Ruoka-Suomi

2 ▪ 2011

Ruoka-Suomi -tiedotuslehti

Ruoka-Suomi -tiedotuslehti kertoo elintarvikealan kehittämistyöstä. Lehti ilmestyy vuonna 2011 neljä kertaa. Numeroiden ilmestymis- ja materiaaliaikataulu on seuraava:

nro	materiaalin dl	ilm.
1	2.2.	18.2.
2	11.5.	27.5.
3	24.8.	9.9.
4	16.11.	2.12.

Kunkin numeron painomäärä on noin 2000 kpl. Jakelulistalla on 1500 elintarvikealan toimijaa. Levitä tiedotetta kaikille, joita elintarvikealan kehittäminen kiinnostaa.

Toimitus

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

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

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

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

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

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

Sisällys

Ruoka – mikä olisikaan parempi keskustelunaihe? 1
Koulutushanke parantaa pienten elintarvikeyritysten kilpailukykyä 2
Suomalaisen ruokakulttuurin edistämisohjelma (Sre) päättyi 3
Suomen 100 Lähiruokakohteet -kirja, joka yhdistää hyvän ruoan ja kotimaanmatkailun 4
Maaseutututkijatapaaminen Kaarinassa 18. – 19.8.2011 5
Elintarvikealan vuosiseminaari 15. – 16.11.2011 Kouvolassa 5
Itämarkkinoista yrityksille perustietoa 6
SaniFanin keittiön valmistama ruoka 95-prosenttisesti kotimaista 8
Laatuketjuavustukset vuodelle 2011 9
New Nordic Food 9
Järvikala ui julkiskeittiöihin: haasteena vain pari pikku juttua 10
Valtioneuvoston periaatepäätös maaseudun kehittämisestä 11
Poliitikot ja maaseudun kehittäjät yhtä mieltä: maaseudulla on nostetta 12
Lähiruoka mukana Kauttuan Ruukkifestivaaleilla 13
Kasvisruoka ammattikeittiöissä -koulutuspäivä 7.6.2011 Eurassa 13
Yritysten kehittämistarpeita kartoitettiin Pohjois-Savossa 14
Healthy to go – Food Innovation -onlinekurssi alkaa 15.9.2011 17
Lapin Poron kylmäsavulihalle EU:n nimisuoja 17
Elintarvikeyritysten ilmoittaminen helpottuu 18
Pirkanmaan laajin lähiruokahanke starttasi Ahlmanilla 19
Marjoilla Menoksi -koulumarjakuukautta vietetään toistamiseen ensi syyskuussa 20
Mitä suomalaisissa ammattikeittiöissä tapahtuu vuonna 2025? 20
”Vi vill ha närmat!” – finlandssvenska aktörer diskuterade gemensamma riktlinjer 21
ITU-tori 27. – 28.8.2011 Loviisassa 21
Luomupäivillä – Kaikkea Hyvää 22
FactFinding -matka Pietariin 19. – 21.9.2011 ja Minskiin 17. – 19.10.2011 23
Lounaissuomalaisten lihayrittäjien ammattimatka Itävaltaan 23
Rahoitusnäkemykset suuntaavat toimialojen julkista rahoitusta 24
Pellolta pöytään -julkaisu elintarvikeketjun tietolähde 25
Elintarviketeollisuus 2011 -messut lokakuussa Tampereella 26
Lähiruoan käyttö julkisen sektorin ammattikeittiöissä 26
Matfesten – Ruokafestivaali 27
Lähiruokamarkkinat Fiskarsin Ruukissa 1. – 2.10.2011 27
Ideasta yhteistoimintaan -seminaarin ja yrittäjätapaamisen satoa 28
Julkinen elintarvikekilpailutus ja paikallisuus -teemaan uusi julkaisu 29

Kansikuva: Luomupäivän 22.3.2011 lounaan jälkiruokana oli vispipuuroa Hanasaaren Ravintola Johanneksessa.

Painopaikka: Newprint

Ruoka - mikä olisikaan parempi keskustelunaihe?

Ruoka on tapetilla nyt enemmän kuin koskaan. Ja hyvä näin. Ruuan tekijät on nostettu esiin, ruuasta puhutaan, sitä harrastetaan ja se on vihdoinkin noussut arvokeskusteluihin.

Se, koska keskustelu kääntyy varsinaiseksi konkretiaksi, on sitten eri asia. Tästä hyvänä esimerkkinä on vaikkapa kouluruokailu, jonka tiimoilta on lähivuosina käyty kiivaitakin väittelyjä. Kouluihin halutaan erityisesti vanhempien - siis kunnan veronmaksajien - taholta laadukasta, turvallista ja maukasta ruokaa, mieluiten vielä lähellä tuotettuna. Vaan mitä kunnissa tapahtuukaan? Kouluruokajärjestelmät ovat keskittymässä: ruuan tekijät ovat kasvottomina kaukana jossain mystisissä keskuskeittiöissä, jotka käyttävät surutta halvimmalla saatuja, usein todella kaukaa rahdattuja raaka-aineita. Raaka-aineet eivät ole ainoita kuljetettavia vaan valmis ruokakin liikkuu kuljetuslaatikoissaan ristiin rastiin. Varsinaisissa ruokapöydissä annokset eivät ikävä kyllä sitten enää vastakeitetyiltä maistu. Keittiöväkeähän tästä ei voi syyttää, vaan budjetteja laativat päättäjät ovat vaa'ankielen asemassa tässäkin asiassa. Onneksi yhä enenevässä määrin löytyy myös positiivisia poikkeuksia eli kuntia, jotka lähiruuan ovat ottaneet strategioissaan merkittäväksi asiaksi ja edistäneet sen saamista omissa hankinnoissaan. Esimerkkejä on poimittavissa esimerkiksi MMM:n, Kuntaliiton, MTK:n ja EK:n yhteisesti rahoittamasta ja Kuntaliiton ja MTK:n toteuttamasta hankkeesta, jossa selvitettiin toimivia yksityisen ja julkisen sektorin yhteistyön malleja. Hankkeen tulokset on jalostettu hyviksi opasmateriaaleiksi lähiruuan hankintakäytännöistä, aineisto löytyy: http://www.mtk.fi/maatalous/ruoka/lahiruoka/fi_FI/lahiruokaa_kestavasti/. Aiheeseen saa lisäinformaatiota myös uunituoreesta "Elintarvikekilpailutuksen menestystekijät paikallisesta näkökulmasta tarkasteltuna" -oppaasta, joka on tulostettavissa Ruoka-Suomen sivuilta. Ruokakeskustelua on lähiaikoina leimannut erityisesti sen äärilaitaisuus. Tähän asti olemme tyytyväisinä kuluttajina ottaneet ostoskärryihimme tuotteita, joita on teollisissa prosesseissa paranneltu tiukan lainsäädännön mahdollistamilla ja turvallisiksi toteamilla lisäaineilla. Nyt yli vuoden jyllännyt lisäainekeskustelu kuitenkin ryöppyää, syyttää teollisuutta ja tuotteita ostavaa kuluttajaa siten, että kuluttajaparka ei tiedä, mihin uskoa ja mitä enää uskaltaa syödä. On hyvä, että ruuasta, sen lisäaineista, valmistustavoista sekä eettisistä näkökohdista tuotteen takana keskustellaan, mutta syyttelyn sijaan tarvitsemme lisää puolueetonta, tulokset tieteellisesti toteennäyttävää tutkimusta - kuluttajan ymmärtämälle kielelle tietysti käännettynä. Ja ennen kaikkea tarvitsemme kuluttajina tuotteiden valinnanmahdollisuuksia, sekä lisäaineilla että erityisesti ilman.

Nokittelu pienten ja suurten yritysten välillä on myös turhaa. Lähiruokaa eivät tuota vain pienyritykset vaan yhtä hyvin alueen raaka-aineita jalostava suurtehdas voi olla lähiruuan valmistaja. Vaikka suurilla yrityksillä on paremmat mahdollisuudet vientiin, voi vientitoiminnassa onnistua myös mikroyrityskin riittävän spesifillä tuotteella. Lisäaineita käyttävät niin pienet kuin suuret yritykset eikä luomutuotteen jalostajan aina tarvitse olla käsityönä tuotetta valmistava pientuottaja. Mustavalkoisesta keskustelusta olisikin päästävä riemunkirjavaan, moniääniseen ja tasapuoliseen debattiin.

Joskus, tosin lähiaikoina onneksi yhä vähemmän, kantautuu korviin kritiikkiä siitä, miksi kehittämistoimenpiteissä nostetaan erityisesti pienyrittäjiä ja heidän tuotteitaan niin vahvasti esiin. Kehittämistyössä tämän painotuksen taustalla on kuitenkin puhdas tarve. Lähes 3 000 elintarvikealan yrityksestämme yli 90 % on pieniä, alle 10 henkilöä työllistäviä ja yli 70 % todella mikroja, alle 5 henkilöä työllistäviä. On luonnollista kohdistaa kehittämistyötä siis niihin kohteisiin, joilla itsellään ei välttämättä ole resursseja eikä mahdollisuutta nostaa itseään ja tuotteitaan esiin toisin kuin suuremmilla yrityksillä omine tuotekehitys- ja markkinointiosastoineen. Mielestäni SOK:n Ilkka Alarotu korosti Elintarvike2011 -päivillä hyvin sitä, että kun elintarvikealan pienyrittäjien tuotteita edistetään, ei se ole suurilta pois, vaan lisää ennen kaikkea kaikkien yritysten kannattavuutta ja kilpailukykyä.

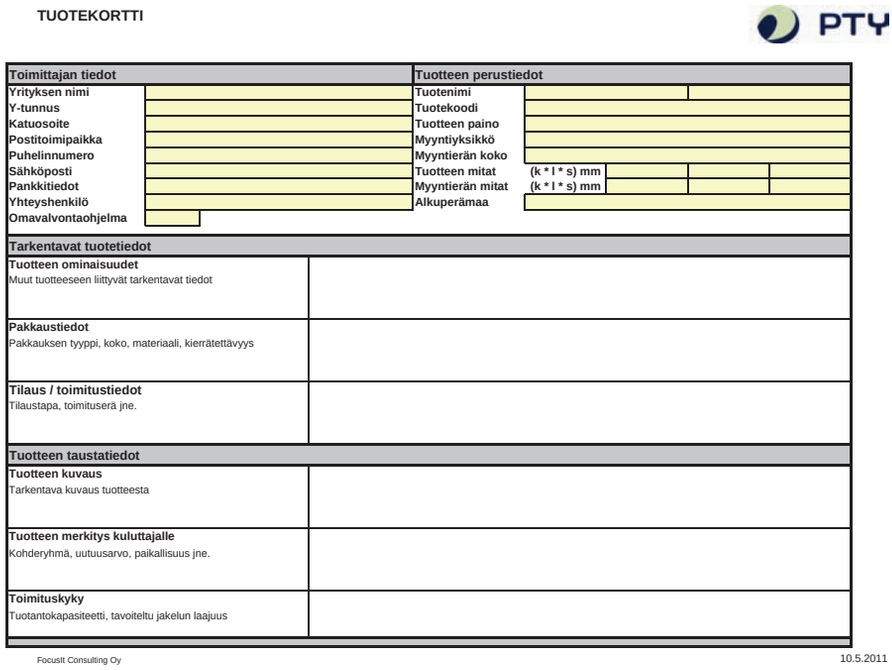
Tätä kirjoittaessa uutta hallitusta vasta hahmotellaan suljettujen ovien takana. Tulevaan hallitusohjelmaan kohdistuu suuria odotuksia myös elintarvikepuolelta. Toivottavasti jatkossakin ruoka laajana käsitteenä saa oman sijansa maan korkeimmassa poliittisessa asiakirjassa mutta yhtä kaikki: ruokakeskustelu jatkukoon, meidän kaikkien taholta!

Kirsi Viljanen
Ruoka-Suomi -teemaryhmä, puheenjohtaja
maaseutuylitarkastaja, maa- ja metsätalousministeriö

Koulutushanke parantaa pienten elintarvikealan yritysten kilpailukykyä

Vuoden 2011 alussa käynnistyneen hankkeen ”Elintarvikealan mikroyritysten valmentaminen päivittäistavarakaupan yhteistyökumppaneina” päätavoitteena on elintarvikealan mikroyritysten tuotteiden pääsyn helpottaminen päivittäistavarakaupan valikoimiin ja tuotteiden menestyminen valikoimissa.

Hankkeeseen liittyy 16 eri puolilla Suomea järjestettävää alueellista seminaaria, joissa kaupan alueelliset vaikuttajat ja tavarantoimittajien avainhenkilöt voivat tavata. Seminaareissa yritysten edustajat saavat tiedon uudesta tuotekorttiin perustuvasta yhteistyöstä kaupan ja pienyritysten välillä. Seminaari motivoi elintarvikealan yrityksiä kumppanuuteen kaupan kanssa sekä järjestelmälliseen toiminnan kehittämiseen. Hankkeessa järjestetään lisäksi työpajoja, joissa valmennetaan yrittäjiä sekä yritysten henkilökuntaa tuotekortin käytössä. Työpajoihin osallistuu myös kaupan edustajia, jotka tuovat asioiden käsittelyyn käytännön näkökulmaa.



TUOTEKORTTI

PTY

Toimittajan tiedot		Tuotteen perustiedot				
Yrityksen nimi		Tuotenimi				
Y-tunnus		Tuotekoodi				
Katuosoite		Tuotteen paino				
Postitoimipaikka		Myyntiyksikkö				
Puhelinnumero		Myyntierän koko				
Sähköposti		Tuotteen mitat	(k * l * s) mm			
Pankkitiedot		Myyntierän mitat	(k * l * s) mm			
Yhteyshenkilö		Alkuperämaa				
Omavalvontaohjelma						

Tarkentavat tuotetiedot	
Tuotteen ominaisuudet Muut tuotteeseen liittyvät tarkentavat tiedot	
Pakkaustiedot Pakkauksen tyyppi, koko, materiaali, kierrätettävyys	
Tilaus / toimitustiedot Tilaustapa, toimituserä jne.	
Tuotteen taustatiedot	
Tuotteen kuvaus Tarkentava kuvaus tuotteesta	
Tuotteen merkitys kuluttajalle Kohderyhmä, uutuusarvo, paikallisuus jne.	
Toimituskyky Tuotantokapasiteetti, tavoiteltu jakelun laajuus	

FocusIt Consulting Oy 10.5.2011

Kaupan tavoitteena hankkeessa on mikroyritysten kilpailukyvyn parantaminen. Samalla myymälöihin saadaan entistä parempi valikoima kuluttajia kiinnostavia, kilpailukykyisiä tuotteita. Yhteistyö pienten elintarvikealan yritysten kanssa helpottuu, kun toimintatapoja yhtenäistetään ja tehostetaan.

- Pienet tavarantoimittajat ovat kaupalle tärkeitä, koska ne ovat tärkeä osa maamme elintarviketuotannon monimuotoisuutta. Monipuolisten valikoimien myötä suomalainen kuluttaja saa nauttia paikallisista erikoisuuksista ja ruokakulttuurimme rikkauksista, kaupan puheenvuoron hankkeen tiedotustilaisuudessa pitänyt SOK:n valikoimajohtaja **Ilkka Alarotu** kertoi.

Paikallisesta toimijasta valtakunnallisiin valikoimiin

Kolatun Vuohijuustola aloitti toimintansa Somerolla vuonna 1996 toimittaen tuotteitaan oman alueensa kauppoihin. Nykyään Kolatun juustoja löytyy kauppojen hyllyiltä ympäri Suomen. Kasvu on tapahtunut pikkuhiljaa ja toimitusvarmuus on näin pystytty takaamaan.

- Tarjosimme sitkeästi ja periksi antamatta tuotteita kauppaketjujen valikoimiin. Messuja kiertämällä saatiin tuotteita tunnetuksi kuluttajille ja luotua kysyntää. Toimintatavat ovat niin ikään kehittyneet matkan varrella. Tilausjärjestelmät on uusittu, myyntieräkokoja on muokattu ja yhteistyössä kauppaketjujen kanssa olemme muutenkin saaneet aikaan molempia osapuolia hyödyttäviä ratkaisuja, **Janne Tolvi** Kolatun Vuohijuustolasta kertoo.

Päivittäistavarakaupan valikoimiin pääsy vaatii muun muassa riittäviä valmistuseriä, oikeanlaisen logistiikan ja toimitusvarmuuden. Tolvi suosittelee elintarvikealan pienyrityksille lämpimästi hankkeen koulutuksiin osallistumista.

- Tämä koulutus on toteutettu aivan uudelta pohjalta ja katsantokannalta. Uskon koulutuksesta olevan konkreettista hyötyä kun yritykset saavat tietoa kaupan toimintatavoista ja voivat sen avulla suhteuttaa ne omiin toimintoihinsa.

Seminaareja ja työpajoja

Eri puolella Suomea toteutetaan 16 alueellista seminaaria ja työskennellään myös työpajoissa. Seminaarit toteutuivat pääosin maaliskuun alun ja toukokuun lopun välisenä aikana. Pirkanmaan seminaari järjestetään 30.9.2011 Tampereella ja lisätietoja voi tiedustella Tarja Hovilalta puh. 040 556 7513.

Hankkeessa pyritään takaamaan yrittäjien asiantuntijatuki myös jatkossa siten, että osaamista on lähellä saatavissa. Ruoka-Suomi -teemaryhmän aluejäsenet valmennettiin kahdessa eri valmentajakoulutustilaisuudessa hankkeessa kehitetyn ns. tuotekortin käyttöön. Tuotekortti on tarkoitettu työvälineeksi yrittäjien ja kaupan väliseen vuorovaikutukseen. Tutustu tuotekorttiin www.ruokasuomi.fi - ajankohtaista, josta voit ladata excel -pohjaisen tuotekortin myös ruotsiksi. Alueellisista työpajoista ja tulevista tilaisuuksista voi tiedustella Ruoka-Suomi -teemaryhmän aluejäseneltä, joiden yhteystiedot www.ruokasuomi.fi - alueyksiköt.

Lisätietoja
Päivittäistavarakauppa ry:n johtaja Ilkka Nieminen
puh. 0500 422 216 tai
Ruoka-Suomi -teemaryhmän koordinaattori Heidi Valtari
puh. 0400 487 160

Hanke toteuttaa Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelmaan 2007-2013. EU osallistuu hankkeen rahoitukseen ja hankkeen toteuttamisesta vastaa Päivittäistavarakauppa ry.

