	14	57	360
Satakunta	37	13	34	3	6	48	3	18	162
Kanta-Häme	10	5	24	3	8	26	10	12	98
Pirkanmaa	21	3	15	8	12	72	9	4	144
Päijät-Häme	15	5	19	4	6	35	6	12	102
Kymenlaakso	14	8	25	4	8	39	4	17	119
Etelä-Karjala	13	11	16	0	8	40	4	13	105
Etelä-Savo	20	13	33	5	3	31	5	15	125
Pohjois-Savo	14	7	18	6	8	68	7	6	134
Pohjois-Karjala	13	17	29	4	8	55	9	21	156
Keski-Suomi	27	9	36	8	17	76	6	18	197
Etelä-Pohjanmaa	14	4	47	11	8	79	6	19	188
Pohjanmaa	12	24	12	1	3	51	1	8	112
Keski-Pohjanmaa	3	5	23	2	2	8	2	8	53
Pohjois-Pohjanmaa	22	20	22	14	7	58	6	29	178
Kainuu	5	4	22	2	3	20	2	5	63
Lappi	24	15	8	7	2	44	5	23	128
Ahvenanmaa	4	17	9	0	0	12	1	5	48
Yhteensä	378	268	489	106	165	977	119	356	2858
%	13	9	17	4	6	34	4	12	99

Elintarvikeyritykset (yli 20 henk.) toimialoittain 2/2003

	Teurastus ja lihanjalostus	Kalanjalostus	Vihannesten sekä marjojen ja hedelmien jalostus	Maidon jatkojalostus	Myllytuotteiden valmistus	Leipomotointa	Juomien valmistus	Muiden elintarvikkeiden jalostus	Yhteensä
Uusimaa	15	2	2	11	4	25	6	22	87
Varsinais-Suomi	9	6	4	2	1	10	2	6	40
Satakunta	6	0	4	1	1	4	1	3	20
Kanta-Häme	2	1	1	4	0	6	0	2	16
Pirkanmaa	6	0	1	1	1	14	1	2	26
Päijät-Häme	1	0	0	1	1	7	1	2	13
Kymenlaakso	1	0	0	1	0	5	0	0	7
Etelä-Karjala	1	0	0	0	0	4	1	1	7
Etelä-Savo	2	0	1	0	0	3	0	0	6
Pohjois-Savo	2	2	1	2	1	5	1	0	14
Pohjois-Karjala	1	0	0	4	0	7	0	0	12
Keski-Suomi	1	0	1	2	0	3	0	1	8
Etelä-Pohjanmaa	1	0	1	3	0	7	0	0	12
Pohjanmaa	1	0	4	2	1	3	0	0	11
Keski-Pohjanmaa	1	0	4	3	0	2	0	0	10
Pohjois-Pohjanmaa	3	0	1	1	1	7	0	2	15
Kainuu	1	0	2	0	0	0	0	0	3
Lappi	2	0	0	0	0	2	1	0	5
Ahvenanmaa	2	1	0	1	0	1	0	1	6
Yhteensä	58	12	27	39	11	115	14	42	318
%	18	4	8	12	3	36	4	13	98

Lisätietoja

Heidi Valtari

Ruoka-Suomi -teemaryhmä, koordinaattori

puh. (02) 333 6416, 0400 487 160

heidi.valtari@utu.fi

Haluatko Ruoka-Suomi tiedotteen?

Haluatko mukaan neljä kertaa vuodessa ilmestyvän, ilmaisen Ruoka-Suomi –tiedotteen jakelulistalle?
Ilmoittautuminen onnistuu kätevästi alla olevalla kortilla. Voit myös ilmoittautua sähköpostilla, puhelimella tai faksilla.

Sähköposti: arja.meriluoto@utu.fi

Puh. (02) 333 6476

Faksi: (02) 333 6331

Palvelukortti

___ Haluan Ruoka-Suomi -tiedotteen jakelulistalle

___ Ilmoitan osoitteen muutoksesta

Nimi

Yhteisö/yritys

Postiosoite

Postinumero ja -toimipaikka

Palautusosoite: Turun yliopisto
Täydennyskoulutuskeskus
Arja Meriluoto
Lemminkäisenkatu 14-18 B
20520 Turku

Ruoka-Suomi –tiedotteen ilmestyminen vuonna 2003

Nro	Materiaali toimitukseen	Ilmestyminen
3/2003	25.8.	10.9.
4/2003	17.11.	3.12.

Tapahtumakalenteri

14.5.2003	Elintarvikepäivä 2003, Helsinki Messukeskus (www.etl.fi)
14. - 16.5.2003	ELKO-messut, Helsinki Messukeskus (www.finnexpo.fi)
15. - 17.5.2003	Johtaminen, vuorovaikutus ja voimavarat, Seinäjoki
20.5.2003	Elinvoiman eväät -hankeeseen valtakunnallinen seminaari, Mikkeli (kts. s. 22)
21.5.2003	Elintarvikkeen ekologinen tie markkinoille seminaari, Kuopio (katri.lunnas@psaedu.fi)
26. - 27.5.2003	Valtakunnalliset XXIV ympäristöterveyspäivät, Kuopio (www.kkk.uku.fi)
31.7. - 3.8.2003	Farmari maatalousnäyttely, Oulu (www.farmari.net)
28. - 29.8.2003	Maaseutututkijatapaaminen, Maaseudun uusi aika -yhdistys ja MTT, Jokioinen (www.mtkk.helsinki.fi/mua.html)
5. - 7.9.2003	Kauhajoen ruokamessut, Kauhajoki (www.ruokamessut.fi)
7. - 8.10.2003	Elintarvikeyrityksen kehittämisen hankeseminaari, Ähtäri (arja.meriluoto@utu.fi)
11. - 15.10.2003	Anuga elintarvikemessut, Köln Saksa (http://193.99.40.28/auftritte/0250/html/00/index.htm)
6.11.2003	JuhlaLYHTY, Helsinki (tuija.mononen@joensuu.fi)
21. - 23.11.2003	ELMA -maaseutunäyttely, Helsinki(www.finnexpo.fi)

MAASEUTUPOLITIIKAN YHTEISTYÖRYHMÄ (YTR)

on valtioneuvoston asettama, usean hallinnonalan yhteistyöelin. YTR:n teema- ja työryhmät toimivat aloilla, jotka vaativat pitkäjänteistä valtakunnallista kehittämistyötä. Yksi näistä ryhmistä on Ruoka-Suomi -teemaryhmä.

www.maaseutupolitiikka.fi