Suomalaisen ruokakulttuurin edistämisohjelma (Sre) päättyi

Hallituksen (2008-2011) toimesta toteutettiin ensimmäistä kertaa selkeästi ruokaan kohdistuva ohjelma. Suomalaisen ruokakulttuurin edistämisohjelma (Sre)toi eri ministeriöt saman pöydän ääreen ja alueella toiminta paikallisen ruoan hyväksi tiivistyi. Kolmivuotinen ohjelma vei ruokakulttuuria palan matkaa eteenpäin kohderyhmien eli lasten, nuorten ja päättäjien keskuudessa. Tulokset luettavissa kokonaisuudessaan: http://www.sre.fi/ruoka.fi/www/fi/tulokset.php

Ruoka-Suomi teemaryhmä tärkeä yhteistyökumppani

Ohjelman tavoitteena oli ennen muuta ruoan ja ruoan tekijöiden arvostuksen kohottaminen. Arvostus ruokaa kohtaan oli jo ohjelman alussa korkealla eikä muuttunut tämän lyhyen ohjelmakauden aikana. Suomalaisten asenteet pientuottajuuteen, paikallisen (lähi) ruoan ja suomalaisen luomuruoan suhteen sen sijaan paranivat ohjelman aikana. Siihen oli vaikuttamassa ohjelman lisäksi monien toimijoiden aktiviteetit sekä luonnollisuutta ja alkuperää arvostavat trendit. Mm. Ruoka-Suomi teemaryhmän jäsenet veivät aktiivisesti ohjelman ydinviestejä kentälle.

Ruoka-Suomi teemaryhmä oli yksi Sre:n tärkeimmistä kumppaneista maakunnissa. Nimen omaan Ruoka-Suomen aluejäsenten ja muiden alueellisten toimijoiden kanssa toteutettiin ns. ruokakulttuuri Road show. Parin vuoden aikana alueelliset toimijat toteuttivat parikymmentä alueiden omista lähtökohdista lähtevää ruokakulttuuritapahtumaa. Tapahtumia oli monenlaisia toritapahtumista valtuustoseminaareihin. Kaikille tapahtumille oli ominaista oman alueellisen ruoan ja sen tekijöiden nostaminen esiin sekä ruoan monien merkitysten kirkastaminen niin päättäjille, medialle kuin kuluttajillekin.

Kouluruoka ja ruokakasvatus ohjelman pääteemoja

Lähes kolmivuotinen ohjelma alkoi Kouluruokavaalit –kampanjalla kuntavaalien 2008 kynnyksellä. Kouluruokailun arvostuksen kohottamiseen tähtäävä Kouluruokavaalit -kampanja on suurin Suomessa kouluruoan hyväksi tehty yhteinen tempaus. Kouluruoka saatiin näyttävästi kuntapäättäjien tietoisuuteen ja valtuustosalien esityslistoille. Kouluruoka säilyi läpi ohjelman tärkeänä teemana. Hankkeissa kehitettiin uusia menetelmiä ja työkaluja paremman kouluruokailun puolesta.

Ruokaosaamisen kasvattaminen oli tärkeä osa ohjelmaa, sitä tehtiin mm. Makukoulun avulla. Makukoulu -konseptia levitettiin yhä laajemmalle päiväkoteihin, alakouluun ja kerhojen toimintaan. Ohjelma otti myös kantaa kotitalousopetuksen puolesta tuntijakouudistuksen yhteydessä. Sre lahjoitti puuttuvat varat pysyvän ruokakulttuurin professuurin viran perustamiseen. Ruokakulttuurin professuuri on yksi merkittävimmistä ruokakulttuurin kehittämiseen liittyvistä kansallisista panostuksista. Lisäksi ohjelma oli pääyhteistyökumppanina Heurekan ”Syödään yhdessä” näyttelyssä, joka konkretisoi lapsille ja nuorille Sre:n pääteemat mitä, millä seurauksilla ja millä mielellä syömme.

Päättäjiin vaikutettiin monin tavoin

Yhteistyössä mm. Ruoka-Suomen ja useiden organisaatioiden kanssa tehtiin päättäjävaikuttamista etenkin julkisen ruokapalvelun puolella. Ydinviestinä oli, että julkisten ruokapalveluiden on toimittava esikuvana niin ympäristön, sosiaalisen kuin taloudellisenkin kestävyyden edistämisessä. Tutkimuksin ja selvityksin ohjelma teki näkyväksi hankintojen puutteellisuuden ja toisaalta palkitsi onnistumisia esim. Ateriateko-palkinnon avulla. Peloton-työpajoissa kehitettiin kestävyyden käytäntöjä portinvartijatahoille (kauppa, media, kotitalousopettajat). Vastuullinen ruokailu tuotiin myös kuluttajien tietoisuuteen Hyvinsyöjä -viestintäkampanjan avulla.

Ruoan moninaisia merkityksiä paitsi kulttuurin, myös ympäristön, työllisyyden, aluetalouden, huoltovarmuuden, kansanterveyden kannalta alettiin päättäjien keskuudessa ymmärtää paremmin. Useilla tahoilla tiedostettiin julkisen puolen valta ja vastuu ja aloitettiin muutosprosessit suomalaisen ruoan ja ruokakulttuurin puolesta. Ohjelmassa saadut opit kirjattiin myös Ruokastrategia 2030 tavoitteisiin.

Ruoka osana julkisuusdiplomatiaa

Ruokakulttuuri nostettiin osaksi julkisuusdiplomatiatyötä. Suomen edustustot ja kulttuuriinstituutit aloittivat ruokakulttuurihankkeita, edustustokokkeja ja protokollahenkilöitä koulutettiin ja valmistettiin aineistoa suomalaisesta ruokakulttuurista kansainvälisiin kohtaamisiin.

Media mukana Sre:n teemoissa

Ohjelman ja monien toimijoiden kahden toimintavuoden pääteemat, ”Yhdessä syöminen” ja ”Kestävä, vastuullinen keittiö”, löivät läpi mediassa. Yhdessä syömisen arvo ja ruoan henkiset vaikutukset saatiin laajaan keskusteluun.

Puhe ruoasta, lähiruoasta ja kouluruoasta (julkisista ruokapalveluista) lisääntyi ohjelman aikana valtavasti. Ohjelma sai aikaan vähintään yli 750 artikkelia 250:ssä mediassa ja tavoitti 140 miljoonaa toimituksellisen median kuluttajaa (lehdet, verkko, tv, radio).

Mitä ohjelman jälkeen?

Sre:n rahoittamat hankkeet ja ohjelmassa sovitut toimet saatiin loppuun kevään 2011 aikana.

Monilla Sre:ssä kehitetyllä toimella on jatkaja: makukoulu vakiintuu, professori astuu virkaansa, arvostuksen kehittämistä mitataan, Hyvinsyöjä kampanja jatkuu kotitalousopetuksessa, ruoka nousi osaksi julkisuusdiplomatiaa, ruokapöytään on palaamassa ilo ja mielihyvä, alueelliset toimijat ovat tiivistäneet yhteistyötään ja paikalliset slow food ja ruokakulttuurikerhot jatkavat. Ruoka on noussut toivottavasti pysyväksi ja tunnustetuksi puheenaiheeksi kunnissa.

Suuri kiitos Ruoka-Suomelle ja kaikille alueellisille toimijoille yhteistyöstä!

Olkaa ylpeitä työstänne, osaamisestanne, teillä on käsissänne parhaat raaka-aineet ja tietämys upeista maakunnallisista tuotteista ja kehittäjistä!

Marja Innanen
ent. pääsihteeri, Suomalaisen ruokakulttuurin edistämisohjelma
1.4. elintarvikeylitarkastaja, maa- ja metsätalousministeriö, elintarvike- ja terveysosasto

Suomen 100 Lähiruokakohteet - kirja, joka yhdistää hyvän ruoan ja kotimaanmatkailun

Voisiko Suomessa ruokamatkailla? Löytyykö eri puolilta Suomea sata satunnaiselle matkailijalle sopivaa, omaperäistä kohdetta? Karttakeskuslaiset esittivät kysymykset Aitoja makuja -hankkeen piirissä toimiville alueellisille toimijoille. Aitoja makuja -toimijat ja Ruoka-Suomi -teemaryhmä tarjosivat suomalaisen pientuotannon asiantuntemuksensa ja hankkeessa kerätyn tietämyksen kotimaisia matkaoppaita kustantavalle Karttakeskukselle. Yhteistyössä saatiin koottua Suomen oloissa harvinainen, koko maan kattava ruokamatkailuopas.

Kirjan tarkoituksena on tarjota virikkeitä kotimaanmatkailijalle, joka on kiinnostunut löytämään tiensä paikallisten tuottajien luo. Suomen 100 Lähiruokakohteet esittelee sata paikallista ruokayritystä ympäri Suomea Itämeren kalavesien ääreltä Lapin poromaille. Kohteita löytyy niin kaupunkien keskustoista kuin suoraan tuottajien luota maaseudulta. Osa kohteista on avoinna vain sesonkiaikoina, mutta useimmat tarjoavat palvelujaan lähiruoan ystäville ympäri vuoden. Kohteet on ryhmitelty maakunnittain, jolloin niistä on helppo valita parhaat paikat kotiseudulta tai lomamatkan varrelta. Maakunta- ja kohdekartat sekä osoitetiedot auttavat kohteen paikallistamisessa.

Kirjan tekijä Laura Ertimo valitsi esiteltävät kohteet ehdotusten perusteella. Aitoja makuja -hankkeen alueelliset toimijat ovat oman alueensa asiantuntijoita, joten kohdeluettelo ei painotu yhden ihmisen suosikkialueille tai sattumanvaraisesti tuttuihin tuottajiin. Tavoitteena on esitellä mahdollisimman monipuolinen joukko erilaisia pientuottajia, paikallisia tuotteita yhteen kokoavia suoramyymälöitä ja lähellä tuotettuihin raaka-aineisiin intohimoisesti suhtautuvia ravintoloita. Keskeisenä kriteerinä on poikkeamismahdollisuus, onhan kyseessä matkailuopas. Kohdekuvaukset syntyivät yhdessä yrittäjien ja aluetoimijoiden kanssa. Kuvaukset perustuvat yrittäjien antamiin tietoihin, joiden oikeellisuudesta he vastaavat.

Kiehtovia seikkailuita kotimaisiin ruokamaisemiin!

Suomen 100 Lähiruokakohteet

- 152 sivua
- Liimasidottu
- Koko 12 x 21 cm
- ISBN 978-951-593-439-0
- Suositushinta 21,90 €
- Myynti: www.karttakauppa.fi ja jälleenmyyjinä muun muassa hyvin varustetut kirjakaupat ja tavaratalot

Maaseutututkijatapaaminen Kaarinassa 18. - 19.8.2011

Asuminen ja arki maaseudulla

Järjestyksessään jo 20. valtakunnallinen Maaseutututkijatapaaminen järjestetään elokuussa Kaarinassa, Varsinais-Suomessa. Tapaamispaikkana on Ammattiopisto Livian maaseutuopisto eli entinen Varsinais-Suomen maaseutuoppilaitos. Vuoden 2011 tapaamisen teemana on Asuminen ja arki maaseudulla. Elintarvikkeiden turvallisuus ja riittävyys sekä polttoaineiden ympäristöystävällisyys puhuttavat yhä enemmän. Toisaalta palvelujen samanaikainen keskittyminen ja maaseutuasumisen kyseenalaistaminen ilmastonmuutokseen tai kuntatalouteen vedoten askarruttaa monia. Vapaa-ajan asuminen ja monipaikkaistuminen ovat tätä päivää.

Tapaamisen teemaa ruoditaan ruokaan, energiaan, lähipalveluihin, lähidemokratiaan ja maaseutupolitiikkaan keskittyvissä työryhmissä. Kutsuesitelmässä ja paneelissa murretaan myyttejä; tule mukaan haastamaan ja kommentoimaan.

Tapaamisen tietoja päivitetään verkkosivuille www.mua.fi.

Työryhmä 1: Paikallista ruokaa läheltä

Koordinaattorit:

Tuija Mononen, erikoistutkija, Itä-Suomen yliopisto, Karjalan tutkimuslaitos, puh. (013) 251 3068, tuija.mononen(at)uef.fi ja

Heidi Valtari, suunnittelija, Turun yliopiston koulutus- ja kehittämiskeskus Brahea, puh. (02) 333 6416, heidi.valtari(at)utu.fi.

Ruoka on läsnä arjessa ja juhlassa. Se on valmisruokaa keskellä kiirettä, se on pitkiä, ystävien kanssa kaikessa rauhassa tehtyjä illallisia. Se on osa ympäristöä, yhteiskuntaa ja kulttuuria. Ruokaan ja sen tuottamiseen liittyvät kysymykset haastavat eri tieteen alojen edustajat ja ruokaalan toimijat ottamaan kantaa ja pohtimaan tulevaisuuden ruoantuotantoa ja tarjontatapoja.

Työryhmässä pohditaan erityisesti paikallisen ruoan merkityksiä. Miten globaalit ilmiöt, kuten ilmastonmuutos ja ruokaturva, huomioidaan merkityksiä muotoiltaessa ja miten ne vaikuttavat suomalaisessa ruokapolitiikassa? Miten ne vaikuttavat ruoantuotanto- ja tarjontatapoihin? Mikä on paikallisen ruoan merkitys maaseudun kehittämistoiminnassa? Millaisia mahdollisuuksia siihen liittyy? Työryhmään toivotaan esitelmiä niin tutkijoilta, kehittäjiltä kuin muilta paikallisesta ruoasta kiinnostuneilta toimijoilta. Esitelmät voivat liittyä hyvin laajasti ruokaan ja sen merkityksiin, mahdollisuuksiin ja uhkiin.

Elintarvikealan vuosiseminaari 15.-16.11.2011 Kouvolassa

Vuosittainen elintarvikealan kansallinen seminaari järjestetään tänä vuonna 15.-16.11. Kouvolassa. Seminaari on samalla sekä TEM-toimialapalvelun julkaiseman Elintarvikealan toimialaraportin julkistamistilaisuus että vuosittainen elintarvikealan kehittäjien seminaari. Järjestäjinä ovat TEM-toimialapalvelu, Maaseutuverkosto, Kaakkois-Suomen ELY-keskus, Ruoka-Suomi -teemaryhmä ja alueellinen elintarvikealan kehittämistoiminta. Tilaisuuden ohjelma ja muut julkaistaan alkusyksyllä.

Lisätietoja
Leena Hyrylä, leena.hyryala@ely-keskus.fi
tai
Heidi Valtari, heidi.valtari@utu.fi

Itämarkkinoista yrityksille perustietoa

Viennistä kasvua hakevia pk-yrityksiä ns. itämarkkinat sekä houkuttelevat että arveluttavat. Ne ovat isot ja lähellä, mutta niitä ei juuri tunneta. Baltfood on käynnistänyt tutkimuksen, jossa pureudutaan Venäjän, Ukrainan ja Valkovenäjän elintarvikemarkkinoiden perusolemukseen.

– Tutkimuksen tavoitteena on tuottaa Itämeren alueen Baltfood-yhteistyöhön osallistuvien maiden pk-yrityksille luotettavaa, hyödyllistä ja sovelluskelpoista tietoa Venäjän, Valkovenäjän ja Ukrainan valikoiduista kasvavista markkinoista, kertoo pk-yritysten kysymyksiin erikoistunut konsultti **Karen Liebing**, Free and Hanseatic City of Hamburg, Ministry for Economic and Labour Affairs.

Pohjois-Saksan elintarviketeollisuuden helmikuussa järjestämässä viidennessä Food Trend Day -tapahtumassa yritysten edustajat evästivät tutkimuksen toteuttajia kertomalla itämarkkinoita koskevista tiedontarpeistaan.

– Tältä pohjalta suunniteltu tutkimus tuottaa makrotason tiedon lisäksi yksilöidympää tietoa mm. kohdemarkkinoiden jakelujärjestelmistä, tukkukaupan rakenteesta, ruokatrendeistä, markkinointikäytännöistä ja kilpailuasetelmista, Liebing selvittää.

Tulokset Baltfood julkistaa kokouksessa, joka järjestettäneen elokuussa 2011.

Totuttua haasteellisemmat markkinat

Yksi itämarkkinoille tähyävä pk-yritys on Kankaisten Öljykasvit Oy.

– Itämarkkinoiden suurimmat haasteet ovat luotettavan tiedon saanti ja hyvien yhteistyökumppaneiden löytäminen. Kohdattavana ovat epävakaat markkinat, joiden yritysmaailmassa, kauppaketjuissa ja lainsäädännössä tapahtuu jatkuvasti muutoksia. Tällaisista markkinoista tarvitaan paljon enemmän taustietoa kuin markkinoista, joihin on totuttu esimerkiksi EU:n sisällä. Mahdollisuudet ja riskit on pohdittava kunnolla läpi, Kankaisten Öljykasvit Oy:n toimitusjohtaja **Perttu Korolainen** toteaa.

Korolaisen mukaan Baltfood-tutkimuksen kohdemaiden, Venäjän, Ukrainan ja Valkovenäjän, markkinat ovat myös liian heterogeeniset pk-yritykselle. Edes Moskovan ja Pietarin markkinat eivät ole toistensa kaltaiset.

– Epäyhteneväisiltä markkinoilta tulisi löytää rajattuja alueita, ja niiltä sitten tietoa mahdollisista asiakasyrityksistä. Aloitetaanko etsimällä agenttia, maahantuojaa, tukkukauppiasta, kauppaketjua vai löytyykö asiakas, joka huolehtii kaikesta? Millaisilla markkinoilla mahdollinen iso ostaja toimii, millaisia kuluttajaryhmiä sieltä löytyy ja miten kuluttajat käyttävät meidän tuotteidemme kaltaisia tuotteita, Korolainen pohtii.

Kankaisten Öljykasvit Oy:n tuotteiden, luomu- ja tavanomaisten Virgino-rypsiöljyjen, tärkein myyntiargumentti on terveellisyys. Korolaisen arvion mukaan itämarkkinoilla terveystietoisten, samoin kuin luomutuotteita suosivienkin kuluttajien prosentuaalinen osuus on pieni. Hän uskoo kuitenkin esimerkiksi Pietarin ja Moskovan alueilta löytyvän riittävästi terveydestään kiinnostuneita kuluttajia, jotka ovat valmiita sijoittamaan hyvinvointiinsa.

Tuotteitaan jo Italiaan ja Kaukoitään vievä Kankaisten Öljykasvit on kehittänyt vientivalmiuksiaan muun muassa osallistumalla kansallisiin viennin edistämiseen tähtääviin ohjelmiin. Baltfoodin markkinatutkimuksen tuloksia yrityksessä odotetaan mielenkiinnolla.

– Tulos voi olla sekin, ettei kyseisille markkinoille kannata mennä. Jos taas tuotteelle kattavien perustutkimusten perusteella näyttää olevan markkinapotentiaalia, on vielä tehtävä räätälöityjä tutkimuksia. Strateginen monivaiheinen markkinaselvitys vie aikaa, mutta säästää turhia ponnistuksia ja rahaa, Korolainen summaa.

Teksti: Marjo Uusikylä
Kuvat: Baltfood

Seminaarin puheenjohtajana toimi baltfoodin johtaja Björn Jakobsen.

Baltic Sea Region Programme 2007-2013
Part-financed by the European Union (European Regional Development Fund)

Elintarvikealan itämarkkinaseminaarissa puhuivat tj Perttu Korolainen Kankaisten Öljykasvit Oy, Jenny Bergsten Öresund Food:sta (Tanska) ja Saksasta tj Martin Löhrke edustaen yritystä Jürgen Löhrke GmbH.

Food Trend Day Lyypekki 17.2.2011

Avaja sanainen arkkusi – myös sosiaalisessa mediassa!

Mitä mahdollisuuksia internetin uudet ulottuvuudet, kuten sosiaalisen median sovellukset tarjoavat elintarviketeollisuudelle? Entä mitä riskejä nopeaan ajantasaiseen näkemysten vaihtoon liittyy? Näitä kysymyksiä pohdittiin saksalaisen foodRegion järjestämässä Food Trend Day -tapahtumassa.

– Et voi tanssia kaikissa häissä, mutta askella oikein niissä joihin osallistut, kiteytti yhteenvetona päivästä **Jochen Brüggen**, tapahtuman järjestäneen Pohjois-Saksan elintarviketeollisuutta edustavan foodRegio-järjestön toiminnanjohtaja. Toisin sanoen kaikkia internetin tarjoamia uusia mahdollisuuksia yrityksen ei kannata käyttää, mutta niitä joita käyttää tulee käyttää ammattimaisesti.

Saksalaisen pakasteruokia tuottavan FRoSTA AG:n pr-johtaja **Friedrike Ahlers** piti edustamansa suuryrityksen kokemuksia sosiaalisen median sovellusten käytöstä hyvinä. Hän suosittelee myös yritysten blogeissa käytävän avointa keskustelua, jossa kuluttajien näkemykset ovat luettavissa suodattamattomina.

– Tuotteistasi keskustellaan joka tapauksessa. Jos onnistut saamaan omille sivuillesi mahdollisimman paljon tätä keskustelua, pääset oikaisemaan väärinkäsityksiä. Lisäksi saat mielipiteitä ja ehdotuksia, joista on hyötyä kehittäessäsi uusia tuotteita tai parantaessasi entisiä. Kuluttajien mielipiteiden tuntemisesta on apua myös lähestyttäessä uusia asiakkaita, Ahlers totesi.

Noin 160 osallistujaa isäntämaasta ja Itämeren alueen Baltfood-projektissa mukana olevista maista keränneen viidennen kerran järjestetyn Food Trend Day -tapahtuman ajankohtainen teema kirvoitti vilkkaan mielipiteiden vaihdon ja jätti pohdittavaa myös viemisiksi työpaikoille. Internetin modernien sovellusten lisäksi tapahtuman työpajoissa käsiteltiin mm. markkinatutkimuksia ja kokattiin luomuruokaa.

TUTUSTU JA HYÖDY

Baltfood-tuloksia ja -työkaluja yrityksesi käyttöön

Etsitkö bisnesmahdollisuuksia Itämeren alueelta? Baltfood toivottaa sinut tervetulleeksi virtuaalimatkalle tutustumaan teettämiinsä selvityksiin alueen elintarviketeollisuudesta ja ruokatrendeistä.

Istahda siis tietokoneesi ääreen, avaa sivu www.baltfood.org, klikkaa Project results ja kirjaudu sivulle omilla tunnuksillasi. Näin avautuvan sivun linkkien kautta saat käyttöösi tutkimusraportteja, tietoa yrityksille suunnatusta koulutuksesta sekä virtuaalityökaluja omien selvitystesi tueksi. Sivun alussa olevat videoidut asiantuntijahaastattelut Baltfoodin toiminnasta ja tutkimuksista löydät myös YouTubesta hakusanalla baltfood.

Tutkimustuloksia. Baltfood on teettänyt joukon tutkimuksia, joiden tavoitteena on edesauttaa uuden elintarvikealan liiketoiminnan syntyä Itämeren alueelle sekä ylläpitää ja parantaa siellä jo toimivien yritysten toiminta- ja kasvumahdollisuuksia. Tutustu raportteihin alueen elintarvikeklusterin analyyseistä ja kartoituksista, kuluttajatutkimuksista ja ruokatrendeistä.

Koulutusta. Baltic Food Academyn yrityksille järjestämästä *on line* -koulutuksesta osallistujat ovat antaneet hyvää palautetta. Näiden kurssien sisällöstä sekä syksyllä 2011 järjestettävästä kurssista löydät tiivistettyä tietoa sivun linkkien takaa. Lisäksi löydät laajemman selvityksen Baltic yhteistyöhön osallistuvien maiden (Suomi, Ruotsi, Tanska, Saksa, Liettua ja Puola) elintarviketeollisuuden yhteiskoulutuksen tarpeista ja mahdollisuuksista.

TrendWikin interaktiivisten työkalujen avulla pääset itse tarkastelemaan ja analysoimaan elintarviketeollisuuden trendejä ja megatrendejä aina heikoista signaaleista alkaen. Lisäksi löydät tietoa trendeihin vaikuttavista globaaleista ilmiöistä ja innovatiivisista tuotteista.

Lisätietoja sähköpostitse: info@baltfood.org

SaniFanin keittiön valmistama ruoka 95-prosenttisesti kotimaista

Paikalliset raaka-aineet takaavat laadun

Aurinkokylpylä SaniFanin keittiö valmistaa ruoan pääasiassa paikallisten tuottajien kasvattamista raaka-aineista.

Lähiruoan puolesta puhuva keittiöpäällikkö **Jari Ruonakoski** arvioi, että paikallisten tuotteiden osuus ruoanvalmistuksessa on noussut jo 70-80 prosenttiin. Kotimaisuuden osuus on vielä korkeampi; se on peräti 95 prosentin luokkaa.

- Paikalliset raaka-aineet takaavat ruokamme laadun. Niihin kuuluvat lihat, perunat, salaatit, idut, juurekset, hunaja, kananmunat, viljatuotteet, kalat ja rypsiöljy ja leipomotuotteet, Ruonakoski luettelee.

Paikallisten raaka-aineiden merkittävänä valttina on, että ne ovat lisäaineettomia. Niissä ei ole yhtään E-koodia.

Kalajoen Hiekkasärkillä sijaitsevan kylpylän keittiö erottuu monista muista vastaavista keittiöistä juuri lähiruoalla.

- Voisimmehan toki tilata kaikki raaka-aineet yhdestä pisteestä, mutta se ei sovi toimintaperiaatteeseemme. Meidän lähtökohtanamme on asiakas, jolle haluamme tarjota parasta. Laadukas ruoka ja ystävällinen palvelut ovat ykkössijalla. Ne olemme tavallaan hakanneet kiveen, koska niiden avulla asiakas tulee meille uudestaan, mikä on ensiarvoisen tärkeä juttu, Ruonakoski korostaa.

Kehitys on oikeansuuntainen, sillä asiakkaiden määrä on kasvussa.

Paikallisten raaka-aineiden hankinta vaatii enemmän työtä ja viitseliäisyyttä, mutta se ei merkitse kuitenkaan missään tapauksessa erikoista ongelmaa.

- Työllä siitäkin selviämme ja oikealla asenteella. Emme mene siitä, mistä aita on matalin. Kyse on siis painotuksesta, mihin työpanoksemme suuntaamme. Käytämmekö sen hyvien raaka-aineiden alusta lähtien tapahtuvaan laadukkaaseen valmistukseen vai puolivalmiiden tuotteiden jälkikäsittelyyn. Lähiruoan alkuperäisen maun säilyttäminen on yksi sen valteista, eikä sitä saa pilata mausteilla, Ruonakoski painottaa.

Lähiruokaa ja luomua

Lähiruoan hinta on kilpailukykyinen. Lähiruoka on laadukasta, koska se on pienissä yksiköissä toimivien tuottajien elinehto.

- Paikalliset raaka-aineet tulevat läheltä, joten niitä ei kuljeteta pitkiä matkoja. Sekin näkyy laadussa. Kun lähituottajien kanssa on luotu toimiva asiakkuussuhde, toimitukset onnistuvat tarvittaessa nopeallakin aikataululla, Ruonakoski kiittelee.

Keittiöpäällikkö Jari Ruonakoski esittelee paikallisia raaka-aineita, joita SaniFani keittiö käyttää ruoanvalmistuksessa.

Lähiruoan lisäksi SaniFanin keittiö panostaa myös luomuun. Luomutuotteita on jo päivittäisessä käytössä kahdeksan ja pyrimme vain lisäämään niiden käyttöä.

- Kannattaa muistaa, että luomuraaka-aineetkin edustavat lähiruokaa, keittiöpäällikkö täsmentää.

Koulutkin käyttäjiksi

Ruonakoski istuu asiantuntijana Leader-alueella käynnissä olevassa Makuja maalta-hankkeessa. Sen tavoitteena on edistää lähiruoan ja paikallisten raaka-aineiden käyttöä. Kyse on samalla lähiruoan arvostuksen eteen tehtävästä työstä.

- Esimerkiksi tänne Hiekkasärkille lähiruoasta on mahdollista kehittää yhteinen juttu.

Koulut käyttävät paikallisia raaka-aineita vielä vähän. Niiden avulla voitaisiin huomattavasti parantaa kouluruoan makua ja tasoa, eikä kyse ole rahasta. Samalla tälle alueelle saataisiin lisää työtä ja toimeentuloa. Käytön lisääntyminen tulee näkymään tuottajahinnoissa, Ruonakoski vakuuttaa.

SaniFanin keittiössä leivotaan lähialueen jauhoista leipää ja pullaa, mikä tuo ruokailuun hyvän maun lisäksi kodin tuntua.

- Keittiömme henkilökunnan yhteisenä tavoitteena on maukas ruoka. Me valmistamme sen lähiruoasta. Korkealle asetettua rimaa nostamme vähitellen, mikä pitää meidät skarppina joka päivä. Teemme aina parhaamme, koska se on ainoa keino menestyä kovassa kilpailussa, Ruonakoski määrittelee.

Keittiöpäällikkö kiittelee henkilökuntaansa, sillä se on ammattitaitoista, hyvähenkistä ja joustavaa.

Sympaattinen Ruonakoski on tyytyväinen siihenkin, sillä hän saa kehittää keittiöstä ja tuotteesta oman näköisensä.

- Tavoitteena on tuottaa laajalle ja monipuoliselle asiakaskunnalle nautinnollisia makuelämyksiä ja asiakaslähtöistä palvelua hyvähenkisenä ja iloisena joukkueena, jo monelta kantilta keittiöalaa nähnyt 29-vuotias oululainen Ruonakoski kiteyttää.

Teksti ja kuva: Heikki Gummerus

Laatuketjuavustukset vuodelle 2011

Vuoden 2011 kaikkia rahoituspäätöksiä ei ole vielä tehty, mutta toki suurin osa. Alla luettelomaisesti jo päätetyt hankkeet:

- **Crnet Oy: Suomi - vastuullisen lihan tuotannon mallimaa: teoriasta kaupallistamiseen**
- **Helsingin yliopisto, Ruralia instituutti: GLOBALG.A.P.-HeVi-strategian selvitys**
- **Maa- ja kotitalousnaisten Keskus ry: Nuorten ja perheiden ruoka hävikin vähentäminen**
- **MTT (yhdessä LTK:n ja MLOY:n kanssa): Vastuullisuuden jäljitettävyyden kehittäminen - esimerkkinä lihaketju**
- **Savon ammatti- ja aikuisopisto (EkoCentria): Ympäristöpassi 2011**
- **Suomen siipikarjaliitto ry: Kananmunatuotannon hyvät toimintatavat - ketjun kuvaus**
- **Suurtalousalan yhteis työjärjestö - FIDA ry: Ammattikeittiöalan imagonkohotuskampanja**
- **VYR: Vilja-alan yhteistyöryhmä**

Lisätietoja
Petri Koskela
petri.koskela@mmm.fi

New Nordic Food

Yhteispohjoismainen Uusi pohjoismainen ruoka II -ohjelman konferenssi ”The potential and future of Nordic food when eating outside home” järjestetään 11.–12.10.2011 Helsingissä. Kalastajatorpalla järjestettävä konferenssi tarjoaa loistavan mahdollisuuden tavata pohjoismaisia ruoka-alan sidosryhmien edustajia ja keskustella siitä, miten pohjoismaisen keittiön potentiaalia voidaan hyödyntää entistä paremmin.

Konferenssin pääteemana on pohjoismainen ruoka joukkoruokailussa, kuten kouluissa, sairaaloissa tai työpaikkaruokailussa. Aihetta tarkastellaan monista eri näkökulmista, esimerkiksi ilmastonmuutoksen estämisen kautta. Ilmasto on myös Suomen Pohjoismaisen ministerineuvoston puheenjohtajakauden pääteema. Toisena päivänä konferenssi jakautuu kolmeen alateemaan (Food, Children, Youth & Health, Food for Many ja Nordic Oat Day). Tämän lisäksi konferenssissa käydään läpi Uusi pohjoismainen ruoka II -ohjelman tähänastisia tuloksia sekä luodataan ohjelman ja pohjoismaisen ruoan tulevaisuutta.

Konferenssin yhteydessä järjestetään myös muita oheistapahtumia, kuten julistenäyttely sekä pohjoismaista ruokaa esittelevä tori. Torille ryhdytään etsimään tuotteitansa ja toimintaansa esitteleviä ruokatoimijoita kesän 2011 aikana. Tästä mahdollisuudesta kiinnostuneet voivat olla jo alustavasti yhteydessä tiedottaja Pauliina Munukkaan maa- ja metsätalousministeriöstä. Konferenssin tarkempi ohjelma julkaistaan kevään kuluessa.

Lisätietoja
tiedottaja Pauliina Munukka
maa- ja metsätalousministeriö
etunimi.sukunimi@mmm.fi
puh. 040 352 7008

http://nynordiskmad.org/tema/konferens-2011/

uusipohjoismainenruoka

Järvikala ui julkiskeittiöihin: haasteena vain pari pikku juttua

Järvikalalle oivat markkinat julkiskeittiöissä

Lähiruoka ja luomu rulettavat rintarinnan. SOK:n ketjujohtaja Ilkka Alarotu kertoi Suomen suurimman kauppaketjun luomutuotteiden myynnin kasvaneen jopa 35 prosenttia kolmen ensimmäisen kuukauden aikana (TV-Uutiset 31.3.2011). Tämä on hyvä uutinen. Haasteita toki riittää.

Logistiikka on tunnetusti yksi niistä keskeisimmistä haasteista, jotka estävät lähellä tuotetun ruoan pääsyn markkinoille. Mutta toki vähittäiskaupan roolikin on tässä mielessä erittäin merkityksellinen, Kaupparyhmät ovat PTYn johdolla käynnistäneet tuotekorttiohjelmansa, mutta julkisen sektorin ruokapalveluissa lähiruoan käytön lisäämiseksi on vaikea tehdä keskitetysti mitään, kun lukuisat toimijat ovat niin hajallaan ja siten niiden päätöksentekoprosessit eroavat suuresti toisistaan. Silloin on vaikutettava yleiseen mielipiteeseen, eikö niin?

Otetaanpa esimerkiksi lähiruokayrittäjien ja kunnallisen ateriapalvelujen yhteistyön lisäämisen ja siitä järvikalan käytön lisääminen kunnallisessa ruokapalvelussa. Miten ihmeessä on mahdollista, että jotkut kunnat eivät käytä ollenkaan järvikalaa ja toisaalta Kiuruvedellä järvikalan osuus kuntakeittiöiden tarjonnasta on lähes 97%? Kuntastrateginen päätös lähiruoan käyttämisestä kuntaruokailussa on eräs tärkeimmistä selittävistä tekijöistä. Toinen on ruoan tuunaaminen kuntakeittiöön sopivaksi.

Järvi- ja luonnonkalapäivät julkisten keittiöiden reseptikirjastoihin

Hinta ei yksin selitä järvikalan käytön vähäisyyttä, vaan kysymys on osin silkasta tiedon puutteesta kalastuselinkeinon ja kunnallisten reseptinikkareiden välillä. Järvikalan käytön lisääminen lähtee nimenomaan ruokapalvelun reseptisuunnittelusta. Mikäli julkisen sektorin resepteihin lisättäisiin järvi- ja luonnonkalapäivä esimerkiksi kolme-viisi kertaa vuodessa, tulokset näkyisivät heti aluetaloutta kohentavasti.

Erinomainen tapa edetä asiassa on käynnistää keskustelut lähikalaa toimittavien kalastajien/yritysten kanssa tarvittavista määristä viimeistään loppukesällä. Keittiön hankinnoista vastaava taho siis kilpailuttaa lähikalastajilla halutun määrän muikkuja, mikä tarvitaan kalaresepteihin vuodessa! Se ei ole sen kummempaa, mutta jos tämä jää tekemättä, kalastuksesta ja järvikalan hankkimisesta julkisiin keittiöihin tulee paljon vaikeampaa talven edetessä.

Miksi muikku?

Muikku on käytännössä ainoa järvikalamme, josta riittäisi suuria määriä toimitettavaksi julkisen sektorin ammattikeittiöihin. Ilmastollisista olosuhteista johtuen kesäkautta ja alkusyksyä lukuun ottamatta muikun käytössä on tukeuduttava pääosin pakastetun kalan käyttöön. Itämeren rehevöityminen, dioksiini- ja PCB-pitoisuudet sekä osin Tsernobylin ydinonnettomuuden aiheuttama jälkisäteily rajoittavat merikalan runsasta ja toistuvaa käyttöä.

Nuottakalastus jäältä on saalisvarmuudeltaan erittäin epävarmaa; sen ovat menneet talvet osoittaneet, kun jäälle on tulvinut suuria määriä vettä tai pakkaset kivunneet jopa neljäänkymmeneen asteeseen. Mutta silloin kun talvikalastus on mahdollista, mikäs sen parempaa sesonginmukaista ruokaa.

Irtopakastuslaitteistot hyötykäyttöön

Meillä on jo nyt mm. Järvi-Suomen alueella lukuisia irtopakastuslaitteistoja, jotka pystyisivät toimittamaan kerralla useita tonneja perattua/irtopakastettua muikkua, jos vaan nämä kalaalan laitokset saisivat tiedon julkisen sektorin tarpeista jo alkusyksystä ja näin hyödyntäisivät laitosten kapasiteetin täysmääräisesti. Muikku säilyy glaseerattuna hyvälaatuisena vähintään vuoden ja irtopakastus mahdollistaa kysyntää vastaavan valmistuserän käytön.

Mutta - jotta yhteispeli toimisi, kalastajilla on oltava jo alkusyksystä tieto kuntakeittiöiden käyttötarpeista, jotta oikea määrä muikkua saadaan pakkaseen. Muuten homma ei onnistu. Kyse ei ole siis suuresta asiasta. Ja kalan kilohintakin jäänee sopivaksi (esim. 5-6 eur/kg tuntumaan), mikä ei liene ylivoimainen kuntataloudelle.

Entäpä muut järvikalat - kuha, hauki tms.?

Ainakin Ylä-Savon järvissä kuhakanta on kasvanut erittäin voimakkaasti, joten myös kuhaa olisi paljon tarjolla vaikkapa henkilöstöruokaloihin tms. ulkomaisten kalaruokien rinnalle. Määrät jäävät kuitenkin selvästi muikkusaalista pienemmiksi. Lisätietoja kalantoimittajista esimerkiksi www.aitojamakuja.fi -palvelun kautta.

Toki joidenkin kalastustuotteiden tuunaamisella julkisen sektorin tarpeisiin saataisiin hyviä tuloksia. Hauki on yksi vähän käytetty raaka-aine. Tästä esimerkkinä kiuruvetisen Erätulten Tarinoiden tuottaman haukimurekemassan käyttö, jossa yrittäjä Juhani Väyrynen toimittaa Kiuruveden kaupungin ruokapalvelun tarvitsemat haukipihvit ja -pyörykät koulukeittiöihin. Ja sinne työpaikkaruokailun juhlapöytään sopisi ehdottomasti pohjoissavolainen kylmäsavuhauki.

Muikku- ja särkiruokia tuunaamaan - vaikka japanilaisin voimin

Paistetut muikut ja kalakukko eivät kumpikaan taida olla sitä 2010-luvun koululaisten suosikkiruokaa. Siksi voimallista kalaruoan tuunaamista tarvitaan. Muikuissa ja särkikaloissa tuotekehitykselle on valtaisat mahdollisuudet.

Myös yhteiskunnan olisi herättävä asiaan, ja mikä estäisi vaikka perinteisten kalankäytön mahtimaiden asiantuntijoiden - kuten vaikkapa japanilaisten keittiömestareiden kutsumisen Suomeen asiantuntijoiksi kehittämään suomalaisia kalaruokia julkiskeittiöihin sopiviksi.

Teksti ja kuvat: *Jukka-Pekka Korpi-Vartiainen elintarvikekoordinaattori, jukka-pekka.korpi(at) suonenjoki.fi, Tuunattu Kalakukko -verkkolehden päätoimittaja (ks. www.sisa-savo.fi)*

Valtioneuvoston periaatepäätös maaseudun kehittämisestä

Valtioneuvoston toukokuussa 2009 antaman maaseutupoliittisen selonteon linjauksia toteutetaan konkreettisella, hallituksen maaseutupoliittisella periaatepäätöksellä. Periaatepäätös valmisteltiin selonteosta käytävän eduskuntakeskustelun jälkeen vuoden 2010 aikana ja siinä otettiin huomioon eduskunnan kannanotot. Vuonna 2011 työnsä aloittava hallitus päivittää periaatepäätöksen.

Valtioneuvoston periaatepäätös maaseudun kehittämisestä 2011 suuntaa ja sovittaa yhteen maaseudun kehittämisen tavoitteita ja toimenpiteitä eri hallinnonaloilla. Periaatepäätöksen keskeisenä lähtökohtana on tunnistaa maaseudun mahdollisuudet sekä tulevaisuuden kannalta keskeiset haasteet ja etsiä toimenpiteitä niiden ratkaisemiseksi.

Periaatepäätöksessä tunnistetaan neljä toimintaympäristön keskeistä haastetta, jotka ovat:

1) Maaseudun väestön kaupunkeja nopeampaan ikääntymiseen varautuminen

2) Palveluiden saatavuuden varmistaminen maaseudulla

3) Liikenne- ja tietoliikenneinfrastruktuurin kattavuudesta ja kunnosta huolehtiminen

4) Maaseudun elinkeinojen elinvoimaisuuden edistäminen

Maaseutualueiden elinvoimaisuus ja kilpailukykyisyys edellyttävät päätöksiä ja toimenpiteitä, joissa maaseutualueiden erityispiirteet tunnistetaan ja hyödynnetään. Alueiden kehittämiseksi käytössä olevien resurssien vaikuttavuutta parannetaan varmistamalla, että eri sektorit ja eri toimijat toimivat alueilla samansuuntaisesti. Tasapainoinen aluekehitys ja kansalaisten tasa-arvo edellyttävät kehittämistoimien kohdistamista alueiden erilaisten tarpeiden mukaisesti. Periaatepäätös sisältää 18 toimenpidettä maaseudun haasteisiin vastaamiseksi.

Tutustu periaatepäätökseen: http://www.tem.fi/files/29321/VN_periaatepaatos_maaseudun_kehittamisesa.pdf

Poliitikot ja maaseudun kehittäjät yhtä mieltä: maaseudulla on nostetta

Syntyvätkö innovaatiot maaseudulla? Miten yrittäjyyttä ja hyvinvointia lisätään maaseudulla ja kuinka päättäjät tukevat maaseudun tarpeita? Näitä kysymyksiä pohti täysi salillinen maaseudun kehittäjiä tiistaina 8.3. järjestetyssä Maaseutuparlamentissa Helsingissä. Ministeri Anttila näki maaseudulla paljon mahdollisuuksia nuorille yrittäjille ja ministeri Pekkarinen ennusti maaseudulle hyvää nostetta.

Lähipalvelujen järjestäminen maaseudulla aiheutti eniten keskustelua. Maaseudulla toimivien kehittäjien mielestä valtion tulisi viime kädessä luoda kannusteita niiden järjestämiseen. Myös pienyrittäjyyttä olisi tuettava helpottamalla säädöksiä ja byrokratiaa. Kuntien on ensin laadittava maaseutuohjelmat, jotka ohjaavat politiikan tekoa kylissä ja haja-asutusalueilla. Ja kuntien on otettava vakavissaan kyläsuunnitelmat palvelujen turvaamiseksi. Tutkija Ritva Pihlaja täsmensi, että valtion on otettava suurempi vastuu ja kuntien tehtäviä on kevennettävä. ”Palvelut pyörillä” on keskustelijoiden mielestä toimiva konsepti harvaan asutulla maaseudulla.

- Seuraavan hallituksen on otettava toimivaltaisen lähidemokratian edistäminen ohjelmaansa, toivoo professori Hannu Katajamäki, joka on huolissaan kuntaliitosten synnyttämien suurkuntien asukkaiden epätasa-arvoistumisesta.

Keskustelijat olivat yhtä mieltä myös siitä, että riittämätön infrastruktuuri on esteenä innovaatioille, yritystoiminnalle ja nuorten houkuttelemiselle maaseudulle. Yhteiskunnan onkin huolehdittava yhteyksien, myös tehokkaiden ja kiinteiden laajakaistayhteyksien, ulottamisesta syrjäisimpiinkin kyliin. Näin kynnys madaltuu ja maaseudulle syntyy yrittämistä mahdollistavia ympäristöjä. Professori Hilkka Vihinen kannustaa myös riskirahoituksen käyttämiseen, jolla luodaan edellytyksiä sopiville yksilöille kehittyä omien kotiseutujensa työllisyyttä edistäviksi yrittäjiksi. Myös eduskuntaryhmien edustajien puheenvuorot korostivat maaseudun merkitystä.

Nuoret kokevat maaseudun tulevaisuuden valoisaksi ja siellä on paljon nostetta. Osa maaseudun kehittäjistä ja tutkijoista kuitenkin kokee, että maaseutu-sana viittaa usein vanhanaikaisiin mielikuviin.

- Tällä hetkellä se on suorastaan mielikuvamarkkinoinnin ”luuseri”, professori Vihinen korostaa ja jatkaa, että suhtautuminen maaseutuun on edelleen maatalouskeskeistä eikä maaseudun kokonaisuutta ja sen sisältämiä mahdollisuuksia nähdä.

Pohjois-Karjalan maakuntaliiton kehittämispäällikkö Sami Laakkonen näkee Suomen maabrändiraportin olevan tässä avainasemassa, sillä Suomen raportti sekä Eurooppa 2020 strategian sisältämä ”älykäs, kestävä ja osallistava” kasvu asemoivat suomalaisen maaseudun tulevaisuuden aivan uudella tavalla.

- Tämä on mahdollisuus, jota ei pidä hukata, Laakkonen kannustaa.

Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmä YTR:n ja Maaseutuverkoston järjestämä Maaseutuparlamentti toteutettiin yhteistyössä eduskunnan maaseutuverkoston ja maaseutupoliittisen ministeriryhmän kanssa.

Lähiruoan puolesta

Tapahtumassa keskusteltiin maaseutupolitiikasta ja tulevaisuuden maaseudusta virkamiesten, tutkijoiden, kehittäjien sekä päättäjien kanssa. Lähiruoan ja paikallisen elintarvikeyrittäjyyden tärkeyden merkitys nousi esiin useiden puolueiden puheenvuoroissa. Maaseutuparlamentin yhteydessä oli ns. ständitori, jossa mm. YTR:n teemaryhmät esittelivät toimintaansa.

Yrittäjyyden edistämisessä tärkeiksi nähtiin:

- toimiva infrastruktuuri
- matala kynnys yrittäjyyteen
- mahdollisuus riskirahoitukseen
- yhteisyrittämiseen ohjaavat asiantuntijapalvelut ja koulutus
- yksilökeskeisen yrittäjyyden vahvistaminen ja tukeminen
- alempitasoisen tieverkoston hyvä kunto
- laajakaistojen toimivuus
- aktiiviset kylät
- innovaatioiden tukeminen yrityspalvelujen avulla

Maaseutuparlamentti on katsottavana verkossa:

- Paneelikeskustelu: http://www.goodmood.fi/maaseutuparlamentti/index.php?videoId=30561959
- Eduskuntaryhmien puheen vuorot: http://www.goodmood.fi/maaseutuparlamentti/index.php?videoId=30569750

Heidi Valtari
heidi.valtari@utu.fi

Lähiruoka mukana Kauttuan Ruukkifestivaaleilla

Euran Kauttuan historiallisella ja idyllisellä ruukkialueella järjestetään järjestyksessään toinen kesätapahtuma 30.-31.7.2011. Kauttuan Ruukkifestivaali on tänäkin vuonna muotoilun, taiteen ja käsitöiden, hyvän ruuan ja musiikin kesätapahtuma koko perheelle.

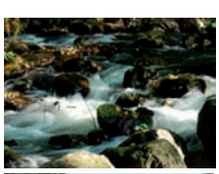
Muotoilijaprofessori Eero Aarnion tuotannon näyttely rakennetaan vanhaan hevostalliin. Tarkoituksena on tuoda esille Aarnion koko tuotanto 60-luvulta tähän päivään. Ruukkifestivaalin juontajana toimii euralaislähtöinen tv-toimittaja Tomi Einonen.

Aalto-yliopiston taideteollisen korkeakoulun professori Pekka Korvenmaa tulee jatkamaan suosittua luentosarjaansa. Alueella on myös vanhalle Sahalle rakennettu käsityötori, jossa on esillä ja myynnissä käsityöläisten taidonnäytteitä. Teemana myyntinäyttelyssä on kierrätys. Yhtenä teemana vuonna 2011 on myös vesi.

Lähiruoan merkitystä nostetaan esille edelleen. Keittiömestari Jesse Söderlund tuo festivaalille tarjolle oman, tuoreen näkemyksensä maakunnan kulinaarisista herkuista. Jesse Söderlund loihtii festivaalivieraille herkkuja kokkijoukkueensa kanssa.

Lisätietoja
Petri Helander
puh. 040 507 0127
info@ruukkifestivaali.fi

www.ruukkifestivaali.fi



Kasvisruoka ammattikeittiöissä -koulutuspäivä 7.6.2011 Eurassa

Koulutuspäivän tavoitteena on antaa ideoita ja ajatuksia kasvisruuan toteutukseen. Osallistujat saavat mukaansa Savon ammatti- ja aikuiskoulutuskeskuksessa kehitettyjä ja kokeiltuja uusia kasvisruokaohjeita, joiden raaka-ainevalinnoissa on noudatettu kestäviä valintoja, kuten avomaalla tuotettuja vihanneksia.

Tilaisuudessa on paikalla myös alueellisia kasvisten jatkojalostajia.

Koulutuspäivä pidetään Kauttuan Klubilla Eurassa, hinta on 90 € /hlö, sisältäen lounaan ja kahvit. Ilmoittautuminen 27.5. mennessä Pyhäjärvi-instituuttiin toimisto@pji.fi tai 02 838 0600 tai http://www.pyhajarvi-instituutti.fi/ ilmoitautuminen. Kurssille mahtuu 70 ensiksi ilmoittautunutta.

Hinta 90 € sisältää kurssimateriaalin sekä ohjelmaan merkityt kahvit ja lounaan. Tilaisuuden ohjelma löytyy www.pyhajarvi-instituutti.fi kohdasta ajankohtaista.

Lisätietoja
Anita Karppinen
puh. 0440 344 059
anita.karppinen@pji.fi

Yritysten kehittämistarpeita kartoitettiin Pohjois-Savossa

Lähes puolet yrityksistä haastattelussa

Kuopion alueen KOKO –ohjelman (Koheesio- ja kilpailukykyohjelma) rahoittamassa selvitystyössä kartoitettiin pohjoissavolaisten elintarvikeyritysten kehittämistarpeita. Kartoitukseen valittiin elintarvikealan jalostustyötä tekeviä yrityksiä koko Pohjois-Savosta lukuun ottamatta kaikkein suurimpia yrityksiä ja vain hyvin rajallisilla paikallisilla markkinoilla toimivia. Määräaikana tavoitettiin 63 yritystä (joista 3 puhelinhaastatteluna).

Yritykset pääosin pieniä

Yritysten liikevaihto henkilöä kohti oli keskimäärin n. 154 000 euroa. 65%:lla yrityksistä liikevaihto henkilöä kohti oli alle 100 000 euroa ja jopa viidesosalla alle 50 000 euroa / työntekijä.

Yrityksissä erikoistuneita ja palvelusuuntautuneita

Yritykset valmistivat kaikkiaan yli 2400 eri tuotetta. Seitsemällä yrityksellä oli valikoimissaan vähintään 100 itse valmistettua tuotetta, 15 yrityksellä tuotteita oli enintään 5 kpl. Tuotemäärä oli iso mm. leipomoissa ja kasviksia käsittelevissä yrityksissä. Toisaalta myös näiltä tuotannon aloilta löytyi yrityksiä, jotka olivat keskittyneet vain hyvin pienen tuotemäärän valmistamiseen. Tarkasteltaessa yli 20 henkilöä työllistävien yritysten tuotemäärää havaittiin, että näissä oli yhtä usein alle 5 tuotetta kuin yli 50 tuotettakin.

Lähes puolet yrityksistä (44 %) huolehti tuotekehityksestään itse. Kolmasosalla (32 %) oli tarvetta tuotekehitysapuun. Osa (16 %) ilmoitti, ettei tee laisinkaan tuotekehitystä. Myyntipäällysmerkintöihin kaipasi apua joka kymmenes yritys.

Liiketoiminta- ja markkinointisuunnitelmat ja lähitulevaisuus

Liiketoimintasuunnitelma oli tehtynä 73 %:lla yrityksistä, päivitystarpeita siinä ilmoitti olevan kolmasosa yrityksistä. Yritykset, joilla ei ollut tehtynä liiketoimintasuunnitelmaa, olivat pääasiassa alle 5 henkilöä työllistäviä, mutta mukana oli myös muutama yli 10 henkilöä työllistävä yritys. Suurimmilla yrityksillä liiketoimintasuunnitelmat olivat olemassa. Markkinointisuunnitelma oli noin puolella ja niistäkin kolmasosa vaatisi päivittämistä.

Useimmat yritykset, joilla ei ollut kumpaakaan em. suunnitelmaa, olivat sitä mieltä, että se olisi tarpeen, mutta joukossa oli myös yrittäjiä, jotka ilmoittivat, että selviävät oman kokemuksensa pohjalta ilman erillisiä suunnitelmia. Yli neljännes yrityksissä suunnitteli joko yrityksen myyntiä tai sukupolvenvaihdosta.

Omavalvonta ja työsuojelun toimintaohjelmat

Omavalvonta on lakisääteinen kaikille elintarvikeyrityksille ja suunnitelmat löytyivätkin kaikilta tuotannollista toimintaa tekeviltä yrityksiltä.

Työsuojelun toimintaohjelma (lakisääteinen) oli kolmasosalla yrityksistä ja niissä, joissa se oli olemassa, yli kolmasosa olisi vaatinut päivittämistä. Karkeasti voidaan todeta, että toimintaohjelma oli tehty suurimmissa yrityksissä sekä muutamaa vuotta aiemmin Elintarvike-Futuria -hankkeen aiheesta järjestämässä koulutuksessa mukana olleilla yrityksillä.

Laatu- ja ympäristöjärjestelmät

Viidenneksellä yrityksistä oli jokin laatujärjestelmä käytössä (ISO 9001 tai ISO 9002 (5 kpl) ja ISO 22000 (3 kpl), Laatuluokitus, Laatutarha, Global Gap, SQMS ja Maatilan Parhaat). Halukkuutta laatujärjestelmien rakentamiseen oli lähes neljäsosalla joko oman toiminnan kehittämisestä tai sitten, kun asiakkaat

Yrityksen toimiala	Haastattelussa mukana		Pohjois-Savon elintarvikeyritykset v. 2010 (Ruoka-Suomi -tilasto)	
	kpl	%	kpl	%
Leipomotuotteet	15	24	55	31
Kasvikset	13	21	35	20
Marjat	*10	16		
Kalatuotteet	*6	10	26	15
Lihatuotteet	*8	13	17	10
Myllytuotteet	4	6	12	7
Maito	3	8	9	5
Muu	*8	13	**22	**12
Yhteensä	***67**	***111**	**176**	**100**

* Neljä yritystä on luokiteltu kahteen ryhmään (kala-liha; marjat-muu)
**** Mukana myös juomien valmistajat, joista tässä kartoituksessa marjamehujen valmistajat on luokiteltu kohtaan marjat**

Taulukko 1. Kartoituksessa mukana olleiden ja kaikkien pohjoissavolaisten elintarvikeyritysten toimialajakaumat.

niin vaativat. Useimmiten esille tuli ISO9001, ISO 22000 ja BRC. Ympäristöjärjestelmä ISO 14000 oli yrityksen ilmoituksen mukaan käytössä kolmessa yrityksessä.

Laadunvarmistusta tehtiin omavalvontasuunnitelman ja laatujärjestelmien mukaisesti. Haastatteluista jäi sellainen kuva, että useimmissa yrityksissä tuotteille ei kuitenkaan oltu määritetty tarkkaa tuotespesifikaatioita, jolloin laadun varmistus on vaikeampaa.

Tuotelaatua peilattiin myös asiakkaiden tekemien auditointien avulla. Muutamat yritykset toivat esille toimittaja-auditointien tarpeen. Myös laboratoriotestejä (useimmiten uusista tuotteista) teetettiin. Vain muutama yritys seurasi kilpailijoiden tuotteita säännöllisesti. Osalla yrityksistä vertailu oli kuitenkin hyvin järjestelmällistä.

Markkinointi

Yrityksistä 80 %:lla oli omat kotisivut. 40 % ilmoitti toimittavansa tuotteita yksinomaan tai lähes yksinomaan vähittäiskauppoihin. Suurtaloussektorille markkinoi viidesosa yrityksistä. Loput käyttivät molempia kanavia. Oma myymälä oli muutaman yrityksen pääasiallinen markkinakanava.

Yrityksistä 61% oli kiinnostuneita messuista, useimmin mainittiin Savo Gourmet-(Pohjois-Savossa järjestettävät paikalliset messut) ja Gastro-messut sekä omaan alaan liittyvät tai keskusliikkeiden messut. Messuhaluttomuuden syiksi mainittiin tuotantokapasiteetin rajallisuus ja se, ettei uusia asiakkaita enää tarvita. Yrityksissä pohdittiin myös sosiaalisen median ja nettikauppojen hyödyntämistä markkinoinnissa ja myynnissä.

Koulutustarpeet moninaisia

Yrityksissä oltiin tyytyväisiä henkilöstön ammattitaitoon ja osaamiseen. Toiveita tuli yksittäisistä yrityksistä mm. tilapäisten henkilöiden osaamisesta. Laatuosaamista kaipasi lisää moni yritys. Muut koulutustarpeet liittyivät mm. markkinointiin (ketjuneuvottelut), hinnoitteluun, tuotekehitykseen, yrityksen hallintoon, tuotantokoneisiin, työsuojeluun, tietotekniikkaan, kilpailutukseen ja omavalvontaan.

Johtopäätökset

Viidesosalla kartoituksessa mukana olleista yrityksistä liikevaihto oli henkilöstömäärään nähden todella pieni. Elintarvikealalla alle 50 000 euron vuotuisella liikevaihdolla henkilöä kohti on käytännössä mahdotonta ylläpitää kannattavaa liiketoimintaa. Osa näistä hyvin pienellä liikevaihdolla toimivista yrityksistä oli vasta vähän aikaa toimineita. Yksi selitys saattaa olla myös se, että yrittäjällä on voinut olla myös muita tulonlähteitä kuin elintarvikealan yritystoiminta ja/tai että henkilöstömäärä on ilmoitettu yläkanttiin.

Liiketoimintasuunnitelma löytyi useimmasta yrityksestä. Suurimmilla yrityksillä se oli kaikilla ja pienillä yrityksillä ne oli usein tehty rahoittajan vaatimuksesta esimerkiksi investointiavustuksia haettaessa. Se, miten ne palvelevat yrityksen omaa kehittämistä, ei käy ilmi tästä selvityksestä. Yrittäjä saattoi myös perustella suunnitelman puuttumista sillä, ettei sitä tarvita, kun on pitkäaikainen kokemus ja osaaminen. Ongelma näyttää olevankin siinä, että ulkoisten vaatimusten vuoksi tehdyt suunnitelmat eivät sellaisenaan palvele yritystoimintaa ja niiden mielekkyys kyseenalaistetaan. Toisaalta yrittäjä, jolla ei ole halukkuutta kasvattaa yritystään ja joka ei myöskään ole kiinnostunut yrityksen arvon kasvattamisesta esimerkiksi myyntiä ajatellen, kykenee säilyttämään toiminnan tason niin kauan kuin olosuhteissa ei tapahdu oleellisia muutoksia.

Tuotekehityksen puuttuminen huolestuttavaa

Elintarvikealalla raaka-aineen oma tuotanto, tuotantolaitoksen hyväksyttäminen tai yrittäjän osaamisen kohdentuminen tietyn raaka-aineen käsittelyyn ohjaa raaka-ainelähtöiseen toimintaan. Asiakkaan toiveita kuitenkin kuunnellaan tarkasti. Useat yrittäjät mainitsivat, että impulssi tuotekehitykseen tulee useimmiten asiakkailta. Tämä puolestaan on muutamissa yrityksissä johtanut erittäin laajaan tuoterepertuaariin. Tuotekehityksen puuttuminen kokonaan osalta yrityksistä tuntuu huolestuttavalta. Useimmiten syyksi mainittiin se, että kapasiteetti on täynnä eikä uusiin tuotteisiin ole tarvetta. Tuotekehitys pitäisi kuitenkin nähdä tulevaisuuden investointina ja jatkuvuuden varmistajana. Kolmannes yrityksistä kaipasi apua tuotekehitykseen, joten kehittämishankkeiden suuntaaminen tuotekehitykseen on perusteltua.

Tuotekohtaisen kannattavuuden mittaaminen oli pienissä yrityksissä puutteellista. Isommissa yrityksissä tuotekohtainen kannattavuus oli tarkkaan tiedossa ja jos tuotannossa pidettiin jotain kannattamatonta tuotetta, sille löytyi selvät perustelut liiketoiminnan kokonaiskannattavuuden kautta (markkinointietu, jätemaksujen vähentäminen tms.). Talousasioihin kaivattiin apua myös koulutusten kautta. Tuotekohtaisen kannattavuuden laskeminen vaatisi helppokäyttöisten apuvälineiden (oh-

Yritysten liikevaihto			Yrityksen henkilöstön määrä		
1000 euroa/vuosi	kpl	%	htv/v	kpl	%
alle 50	8	13	<5	32	51
50 – 100	4	6	5-9	11	17
101 – 500	26	41	10-20	10	16
501 – 1 000	10	16	yli 20	10	16
yli 1000	15	24			
Yhteensä	**63**	**100**		**63**	**100**

Taulukko 2. Yritysten kokoluokka liikevaihdolla ja henkilöstöllä mitattuna.

jelmien, mallien) käyttöönottoa yrityksissä. Tähän voisi suunnata resursseja tulevissa kehittämishankkeissa.

Työsuojeluun ja laatujärjestelmiin panostettava

Omavalvonta on ainakin määrällisesti suhteellisen hyvällä tasolla yrityksissä. Yksittäisten kuntien välillä on suuria eroja siinä, kuinka paljon apua ja neuvontaa terveystarkastajat voivat antaa omavalvonnan käytännön toteutuksessa (mm. näytteenotto, myyntipäällysmerkintöjen tarkastaminen, muu ohjeistus) ja toisaalta myös omavalvonnan sisällöllisissä vaatimuksissa.

Työsuojelun toimintaohjelma oli heikosti hoidettu elintarvikeyrityksissä. Isoissa yrityksissä toimintaohjelmat olivat kunnossa, mutta pienissä vain harvoissa. Mm. työsuojelupiireillä on olemassa pohjia toimintaohjelman tekemiseen.

Läheskään kaikissa yrityksistä ei ole tehty tuotespesifikaatioita lopputuotteesta, jolloin tarkka laadun seuranta on vaikeaa. Kilpailijoiden toimista haluttiin pysyä tietoisina, mutta useimmiten omien tuotteiden arviointi kilpaileviin tuotteisiin perustui subjektiiviseen vertailuun ilman sokkotestausta. Sekä oman tuotelaadun arvioinnin kehittäminen että objektiivisten mallien tuominen kilpailijavertailuun voisi parantaa tuotelaatua ja toisaalta auttaa yritystä sopivien asiakassegmenttien valinnassa.

Laatujärjestelmien määrä lisääntyy jatkuvasti elintarvikeyrityksissä. Suuri osa järjestelmistä oli alkujaan tehty asiakkaiden vaatimuksesta. Ongelmana on, että vaihtoehtoisia järjestelmiä on monenlaisia ja sopivan järjestelmän valinta on hankalaa. Yrityksissä kaivattiin myös koulutusta yleisen laatutietouden ja -asenteen lisäämiseksi. Ympäristöasiat ovat vasta tulossa yrityksiin. Toistaiseksi asia mielletään lähinnä jätehuolloksi, jolloin ympäristöasioiden kehittämistä ei osata käyttää tehokkuuden lisäämiseksi ja markkinoinnin tukena.

Kuluttaja- ja b2b-messuja tarvitaan

Markkinointisuunnitelmat puuttuivat puolelta yrityksistä. Kotisivut puuttuivat vielä lähes viidesosalta yrityksistä. Puuttuvia kotisivuja perusteltiin mm. sillä, ettei yritys tarvinnut lisää asiakkaita tai että tarvetta olisi, mutta ei ole ollut resursseja niitä tehdä. Erilaisten markkinointitarpeiden vuoksi yrityksille pitää jatkossakin tarjota sekä paikallisia messuosallistumisia myyntitiskeineen että valtakunnalliseen markkinointiin painottuvia isoja messuja, joilla pohjustetaan kauppoja valtakunnallisten toimijoiden kanssa. Osa mukana olleista yrityksistä oli jo saanut riittävästi perusmarkkinointiin liittyvää koulutusta, mutta kaipasivat syvälle menevää ja räätälöidympää koulutusta mm. ketjuneuvotteluihin. On myös muistettava, että yritykset ovat eri tasoilla kehittymisen polulla ja jatkuvasti tulee uusia yrityksiä, joiden koulutus on aloitettava perustason koulutuksesta.

Muutosvaiheisiin apua

Yli neljännes yrityksistä oli joko myynnissä tai sukupolven vaihdos oli tulossa. Läheskään kaikilla näistä ei kuitenkaan ollut jatkajaa tiedossa. Yrityksen muutosvaihetta olisi hyvä pohjustaa hyvissä ajoin, jolloin rahoitus- yms. asiat on helpompi järjestää. Tämä voi tarkoittaa esim. järjestelmällistä kehittämistoimintaa laatu- tai toiminnanohjausjärjestelmien muodossa.

Mentorointimallien kehittäminen voisi olla keino tuottaa yrityksille räätälöityä opastusta ja motivoida yrittäjiä liiketoiminta- ja markkinointisuunnitelmien tekemiseen, liiketoiminnan yleiseen kehittämiseen ja mm. talousasioiden hallintaan. Myös ELY-keskuksen tuotteistettujen yrityspalvelujen markkinointi erityisesti pienille yrityksille olisi kustannustehokas tapa viedä kehittämistoimia eteenpäin.

Raportti on kokonaisuudessaan luettavissa osoitteessa:

http://www.sisa-savo.fi/www/fi/materiaalit_ja_julkaisut/elintarvikealan_julkaisut.php

Vuokko Niemitalo
Sisä-Savon seutuyhtymä

Healthy to go - Food Innovation -onlinekurssi alkaa 15.9.2011

Elintarvikealan pk-yrityksille suunnatun kurssin tavoitteena on lisätä pk-yritysten markkinapotentiaalia erityisesti terveellisyysnäkökohtien kautta. Kurssilla voit ratkoa käytännön haasteita yhdessä muiden Itämeren alueen opiskelijoiden ja asiantuntijoiden kanssa. Koulutuksen mahdollistaa Baltfood -yhteistyö, www.baltfood.org Vastaavan sisältöinen kurssi on jo toteutettu kaksi kertaa ja nyt koulutus toteutetaan kolmannen kerran. Kahdella aiemmalla kerralla kurssi on täyttynyt jo hyvissä ajoin ennen ilmoittautumisaikaa ja Suomesta on ollut täydet 15 osallistujaa.

Koulutus toteutetaan englanniksi. Ilmoittaudu viimeistään 10.9.

http://www.oncampus.de/index.php?id=1449&L=1

Lisätietoja
http://www.valtfood.fi/de/69/news-dates_3.html
tai Suomessa Heidi Valtari, 0400 487 160, heidi.valtari@utu.fi

---

Lapin Poron kylmäsavulihalle EU:n nimisuoja

Lapin Poron kylmäsavuliha on lisätty niiden tuotteiden joukkoon, joille on EU:ssa myönnetty suojattu alkuperänimitys (SAN). Tähän mennessä EU:n alueella nimisuojauksen on saanut jo lähes tuhat tuotetta. Näistä lihajalosteita on alkuperänimityksenä suojattu vain 31 kappaletta, joista tunnetuimpana Parmankinkku. Suomalaisista tuotteista tähän joukkoon kuuluvat Lapin Poron kylmäsavulihan lisäksi myös viime vuonna rekisteröity Lapin Poron kuivaliha.

Lapin Poron kylmäsavuliha saadaan Suomen poronhoitoalueella syntyneistä, kasvaneista ja teurastetuista poroista, jotka laiduntavat vapaasti luonnonlaitumilla kevään, kesän, syksyn ja alkutalven ennen teurastusta. Lapin Poron kylmäsavulihan valmistusprosessi kestää noin kuukauden ja kypsytys suoritetaan kylmäsavuhuoneissa tai -kaapeissa savustamalla ja kosteutta haihduttamalla. Alkuperämerkintä edellyttää, että poronliha pakataan Suomen poronhoitoalueella.

Lapin Poron kylmäsavulihan nimisuoja on jo kolmas alkuperäsuoja porolle. Suomalaisista tuotteista Lapin Poron liha, Lapin Poron kuivaliha sekä näiden lisäksi myös Lapin Puikula -peruna on aiemmin rekisteröity suojattuina alkuperänimityksinä (SAN). Kainuun rönttönen on suojattu maantieteellisenä merkintänä (SMM). Lisäksi karjalanpiirakka, kalakukko ja sahti on rekisteröity aitoina perinteisinä tuotteina (APT).

EU:n nimisuojajärjestelmän tarkoitus on suojata elintarvikkeita ja maataloustuotteita vakiintuneen nimen väärinkäytöltä ja huokeammilta väärennöksiltä. Suoja koskee yleensä tuotteita, joita on valmistettu tai tuotettu perinteisesti tietyllä alueella tai tietyllä valmistusmenetelmällä useamman sukupolven ajan. Kuluttajalle suojaus on tae siitä, että tuotteen alkuperä, raaka-aineet ja valmistusmenetelmä tunnetaan.

Suojausjärjestelmiä on kolme erilaista, joista suojattu alkuperänimitys (SAN) ja suojattu maantieteellinen merkintä (SMM) suojaavat tuotteen tuotannon ja valmistuksen sen perinteisellä maantieteellisellä alueella. Kolmas järjestelmä (APT) suojaa tuotteen perinteisen valmistusmenetelmän. Järjestelmä on voimassa kaikissa EU:n jäsenmaissa, joten rekisteröity nimitys on suojattu koko yhteisön alueella.

Sekä Lapin Poron kylmäsavulihan että kaikkien muidenkin suojattujen tuotteiden tarkemmat kuvaukset löytyvät komission sivuilta DOOR-ohjelmasta osoitteessa: http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door.

Lisätietoja
toimistopäällikkö Matti Särkelä,
Paliskuntain yhdistys
puh. 040 5811
neuvotteleva virkamies Maija Heinonen, MMM
puh. (09) 160 54278, 040 518 5259

Elintarvikeyritysten ilmoittaminen helpottuu

Valtioneuvosto hyväksyi 5.5.2011 asetuksen, joka keventää olennaisesti elintarvikeyritysten perustamiseen liittyvää byrokratiaa siten, että huoneistojen hyväksymisestä siirrytään ilmoitusmenettelyyn. Ilmoituksen tarkoituksena on jatkossa ainoastaan kertoa elintarvikevalvonnalle missä, miten ja kenen nimissä elintarvikealan toiminta käynnistyy. Elintarvikehuoneiston perustiedot kirjataan koko maata koskevaan valvontakohdetietokantaan, minkä jälkeen kirjaus vahvistetaan ilmoittajalle.

Asetuksella annetaan syyskuun alussa voimaan astuviin elintarvikelain (23/2006) muutoksiin (352/2011) liittyviä toimeenpanosäännöksiä, jotka koskevat alkutuotantopaikan sekä elintarvikehuoneiston ilmoituksen sisältöä sekä tekotapaa, elintarvikehuoneiston ilmoituksen viranomaiskäsittelyä sekä laitoksen hyväksymishakemuksen sisältöä, tekotapaa sekä mahdollisen hyväksymispäätöksen sisältöä. Asetuksessa säädetään myös eräistä elintarvikevalvonnan tehtäviä hoitavien viranhaltijoiden kelpoisuusehdoista.

Asetuksessa kevennetään myös laitosten hyväksymishakemuksen sisältöä niin, että hakemuksessa kysytään jatkossa ainoastaan tietoja, joita toiminnan hyväksyminen vähintään edellyttää. Laitoksen hyväksymishakemukseen tulee liittää omavalvontasuunnitelma, mutta omavalvontasuunnitelmia ei enää hyväksytä.

Elintarvikehuoneistolla tarkoitetaan mitä tahansa rakennusta tai huoneistoa tai niiden osaa taikka muuta ulko- tai sisätilaa, jossa myytäväksi tai muuten luovutettavaksi tarkoitettuja elintarvikkeita valmistetaan, säilytetään, kuljetetaan, pidetään kaupan, tarjoillaan tai muutoin käsitellään. Eläimistä saatavia elintarvikkeita ennen vähittäismyyntiä käsitteleviä elintarvikehuoneistoja kutsutaan laitoksiksi. Niitä on maassamme vajaa tuhat, muita elintarvikehuoneistoja noin 50 000.

Viranhaltijoiden kelpoisuusehdot säilyvät ennallaan. Maidontuotantotiloja valvoo kuntaan virkasuhteessa oleva eläinlääkäri. Kananmunanpakkaamojen valvonnasta vastaa kuntaan virkasuhteessa oleva eläinlääkäri, mutta varsinaisen valvonnan voi suorittaa paikan päällä esimerkiksi kunnan terveystarkastaja. Teurastamojen, riistan käsittelylaitosten ja leikkaamojen valvonnasta ja lihantarkastuksesta vastaa asetuksen mukaan virkasuhteessa oleva eläinlääkäri.

Lisätietoja maa- ja metsätalousministeriöstä
eläinlääkintöylitarkastaja Sebastian Hielm
puh. 050 524 5761
elintarviketurvallisuusjohtaja Veli-Mikko Niemi
puh. 050 367 1039

Pirkanmaan laajin lähiruokahanke starttasi Ahlmanilla

Parasta Pöytään Pirkanmaalta–lähiruokahanke tuo pienten elintarviketuottajien antimet paremmin paikallisten kuluttajien lautasille.Tavoitteena on pirkanmaalaisen lähiruokaketjun tehostaminen logistiikan, markkinoinnin, liiketoimintaosaamisen ja ketjun eritoimijoiden verkostoitumisen kehittämisen avulla. Pirkanmaalla ei ole aiemmin tehty yhtä laajaa lähiruokatoiminnan kehittämiseen suunnattua hanketta.

Hankkeen toteuttaja on Ahlmanin koulun Säätiö. Ahlmanilla on pitkät perinteet kaupungin ja maaseudun vuorovaikutuksen edistäjänä.”Meillä oman tilan tuotteiden käyttö on jokapäiväistä. Tilapuotimme on suosittu lähiruuan ostospaikka. Tulevaisuudessa tarjoamme lähiruokatietoutta yhä enemmän alueen pienelintarvikeyrittäjille ja kuluttajille”, visioi Tarja Hovila, Ahlmanin koulun Säätiön rehtori.

Heti alkajaisiksi Ahlmanilla järjestetään 26.5. lähiruokatilaisuus: ”Enemmän lähiruokaa julkisiin keittiöihin?” Puhujina on muun muassa elintarvikeyrittäjiä, julkisten keittiöiden edustajia ja hankintatoimintaan erikoistunut konsultti. Saamme kuulla myös Karelia à la carte–hankkeentoiminnasta ja lähiruuan logistiikkaratkaisuista Pohjois-Karjalassa. ”Luvassa on monenlaisia kannanottoja paikallisten elintarvikkeiden käytön haasteista julkisissa keittiöissä, jotka ovat viime aikoina puhututtaneet julkisuudessakin. Ruoan ympäristövaikutukset ovat myös esillä”, lupaa Parasta Pöytään Pirkanmaalta -hankkeen projektipäällikkö Laura Enbom.

Puhtia logistiikkaan, markkinointiin ja liiketoimintaosaamiseen

Lähiruuan logistiikassa on vielä paljon haasteita. Sen kehittämisen avulla parannetaan lähiruokaketjun kilpailukykyä, lisätään kustannustehokkuutta ja vähennetään ympäristökuormitusta. Hanke pilotoi erilaisia logistiikkaratkaisuja tuottajilta kuluttajille. Näitä ovat esimerkiksi yhteistyökuljetukset ja tukkutoiminnan kehittäminen lähiruuan ympärille. Lisäksi tuottajia tuetaan markkinointi- ja liiketoimintaosaamisen kehittämisessä erilaisten teemapäivien ja verkostoitumistilaisuuksien avulla.

Hanke perustuu Ahlmanilla tehtyyn esiselvitykseen, jonka mukaan mikroyritysten toiminnassahaasteellisimpina koettiin markkinointiin, logistiikkaan ja tuotetietoisuuteen liittyvät asiat.

Kesällä järjestetään lähiruokatoritapahtumia ympäri Pirkanmaata yhdessä Aamulehden ja paikallisten tuottajien kanssa. Tapahtumissa tapaa lähiruokatuottajia ja saa ostaa paikallisia herkkuja. Tervetuloa kokemaan paikallisia elämyksiä! Seuraa ilmoittelua tapahtumien ajankohdista Ahlmanin nettisivuilta.

Pirkanmaan ELY-keskus on myöntänyt hankkeelle rahoitusta Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelmasta. Myös Ahlmanin koulun Säätiö rahoittaa hanketta.

Hankkeen kohderyhmä ovat pirkanmaalaiset mikroelintarviketuottajat ja tuottamista harkitsevat asukkaat.

Lisätiedot
Projektipäällikkö
Laura Enbom
laura.enbom@ahlman.fi
puh. 050 995 0092
www.ahlman.fi

Ahlman on yksityinen palvelu- ja oppimiskeskus noin 5 kilometriä Tampereen keskustasta. Ahlmanin koulun Säätiön ylläpitämällä Ahlmanilla toimivat Ahlmanin ammattiopisto, Ahlman-instituutti ja Ahlmanin Kartano. Pihapiirissä on puutarha ja maatila laitumineen.
Ahlmanin ammattiopistosta valmistuu eläintenhoitajia, puutarhureita, tarjoilijoita, kokkeja ja matkailupalvelujen tuottajia. Ahlman-instituutti keskittyy aikuisten perus- ja ammattitutkintoihin, työelämän palvelu- ja kehittämistoimintaan sekä järjestää lyhytkursseja. Ahlmanin Kartano tarjoaa tiloja erilaisiin tilaisuuksiin sekä ateriapalveluja ja majoitusta. Ahlman liputtaa kasvun ja kehittämisen rinnalla lähiruuan, maatiaisrotujen säilyttämisen ja paikallisen pienyrittäjyyden puolesta. Ahlman on mukana valtakunnallisessa Aitoja makuja -hankkeessa 2009 - 2011. Kruununvouti Gabriel Ahlmanin (1737 - 1799) nimeä kantava Ahlmanin maamies- ja emäntäkoulu aloitti toimintansa 10.10.1904 Tampereen Messukylässä.

Marjoilla Menoksi -koulumarjakuukautta vietetään toistamiseen ensi syyskuussa

Koulumarjakuukautta vietetään peruskouluissa ensi syyskuussa toisen kerran. Viime vuonna koulumarjakuukauteen osallistui 553 peruskoulua eri puolilta Suomea. Aktiivisuus on osoitus koulujen kiinnostuksesta syksyiseen marjateemaan.

Koulumarjakuukauden tavoitteena on kannustaa kouluja järjestämään syksyn aikana marjanpoimintaretkiä, kytkemään marjat kotitalousopetukseen, koulukeittiön ruokatarjontaan ja muussa opetuksessa esimerkiksi biologian, terveystiedon, kielten ja äidinkielen opetukseen. Marjateemaan voidaan opetuksessa kytkeä myös jokamiehenoikeuksien ja luonnon kestävän käytön opettaminen.

Koulumarjakuukauden sloganina on ”Marjoilla Menoksi”. Tänä vuonna kampanjoidaan marjaisten välipalajuomien puolesta. Kampanja-aineistoon kuuluvat Marjoilla Menoksi -esite ja juliste, joissa sisältönä ovat eri marjalajeista tehdyt smoothiet. Kampanja-aineistoista on toimitettu kouluille näytekappaleet ja satoja kouluja on jo ehtinyt tilata aineiston syksyn opetusta varten.

Koulujen marjateeman toteutuksen tueksi on Arktiset Aromit ry:n verkkosivuille valmistettu ekstranet -opetusaineistot. Sieltä opettajat voivat ladata vapaasti ilmaista luonnontuotteisiin ja terveelliseen ruokavalioon liittyvää opetusaineistoa. Aineistoa on valmistettu biologian, kotitalouden sekä kieltenopetuksen tueksi, joten opettajien kannattaa rekisteröityä ekstranet –aineiston käyttäjiksi: www.arktisetaromit.fi >opetus >ekstranet.

Metsissämme kasvavat marjat ovat tieteellisesti todistettua terveysruokaa. Ilman hiilijalanjälkeä, torjunta-aineita, lannoitteita tai fossiilisia polttoaineita kasvavan ravinnon käyttöä kannattaa opettaa kouluissa. Näin turvataan maamme ainutlaatuisten jokamiehenoikeuksien hyödyntäminen sekä marjojen talteenotto- ja käyttöperinteen säilyminen. Myös viime syksynä julkistetussa Maabrändivaltuuskunnan raportissa kehotetaan yhtenä tehtävänä siirtämään opetusta luokasta luontoon. Koulujen marja- ja luontoretket voivat siten olla vuosittain toistuva piristävä ja erilainen oppimiskokemus.

Koulumarjakuukauden aineiston suunnitteluun ja kampanjan taustatoteutukseen osallistuu suuri määrä järjestöjä. Taustatukea kampanjalle on antamassa muun muassa Aivoliitto, Kotitalousopettajien liitto, Kuluttajaliitto, Maito ja Terveys, Marttaliitto, Maa- ja Kotitalousnaisten Keskus sekä Oulun

4H-piiri. Kampanja-aineiston painatukseen on lisäksi saatu maa- ja metsätalousministeriön tukea.

Lisätietoja
Arktiset Aromit ry, Simo Moisio
puh. 040 580 1186

Mitä suomalaisissa ammattikeittiöissä tapahtuu vuonna 2025?

”Ammattikeittiöt Suomessa 2015” –tutkimus (Taskinen 2007) saavutti keskeisen tavoitteensa; herätti vilkasta keskustelua suomalaisista ammattikeittiöistä, niiden toimintaan vaikuttavista asioista ja tulevaisuuden vaihtoehdoista.

Vuosi 2015 on jo lähellä ja nyt onkin aika suunnata katseet eteenpäin, vuoteen 2025. Ammattikeittiöiden tulevaisuuden tutkimus päivitetään syksyllä 2012 barometri-tutkimuksena eli toistamalla edellinen tutkimus mahdollisimman samankaltaisena niin kysymysten asettelultaan kuin asiantuntijajoukoltaan. Mielenkiintoista on nähdä mitä muutoksiaasiantuntijoiden käsityksissä ja mielipiteissä on tapahtunut, jos on tapahtunut.Vieläkö uskotaan voimakkaan ammattikeittiöiden toiminnan keskittymisen olevan vahvin tulevaisuuden suuntaus ja epäilläänkö edelleen kumppanuuksien varaan rakentuvaa tulevaisuutta.

Tutkimukseen osallistuvien asiantuntijoiden joukkoa täydennetään muutamalla osallistujalla. Mikäli olet kiinnostunut osallistumaan tutkimukseen, ota yhteyttä Niina Ihalaiseen, niina.ihalainen@mail.mamk.fi.

Tutkimuksen tulokset valmistuvat alkuvuodesta 2012, seuraa Mikkelin ammattikorkeakoulun sivuja (www.mamk.fi)

”Vi vill ha närmat!” - finlandssvenska aktörer diskuterade gemensamma riktlinjer

Finlandssvenska närmatsaktörer träffades 28.4 2011 för att dra upp gemensamma riktlinjer och diskutera närmatsfrågor ur ett finlandssvenskt perspektiv. Seminariet sammankallades av Landsbygdspolitiska samarbetsgruppens Svenska temagrupp, under ledning av dess sekreterare Peter Backa. Som ordförande för diskussionen under sammankomsten fungerade ombudsman Rikard Korkman från Svenska lantbruksproducenternas centralförbund (SLC).

På plats fanns bl.a. representanter för YTR:s temagrupp Mat-Finland, Hem och Skola, Finlands svenska ungdomsförbund, Finlands svenska 4H, Marthorna, SLC, Nylands svenska producentförbund, Svenska lantbrukssällskapens förbund, Foodia, Slow Food-organisationen, Skördefesten på Åland, aktionsgrupper, och byasammanslutningar, vilka koncentrerade sig främst på två frågor: Vad kan varje finlandssvensk kommun göra för att främja närmatens frammarsch i storköken och hur kan de lokala aktörerna påverka närmatsfrågorna både regionalt och lokalt? Den största utmaningen för storköken ansågs vara den offentliga upphandlingens principer, som fortfarande är mycket oklara, både för dem som begär offerter och för dem som vill sälja sina produkter. Här vore en finlandssvensk utbildningssatsning på sin plats. De övriga problemen ansågs vara mera lokala, men de borde även kunna påverkas både regionalt och nationellt. En sak var man enig om: *”Vi måste ställa hårdare krav på de lokala storköken, handeln och de övriga aktörerna, för att konsumenterna får ren föda i stället för konstgjord bulk”*.

Efterfrågan på närmat har ökat stadigt. Det krävs enorma resurser att genomföra de åtgärder som behövs för att mätta marknaden på olika plan. De lokala marknaderna och torgen, där konsumenten får köpa produkter direkt från producenterna, ”Farmers market”, skall kunna marknadsföras mera, både för producenten som för konsumenten. Flera skärgårdsbyar har en fin sommartorgtradition – en levande länk i den lokala närmatskedjan. Traditionen kan friskas upp, även där den inte för tillfället fungerar, eftersom efterfrågan på närmat är så stor. Exempelvis byaföreningar och andra lokalföreningar kunde satsa mera på service av den här typen, vilket gynnar både lokalbefolkningen och sommarboendet.

Uppgifterna är från ett blogginlägg av verksamhetsledaren för Östra Nylands Byar rf Mia Aitokari på Radio Vegas bloggställe ”Mitt Östnyland”, och finns under adressen http://ostnyland.yleblogggen.fi/2011/04/29/vi-vill-ha-finlandssvensk-narmat/.

Kuvaaja: Mia Aitokari

ITU-tori 27. - 28.8.2011 Loviisassa

Samanaikaisesti Loviisan Wanhat Talot -tapahtuman aikana 27-28.8.2011 järjestetään jälleen ITU-tori Loviisan keskustassa, Karlskronabulevardilla, upeassa puistossa. Tapahtuma tarjoaa meille mahdollisuuden myydä ja markkinoida tuotteita ja osaamista, tavata kollegoja, vaihtaa ideoita, ajatuksia ja reseptejä, tehdä tunnetuksi paikallista osaamista, makuja ja tunnelmaa sekä ennen kaikkea tavata suuri kohderyhmä, joka arvostaa aitoja asioita.

Tuottajatorin laatuvaatimukset ovat korkeat, mutta eivät mahdottomat:

- Käsintehtyä, paikallista, laadukasta, omaperäistä, kallista tai edullista
- Ei tuontitavaraa, krääsää, bulkkia eikä kotituotantoa, ellei sille ole viranomaislupia

Tänä vuonna teemme yhteistyötä myös Degerby Gillen ja K-Supermarketin kanssa. Ravintola Degerby Gille pystyttää ravintolatelttansa bulevardin päähän. Siellä tarjoillaan paikallisia herkkuja, ehkä juuri sinun tuotteitasi. K-Supermarket Loviisa tarjoaa kaikille varteenotettaville tuottajille mahdollisuuden tarjota tuotteitaan kaupan hyllyihin markkinoiden jälkeen.

Ilmoittautumisaika tuottajatorille on toukokesäkuu, ainoastaan sähköpostitse osoitteeseen info@itukylat.fi Ilmoita nimi, osoite, sähköposti, kotisivu, puhelinnumero sekä tuotteet joita myyt. Katettu pöytäpaikka tai oma telttapaikka maksaa 60€/päivä tai 100€/2 päivää. Yhden päivän paikkoja on rajoitettu määrä. Tori on avoinna la ja su klo 10-16. Ennakkoilmoittautujan etu voimassa toukokuun: Kahden päivän paikka vain 80€, jos ilmoittaudut toukokuun aikana!

www.itukylat.fi
www.loviisanwanhattalot.fi

Luomupäivillä - Kaikkea Hyvää

Suomalaiset suhtautuvat positiivisesti luomuruokaan. Luomualan järjestäytyminen uudeksi järjestöksi ja yhteinen brändihanke auttavat viemään tunnetta kauppaan ja ostopäätöksiin.

- Luomubarometrista käy ilmi, että luomukäyttäjiin liitetään edelläkävijyyden, vastuullisuuden, nuoruuden ja kaupunkilaisuuden mielikuvia. Suomalaiset näkevät luomukuluttajan myös mukavasti toimeentulevana, järkevänä ja onnellisenakin, kertoo viestinnän tutkija Anne Leppänen Kuule Oy:stä.

Suomalaiset liittävät luomuun hyvin positiivisia mielikuvia. Ajatus luomusta tuo mieleen mieluisat, suomalaisille yhteiset mielikuvat maaseudun parhaista puolista. Lisäksi luomu edustaa pidettyjä arvoja. 77% vastaajista pitää luomua vastuuta kantavana toimintana. Yhtä moni katsoo luomun henkivän omasta terveydestä välittämisestä, ja noin 70% läheisten hyvinvoinnista välittämisestä. Yleistä hyvän elämän henkeä luomuun liitti 70% prosenttia vastaajista.

- Naiset, yli 35-vuotiaat, neljän hengen taloudet, pääkaupunkiseutulaiset; näissä kuluttajaryhmissä luomua tällä hetkellä kulutetaan enemmän kuin muissa. Haastattelututkimuksemme ja Luomubarometrin mukaan suomalaiset poimisivat enemmän luomua koreihinsa, jos se löytyisi nykyistä helpommin kaupasta, olisi houkuttelevasti pakattua ja nykyistä huokeamman tuntuista. Luomun ostamista pitää siis helpottaa, Leppänen sanoo.

Pro Luomu ry perustettu kehittämään luomualaa

Pro Luomu ry perustettiin 22.3.2011 edistämään Suomen luomualan tavoitteellisesta kehitystä ja kasvua. Yhdistyksen tavoitteena on edistää luomutuotteiden kysynnän ja tarjonnan kohtaamista sekä tunnistaa ja ratkoa ketjun keskeisiä pullonkauloja.

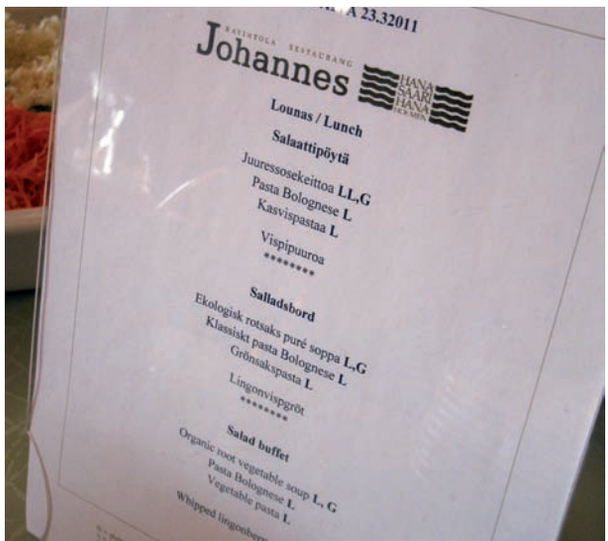
Vuoden Luomutuotteet: Onnelliset Luomu Snack-kurkut ja Keisari Luomu Pils

Luomuliitto valitsi Vuoden Luomutuotteiksi KKK-Vihanneksen Onnelliset Luomu Snack-kurkut ja Nokian panimon Keisari Luomu Pilsin. Kunniamaininnan sai Makulaku Natural Sweet – voimakkaan makuinen luomulaku.

- Kilpailussa nousi esille luomun ydin eli maukas, puhdas, terveellinen ja turvallinen raaka-aine, toteaa Jaakko Nuutila.

Luomupäivän järjesti Luomuliitto ry. Maa- ja metsätalousministeriö on myöntänyt tapahtumalle rahoitusta. Ohjelman teossa yhteistyökumppanina on viestintätoimisto Kuule Oy. Muita yhteistyötahoja ovat Helsingin yliopiston Ruralia Instituutti, Organic Food Finland, Ruoka- Suomi -teemaryhmä, MTT, MTK, Ekoneum ja EkoCentria.

Luomupäivien materiaalin voi tutustua www.ruokasuomi.fi – Tilaisuuksien materiaalit



FactFinding -matka Pietariin 19. - 21.9.2011 ja Minskiin 17. - 19.10.2011

Baltfood-hanke (www. baltfood.org) järjestää kolmipäiväisen FactFinding -matkan Pietariin. Matkan tarkoituksena on saada kattava ja käytännönläheinen kuva elintarvikealan tilanteesta Pietarissa ja Leningradin alueella. Matka antaa käytännön ohjeita ja tietoa siitä, millä tavalla elintarvikkeiden vienti on järjestetty ja mitä tulee ottaa huomioon, jos yritys haluaa käynnistää oman vientiohjelman Venäjälle. Matkan aikana tutustutaan erilaisiin elintarvikealan toimijoihin Pietarissa – sekä venäläisiin että länsimaisiin. Matkaohjelmaan kuuluu kaksi yritysvierailua ja tulevaisuusverstas. Matka mahdollistaa kontaktien solmimisen ja luomisen tärkeisiin venäläisiin elintarvikealan toimijoihin. Matkan jälkeen osallistujilla on runsaasti faktatietoa ja omakohtaista kokemusta elintarvikealan nykytilasta ja tulevaisuudesta Pietarissa ja sen lähialueilla.

Matka on suunnattu elintarvikealan yrityksille ja kehittäjille. Matka- ja majoituskulut ja osa aterioista on omakustanteisia. Ohjelma, osa aterioista ja matkustus Pietarissa tilauslinja-autolla sisältyvät matkaan. Osallistujia tulee eri maista, joten matkan kieli on englanti. Lokakuussa 2011 järjestetään FactFinding -matka myös Minskiin Valko-Venäjälle17.-19.10.2011.

Lisätietoa ja ilmoittautumiset:
Riikka Saarimaa, Tulevaisuuden tutkimuskeskus, Turun yliopisto
puh. (02) 333 9615
riikka.saarimaa@utu.fi

Baltic Sea Region Programme 2007-2013
Part-financed by the European Union (European Regional Development Fund)

Lounaissuomalaisten lihayrittäjien ammattimatka Itävaltaan

Tiedolla ja osaamisella, aitoja makuja Lounais-Suomesta järjesti liha-alan yrittäjille ammattimatkan Euroopan lihanjalostuksen mekkaan, Itävaltaan, Niederösterreichin maakuntaan, Wienistä länteen maaliskuun alussa. Mukana matkalla oli 11 varsinaissuomalaista ja satakuntalaista liha-alan ammattilaista. Edustettuna oli käytännössä koko lihaketju karjankasvattajista, teurastajiin, jatkojalostajiin ja kauppiaisiin. Tutustumiskohteistamme pääosa oli pienimuotoista lihankäsittelyä ja myyntiä harjoittavia yrityksiä, mutta mahtui joukkoon myös yksi suurempi, Itävallan mittakaavassa keskikokoinen teurastamo. Matka antoi osallistujille hyvän kuvan alueen lihanjalostustoiminnasta sen eri muodoissa ja tarjosi yritykselle mahdollisuuden verkostoitumiseen ja yhteistyön avaamiseen.

Laajempi raportti matkasta on luettavissa osoitteessa www.lounafood.net

Rahoitusnäkemykset suuntaavat toimialojen julkista rahoitusta

Yritystoiminnan suunnittelun ja päätöksenteon perusta on luotettava ja ajankohtainen tieto. Toimialapäälliköiden rahoitusnäkemykset yhdessä toimialaraporttien kanssa muodostavat perustietopaketin, joka voidaan käyttää yrityshankkeiden suunnittelussa, hankkeiden käsittelyssä ja työvoiman koulutuksen suuntaamisessa. Rahoitusnäkemykset on nyt julkistettu ensimmäistä kertaa kaikkien kiinnostuneiden käyttöön.

Rahoitusnäkemyksistä löytyy tiedot työ- ja elinkeinoministeriön, ELY-keskusten, maaseutu-rahoituksen, työllisyysmäärärahojen ja Finnveran pk-rahoituksesta viime vuodelta.

Rahoitusnäkymät on saatavilla myös elintarviketoimialalta. Toimialapäälliköiden rahoitusnäkymät 2011 -raportti on tutustuttavissa verkossa osoitteessa: www.temtoimialapalvelu.fi.

Elintarvikeala on polarisoitunut harvoihin isoihin ja lukuisiin pieniin yrityksiin, sillä 79 % yrityksistä työllistää alle 10 henkilöä ja yli 50 henkilöä työllistäviä on 6 %. Suomalaisen ruuantuotannon ja jalostuksen arvostus on noussut. Ruoasta ja ruokakulttuurista on tullut keskeinen puheenaihe. Koko ruokaketjun kehittäminen sekä elintarvikealan linkittyminen muihin toimialoihin (ruokamatkailu, hyvinvointi) ja toimialarajapintoihin on tarpeellista. Elintarvikeketjun tulevaisuutta vuoteen 2030 viitoittava Kansallinen ruokastrategia – Huomisen ruoka julkaistiin v. 2010 ja sen keskeisenä tavoitteena on tehdä ruoka-alasta kilpailukykyinen kasvuala.

Maamme on kytköksissä globaaleihin muutoksiin, mutta Elintarvikealan suhdanneriippuvaisuus on muuta teollisuutta vähäisempää. Elintarviketeollisuuden valmistukseen taantuma heijastui muuta teollisuustuotantoa vähemmän. Tuotantovolyymeissa ei ole tapahtunut suuria heilahteluita. Elinkeinoelämän keskusliiton helmikuun 2011 suhdannebarometrin mukaan elintarviketeollisuuden yritykset kuvaavat suhdanteitaan normaalia heikommaksi, mutta odotukset lähikuukausille ovat kohentuneet. Kapasiteetin käyttöaste on yhä matala, ja vapaata kapasiteettia on joka toisella yrityksellä.

Elintarvikkeiden ja alkoholittomien juomien osuus kuluttajan menoista on n. 13 %. Leivän valmistuksessa 5-20 henkilöä työllistävissä yrityksissä kasvu on jatkunut v. 2009 alusta alkaen.

Päivittäistavarakauppa on osa suomalaista elintarvikeketjua

Päivittäistavaroiden vähittäismyynnin arvo v. 2010 oli 13,5 mrd. € ja kasvu oli 0,3 % Ruoan osuus pt-myynnistä on n. 80 %. Myymälämäärä v. 2010 alussa oli 3.917, ja määrän lasku on pysähtynyt. Pt-kaupassa käydään n. 3,6 käyntiä/talous/viikko ja kertaostos on 19,5 €. Pt-kauppa haluaa lisätä paikallisten tuotteiden tarjontaa myymälöissään. Kolmen suurimman kaupparyhmittymän markkinaosuus on 87,6 % (S-ryhmä 43,2 %, K-ryhmä 34,2 % ja Suomen Lähikauppa Oy 10,2 %). Muiden pt-kauppojen markkinaosuus on 12,4 %, josta Lidlin markkinaosuus 5,1 %, Stockmannin 1,3 %, M-ketjun 0,7 %, Minimanin 0,7 % ja muiden yksityisten 3,3 %. Elintarvikkeiden verkkokaupan merkitys on toistaiseksi vähäinen, mutta monikanavaisuus tulee lisääntymään. Lähiruokaan ja erikoistuotteiden myyntiin on tullut erikoistuneita myymälöitä sekä verkkokauppoja.

Luomumarkkina kasvaa

Luomutuotteiden osuus kotitalouksien elintarvikeostoista on n. 1 %. Kansainväliset luomumarkkinat ovat kasvaneet. Myös Suomessa luomutuotteiden valmistukseen sekä vientiin on lisääntyvää kiinnostusta. Maabrändivaltuuskunnan syksyllä 2010 tekemän suosituksen mukaan vähintään puolet Suomen maataloustuotannosta tulisi olla luomua vuoteen 2030 mennessä. Luomuviljelyn osuus peltoalasta on pysynyt melko tasaisena ollen n. 7 %.

Ammattikeittiöiden määrä vähentyy ja samalla kodin ulkopuolella syöminen lisääntyy

Kahviloita, ravintoloita ja julkisia keittiöitä (HoReCa) Suomessa n. 16 300. Keskittäminen on vähentänyt ammattikeittiöiden määrää. Ulkoistaminen on lisännyt henkilöstöravintola- ja ateriapalveluliiketoimintaa viime vuosina. Kodin ulkopuolella syödyistä n. 850 milj. ateriasta lähes puolet oli julkisen sektorin keittiöiden valmistamia. Henkilöä kohden laskettuna syömme keskimäärin 160 ateriaa kodin ulkopuolella. Ruokapalvelut tarjoavat uusia liiketoimintamahdollisuuksia. Ammattikeittiökauppa edellyttää pk-yrityksiltä realistista kuvaa omasta toiminnasta.

Elintarvikeala työllistäjänä

Suomessa v. 2010 työllisiä oli keskimäärin 2.447.000 henkilöä. Näistä elintarvikealalla oli n. 34.000 henkilöä. Elintarvikealalla työllisten määrän ennustetaan laskevan selvästi. Vuoteen 2025 mentäessä alan työllisten määrä olisi n. 45 prosenttia pienempi kuin v. 2009. Ennuste vaikuttaa melko pessimistiseltä, sillä esim. elintarvikealalla käsityövaltainen lähiruoan valmistus näyttää kehittyvän suotuisasti ja elintarviketeollisuudella on kasvavaa rajapintaa esim. bio- ja lääketieteeseen tai matkailuun.

Elintarvikevienti elpyi vuoden 2010 aikana

Elintarvikeviennin arvo v. 2010 oli 1334 milj. € (+ 9,7 %). Venäjä, Ruotsi ja Viro ovat vientimaista tärkeimmät. Tärkeimmät vientituotteet ovat juustot, alkoholijuomat, voi, sianliha, sokerikemian tuotteet ja suklaa. Venäjän viennin arvo oli 333,5 milj. € eli 24,6 % enemmän kuin vuotta aiemmin, vaikka Venäjän eläinlääkintä- ja kasvinterveyslaitos asetti vientirajoituksia osalle elintarvikeyrityksiä kesällä 2010.

Elintarvikevienti on ollut pitkälti suurten yritystemme varassa ja pk-yritysten kansainvälistyminen on ollut melko vähäistä. Noin 13 %:lla pk-yrityksistä on vientitoimintaa. Pk-yrityksillä on kuitenkin kasvavaa kiinnostusta vientitoimintaan. Vientimahdollisuuksia löytyy pk-yrityksille erityisesti Suomen lähialueilta. Pk-yrityksille elintarvikeviennin mahdollisuudet ovat erikoistumisessa kapeisiin tai alueellisiin markkinasegmentteihin ja yhteistyötoimintaan muiden, yleensä suurempien yritysten tai kauppaketjujen kanssa. Pitemmälle jalostettujen elintarvikkeiden viennissä (esim. Free From -tuotteet, luomutuotteet, luonnontuotteet, terveysvaikutteiset tuotteet, eettiseen

kuluttamiseen liittyvät tuotteet, kauratuotteet, lasten tuotteet) on kasvupotentiaalia ja mahdollisuuksia.

Julkaisussa esitetään myös linjauksia elintarvikealan hankkeiden rahoitukseen sekä investointi- että kehittämishankkeisiin. Myös ne ovat luettavissa www.temtoimialapalvelu.fi

Lisätietoja
Leena Hyrylä
Elintarvikealan toimialapäällikkö
Kaakkois-Suomen ELY-keskus
puh. 040 574 6220
leena.hyryla@ely-keskus.fi

Pellolta pöytään -julkaisu elintarvikeketjun tietolähde

Pellolta pöytään 2010 -tilastojulkaisu on ilmestynyt. Julkaisu kokoaa samoihin kansiin elintarvikeketjun tilastot. Julkaisussa elintarvikkeiden kulkua pellolta pöytään tarkastellaan graafien ja karttojen lisäksi tekstissä ja taulukoissa.

Myös luomutuotantoa kuvaavia tilastoja on otettu mukaan julkaisuun. Julkaisun tietosisältöä on laajennettu tänä vuonna edellisvuosiin verrattuna kattamaan paremmin koko elintarvikeketjun.

Seitsemän näkökulmaa elintarvikeketjuun

Julkaisussa elintarvikeketjua lähestytään seitsemästä näkökulmasta. Alussa esitellään elintarvikeketjun rakenne sekä maatalouden tuotanto ja panokset. Neljäs luku kuvaa kotieläinten terveyttä ja hyvinvointia tilastojen valossa. Viides ja kuudes luku valottavat elintarviketeollisuutta, ja tuotteiden jakelua sekä kulutusta. Tilastojulkaisun lopettaa elintarvikeketjun valvonta-asioita esittelevä osio.

Pellolta pöytään 2010 -julkaisussa on lukuisia tietolähteitä. Kirjassa ohjataankin lukijaa myös etsimään lisätietoja alkuperäislähteistä. Julkaisun aikaisemmin ilmestyneitä numeroita voi ladata ilmaiseksi Matilda-maataloustilastopalvelussa.

Lisätietoja
http://www.maataloustilastot.fi/pellolta-poytaan.fi

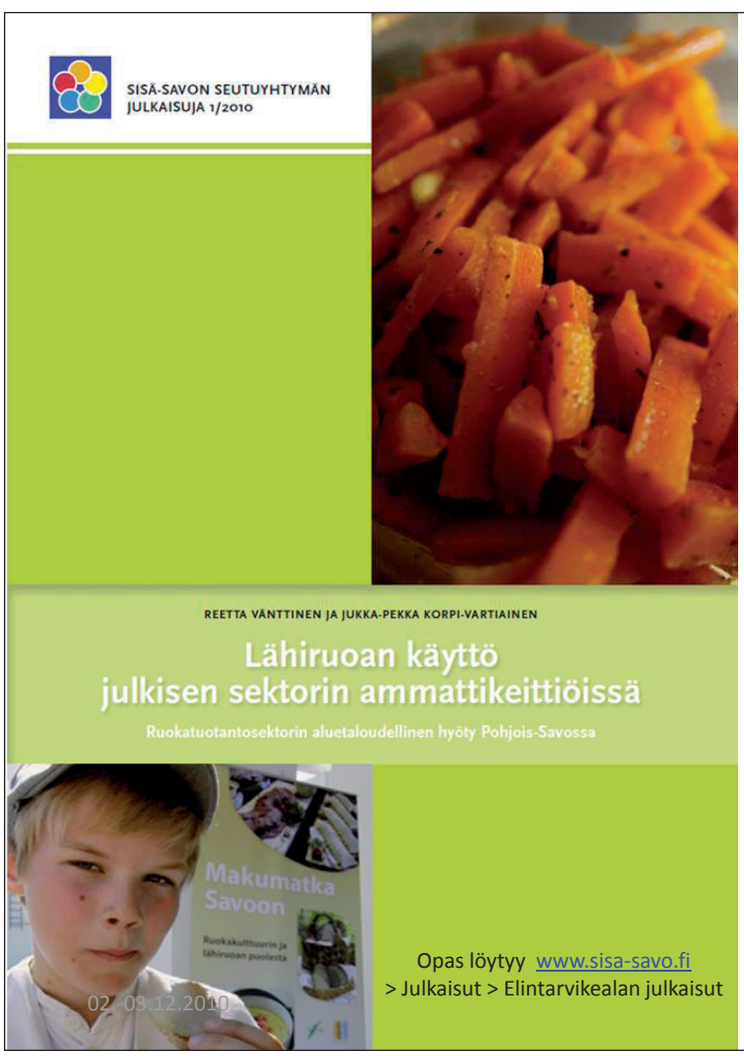
Elintarviketeollisuus 2011 -messut lokakuussa Tampereella

Elintarviketeollisuuden tuotteiden toimittajat, tuotantomenetelmät sekä koneet ja laitteet ovat esillä 26.–28.10.2011 Tampereen Messu- ja Urheilukeskuksessa järjestettävillä Elintarviketeollisuus-messuilla. Messutapahtuma tarjoaa alan ammattilaisille runsaasti ajankohtaista tietoa ja nähtävää sekä laadukkaita kontakteja.

Kolmatta kertaa toteutettavien Elintarviketeollisuus-messujen osastoilla ja seminaareissa esittäytyvät muun muassa viljanjalostus-, liha-, kala-, meijeri-, leipomo- ja juomateollisuus. Tarjolla ovat myös uutuudet, laitteet, prosessit sekä raaka-aineet. Monipuolisen näytteilleasettajaosastojen tarjonnan lisäksi messuohjelmaa rikastuttavat mielenkiintoiset seminaarit. Seminaariaiheina ovat muun muassa uudet teknologiat ja sovellukset sekä alihankintayhteistyö.

Suomen Leipuriliitto ry yhteistyökumppaneineen järjestää messuilla jälleen leipomoalan SM-kilpailujen finaalin. Ruokaleipä- ja kahvileipäsarjojen Suomen mestarit saavat Vuoden Leipuri -tittelin, ja konditoriasarjan Suomen mestarista tulee puolestaan Vuoden Kondiittori.

www.elintarviketeollisuus.fi



Opas löytyy www.sisa-savo.fi
> Julkaisut > Elintarvikealan julkaisut

Lähiruoan käyttö julkisen sektorin ammattikeittiössä
- ruokatuotantosektorin aluetaloudellinen hyöty Pohjois-Savossa

Lähiruokaraportin
2. painosta nyt saatavissa
pieni erä painettuna
- nopeimmille rajoitettu erä!

Opas soveltuu myös käsikirjaksi, kun haluat tutustua paikallisesti tuotetun ruoan käsitteisiin ja sen tuomaan aluetaloudelliseen hyötyyn.

>>> 10 - 30 kpl erissä á 5,70 eur/kpl
>>> hinta sisältää postituskulut ja ALV:n

Kysy suoraan painosta
tuomo.lappetelainen@arsmat.fi
GSM 0400 131 941

Matfesten i Österbotten
Pohjanmaan Ruokafestivaali

16-17.9.2011
Närpes - Vasa – Jakobstad

Inbjudan till företag, odlare, hantverkare och organisationer i Österbotten

I september arrangeras för första gången Matfesten i Österbotten! En folkfest i skördetid där österbottningarna samlas kring lokal mat, hantverk och kultur!

Är du odlare, fiskförädlare eller livsmedelsföretagare?
Driver du café, restaurang eller cateringföretag?
Är du hantverkare, konstnär eller kulturproducent?
Har ni annan verksamhet eller utbildning inom mat- och kultursektorn?

Sälj måltider som avnjuts på festplatsen fredag-lördag eller delta i lördagens marknad med lokala skördeprodukter, livsmedel och hantverk. Organisationer, utbildningsenheter, föreningar och sällskap med verksamhet inom mat och kultur inbjuds att delta med aktiviteter och program!

I samband med Matfesten bjuds på ett mångsidigt program för stora och små.
Matfesten arrangeras på tre arenor; Rosenlund i Jakobstad, Kaserntorget i Vasa och Öjskogsparken i Närpes.

Från april månad öppnas webbplatserna www.matfesten.fi samt www.ruokafestivaali.fi för mer information om Matfesten!

Boka in dagarna redan nu så är ni beredda när Matfesten drar igång!
Välkomna att ta kontakt!

Jonas Harald, Företagshuset Dynamo

Kontaktpersoner för Matfestens arenor:

Jakobstad	**Vasa**	**Närpes**
Jonas Harald	Maria Norrlin-Asplund	Katarina Söderlund
050-548 3400	045-871 4433	050-320 3411
jonas@dynamohouse.fi	maria@dynamohouse.fi	katarina@dynamohouse.fi

Matfesten arrangeras av Ab Företagshuset Dynamo Yritystalo Oy i samarbete med Juthbacka Kulturcentrum och Österbottens svenska producentförbund. Projektet finansieras med Leadermedel genom Aktion Österbotten samt privat finansiering från Svenska Kulturfonden.

Europeiska jordbruksfonden för landsbygdsutveckling: Europa investerar i landsbygdsområden

Ab Företagshuset Dynamo Yritystalo Oy
Närpesvägen 2, 64200 Närpes

Lähiruokamarkkinat Fiskarsin Ruukissa 1. - 2.10.2011

Näytteilleasettajaksi/myyjäksi hyväksytään ne, jotka tuottavat elintarvikkeita Länsi-Uudellamaalla ja ne, jotka myyvät vain alueella tuotettuja tuotteita. Länsi-Uuteenmaahan luetaan kymmenen kuntaa: Hanko, Raasepori, Inkoo, Siuntio, Karjalohja, Lohja, Kirkkonummi, Karkkila, Nummi-Pusula ja Vihti.

Ruokamarkkinoiden yhteydessä ilmestyy uusi lähiruokaluettelo, jossa esitellään Länsi-Uudenmaan alueella toimivat lähiruoan tuottajat. Luettelon kohderyhmänä ovat niin länsiuusmaalaiset kuluttajat kuin matkailijat. Tavoitteena on myös, että paikalliset ravintolat, koulukeittiöt ja elintarvikemyymälät löytäisivät yhä laajemmin paikallisia tuotteita.

Lisätietoja
Bitte Westerlund
bitte@surfnet.fi tai 040 5247 743
www.slowfoodvastnyland.org

Kuvaaja: Matias Uusikylä, Studio Promedia

Ideasta yhteistoimintaan -seminaarin ja yrittäjätapaamisen satoa

Tampere-talossa 9.3. järjestettyyn Ideasta yhteistoimintaan –seminaariin ja yrittäjätapaamiseen osallistui sata lammas- ja nautaketjun toimijaa. ProAgria Pirkanmaan toteuttamat Hyvä lammas! –hanke sekä Pirkanmaan luomu- ja lähiruokahanke järjestivät yhteistyössä tilaisuuden, joka muodostui seminaarista, yrittäjätorista sekä kahdesta työpajasta. Tilaisuudessa esittäytyi mm. uusi liha-alan toimija ja laidunnuksen edistämiseen syntyi yhteistyöryhmä, joka kokoontuu myös jatkossa.

Yrittäjätorilla esittäytyi 20 lammas- ja nautaketjun toimijaa.

Seminaarin puheenjohtajana toiminut lammaseläinlääkäri Johanna Rautiainen totesi, että lähiruokaketju tarvitsee vastuullista tuotantotoimintaa; arvoketjun, joka tuo lisäarvoa myös lampurien tuotteille. Tuoteturvallisuus on myös tärkeä osa vastuullista toimintaa. Viime vuosina byrokratia ja valvonta ovat kuitenkin kuormittaneet alaa kohtuuttomasti. Tähän on näkyvillä muutosta, ja Rautiainen esittikin muutosnäkymien myötä kehittämishaasteen hallinnon ja valvonnan suuntaan.

Eviran pääjohtaja Jaana Husu-Kallio muistutti kuulijoita lähi- ja luomuruuan eroista valvonnankin näkökulmasta; lähiruualle ei ole virallista määritelmää, mutta luomutuotantoa koskevat tarkat tuotantokriteerit. Husu-Kallio oli huolissaan keskustelussa saamistaan valvontaa koskevista kommenteista ja ne poikivatkin mm. tutustumiskäynnin pienteurastamoon. Husu-Kallio totesi myös, että lyhyessä elintarvikeketjussa mahdolliset virheet on helppo jäljittää ja korjata, ja että yhteinen tavoitteemme on laadukkaat tuotteet sekä kuluttajan luottamus.

Kuluttajaliiton elintarvikeasiantuntija Annikka Marniemen esittämien tilastojen valossa suomalaisista 84 % luottaa viranomaisiin, 65% luottaa ruoantuottajiin ja 57% luottaa supermarketteihin ja ruokakauppaan. Vastaavasti 63 % suomalaisista on kokenut, ettei saa riittävästi tietoa ruokaketjun eri vaiheista. Parempi tietämys toisi perusteluja kotimaisten tuotteiden hinnalle. Marniemi esittikin haasteina ketjun toimijoille kaksi kysymystä; miten saada parempi yhteys ketjun eri osiin, ja miten tuoda tuotantoerot esiin. Olisiko tähän vastauksena kuluttajiakin kiinnostava mahdollisuus vierailla tiloilla ja tutustua tuotantosuuntaan?

Luomuliiton puheenjohtaja Jaakko Nuutila esitti luomun suurimpana haasteena sen, että jos Suomi ei ymmärrä rakentaa omaa luomuketjuansa kuntoon, tulee luomu ulkomailta. Nuutilan mukaan on oleellista, että muutamme suhtautumista elintarvikkeiden raaka-aineeseen ja ruokaan. Jos kotimaista lihaa ja ruokaa arvostetaan, siitä ollaan valmiita myös maksamaan. Lähellä tuottaminen, ja tuotteen paikallinen jalostaminen kehittävät lähialueen taloutta ja jättävät eurot kotimaahan. Vaikka luomutuotanto ja luomukaupat yleistyvät, luomu-Suomibrändin rakentamisessa riittää vielä työtä.

Viljelijän näkökulman lammas- ja nautaketjujen toimintaan esittivät Tapio Rintala ja Anne-Marie Rosenlew. Suomen Lammasyhdistyksen puheenjohtajana ja maaseutuyrittäjänä toimiva Rintala totesi, että suomalainen lähi- ja luomuruoka on nyt IN. Markkinoilla on kysyntää kotimaiselle laadukkaalle lampaanlihalle. Rintala totesi myös, että Suomessa lampaiden kasvatus on ammattimaistunut; katraiden koko on kasvanut ja teurasruhojen paino sekä laatu ovat nousseet. Pihvikarjantuottaja Rosenlew kertoi myös, että lähellä tuotetulle laadukkaalle naudanlihalle on kysyntää, mutta markkinointi vaatii paljon työtä.

Leikkaamoselvityksen tuloksia

Anu Tuomola esitti tekemänsä selvityksen perusteella, että sekä lammas- että nautaketjun parempi vuoropuhelu, suunnitelmallisuus ja yhteiset kehitystavoitteet parantaisivat lihantuotantoketjun toimivuutta ja monipuolisuutta. Tuomola peräänkuulutti aloitteellisuutta, avoimuutta ja yrittäjyyttä. Näihin kannustavalla, seminaarin yhteydessä järjestetyllä yrittäjätorilla, esittäytyi kaksikymmentä yritystä/organisaatiota.

Teurastamoille tehdyn kyselyn mukaan teurastuskapasiteettia on alueella niukasti suhteessa ruuhkahuippuihin. Haastattelujen perusteella hankealueen (Pirkanmaa, Satakunta ja Varsinais-Suomi) teurastamoille on kuitenkin mahdollista lisätä lampaan teurastusmäärä nykyisestä noin 15 000 eläimestä / vuosi puolitoistakertaiseksi, hyödyntämällä olemassa olevaa kapasiteettia paremmin sekä ulkoistamalla leikkuutoimintaa. Kahdeksastatoista haastatellusta leikkaamosta 4-5 oli jossain määrin kiinnostunut lampaan leikkaamisen lisäämisestä, mutta toimipaikkojen uudelleenkäynnistäminen ja työvoiman rekrytoiminen vaatisi suunnitelmallista ja vahvaa tuotantoa sekä selvää tilausta teurastamo - tuotantoportaalta.

Pirkanmaan, Varsinais-Suomen ja Satakunnan alueilla on jo melko mittavaksikin kehittynyttä pihvikarjanlihan suoramarkkinointia. Asiaa on edistänyt alueen aktiivinen liha-alan pk-toiminta. Sen taustalla ovat osin historialliset syyt, toisaalta myös Huittisissa toimiva määrätietoinen liha-alan ammattikoulutus. Naudanlihan tuotannossa esiin ovat nousseet erityisesti pihvikarjojen ja luomulihan kasvatus sekä viimeisimpänä erikoisuutena kyytön liha. Nautapuolen tuottajakyselyn (Pirkanmaan luomu- ja lähiruokahanke 2009-2010) mukaan lähilihatuottaja tarvitsee onnistuakseen yhteistyökumppaneiltaan teurastus- ja leikkuutoiminnassa vakautta, joustavuutta sekä win-win-asennetta.

Tuomolan tekemän selvityksen mukaan markkinalähtöiselle luomulähilihaketjulle on vahva

Lähilihan tuotanto ja kysyntä on kasvussa.

tilaus. Tämä on tullut esiin myös useissa seminaareissa, työpajoissa ja haastatteluissa. Tuottajia, teurastamoja ja leikkaamoja on kannustettu ottamaan haaste ja sen tarjoamat mahdollisuudet vastaan. Seuraavassa vaiheessa ketjutoiminta tulisikin konkretisoida esimerkiksi pienryhmien tai yrittäjävetoisten tilaisuuksien avulla. Asiakaspäässä pitäisi päättää toimintatavoista eri sektoreilla: päivittäistavarakauppa, ravintolat, suurkeittiöt. Ketjuun sitouttamisessa profiloitumisella, osallisuuden kokemuksella sekä ryhmän luottamuksella toisiinsa ja koko ketjuun tulee olemaan suuri merkitys. Alkutuottajan kannalta tärkeää on oman työn arvostaminen sekä sen esiintuominen tuotteen markkinoinnissa ja erityisesti hinnoittelussa. Markkinointiosaamisen hankkiminen on tärkeä avain yrityksen toiminnan kehittymiseen ja kannattavaan liiketoimintaan.

Uusi toimija liha-alalle ja yhteistyöryhmä laidunnuksen edistämiseen

Eläinlääkäri Eero Rautiainen alusti seminaarissa aiheesta ”Uusi toimija, brändituotteella markkinoille?”. Hän esitti liikeidean, jossa parhaiden lammastilojen tuotanto markkinoidaan suoramyyntinä sellaisille kuluttajille, jotka arvostavat vastuullista kotieläintuotantoa ja ympäristön hoitoa. Kuluttajille tarjottavien valintojen kautta uusi ”Lammasyritys” edistää ja kasvattaa kestävää suomalaista lammastuotantoa, vaalii kulttuurimaisemia ja edistää luonnon monimuotoisuutta. Tällainen brändilupaus edellyttää kumppanuuslampoloilta sitoutumista yrityksen arvoihin sekä hyvien, tuotannon laadunhallintaa lisäävien toimintatapojen dokumentointia. Vastineeksi lampola vapautuu omasta markkinointityöstä ja pääsee osalliseksi yhteisestä brändistä ja laadun tuottamiseen kannustavasta hinnoittelusta. Uusi yritys myös järjestää suunnitelmallisuutta lisääviä tuotannon tukipalveluita. Tällaisia ovat esim. lammasterveydenhuoltopalvelut ja lampoloiden vertaistuki. Useamman tilan tuotannon koordinaatiolla, kohdistetulla markkinoinnilla ja sidosryhmien välisellä yhteistyöllä yritys tähtää myös kaikkia osapuolia hyödyttävään teurastus- ja leikkaamotoiminnan parempaan hallintaan. Vuonna 2011 toimintamallia hiotaan pilottitilojen kanssa, vuonna 2012 yrityksen tavoitteena on jo 25 kumppanuuslampolaa.

Tilaisuuden lopuksi järjestetyistä työpajoista ensimmäisessä pohdittiin laidunnusta ja maaseutumaiseman hoitoa ja toisessa lähiruoan ja lihaketjun mahdollisuuksia. Heimo Tuomarla muistutti laiduntyöpajan avaussanoissa märehtijöiden tekemästä arvokkaasta ympäristönhoitotyöstä. Lampaat ja naudat hoitavat sekä maaseutumaisemaa että luonnon monimuotoisuutta. Laiduntyöpajan puheenjohtajana toiminut Janne Jokela Lohtajalta totesi, että laidunnuksen edunvalvontaan liittyvää yhteistyötä tiivistetään. Uusi yhteistyöryhmä kokoontuu ensikertaa tulevana kesänä.

Seminaarin aineistot löytyvät osoitteesta www.proagria.fi/pirkanmaa

Johanna Rautiainen, lammaseläinlääkäri
Sami Talola, hankevastaava
Hyvä lammas! –hanke / ProAgria Pirkanmaa

Julkinen elintarvikekilpailutus ja paikallisuus -teemaan uusi julkaisu

Julkinen elintarvikekilpailutus ja paikallisuus -teemaan uusi julkaisu

Ruoka-Suomi -teemaryhmä on koonnut uuden julkaisun elintarvikekilpailutuksen menestystekijöistä paikallisesta näkökulmasta tarkasteltuna. Yhteenvedon tavoitteena on parantaa ja lisätä paikallisten pk-elintarvikeyrityksien tuotteiden käyttöä julkisessa hankinnassa sekä välittää tietoa käytetyistä toimintatavoista, joilla on vaikutettu paikallistuotteiden mahdollisuuksiin päästä julkisen hankinnan tavarantoimittajiksi. Julkaisu tukee toimijoita tarjouspyyntöjen ja -vastausten laadinnassa.

Tutustu julkaisuun:
www.ruokasuomi.fi – Oppaat ja ohjeet

Tapahtumat

27. - 29.5.2011	Villiyrtit lisänä lähiruoassa, Anttola (myyntipalvelu@anttolanhovi.fi)
7.6.2011	Suurtaloudet – ajankohtaista elintarvikelainsäädännöstä ja omavalvonnasta, Helsinki (eevastiina.veneranta@eintarvikejaterveys.fi)
7.6.2011	Kasvisruoka ammattikeittiöissä –koulutuspäivä, Eura (anita.karppinen@pji.fi)
14. - 16.6.2011	Food, Feed, Fuel and Fun – Nordic Light on Future Land Use and Rural Development, Uppsala (www.njf.nu)
18. - 19.6.2011	Neitsytperunafestivaali, Turku (www.kaffeli.fi)
1. - 3.7.2011	Farmari - Suomen Maatalousnäyttely 2011, Pori
8. - 9.7.2011	Saparo-Festari, Huittinen
30. - 31.7.2011	Ruukkifestivaali, Kauttua (www.ruukkifestivaali.fi) kts. s. 13
13.8.2011	Elomarkkinat, Anttola (myyntipalvelu@antolanhovi.fi)
18. - 19.8.2011	Maaseutututkijapäivät, Piikkiö (www.mua.fi) kts. s. 5
22. - 26.8.2011	Lähiruokaviesti, www.ekocentria.fi
26. - 27.8.2011	Herkkujen Suomi -tapahtuma, Helsinki (johanna.vornila@mtk.fi)
27. – 28.8.2011	ITU-tori, Loviisa (www.itukylat.fi, www.loviisanwanhattalot.fi) kts. s. 21
2. - 4.9.2011	Kauhajoen Ruokamessut, Kauhajoki (www.ruokamessut.fi)
16. - 17.9.2011	Matfesten i Österbotten – Pohjanmaan Ruokafestivaali, Jakobstad (www.matfesten.fi) kts. s. 27
16. - 17.9.2011	Matfesten i Österbotten – Pohjanmaan Ruokafestivaali, Vasa (www.matfesten.fi)
16. - 17.9.2011	Matfesten i Österbotten – Pohjanmaan Ruokafestivaali, Närpes (www.matfesten.fi)
16. - 17.9.2011	Skördefesten på Åland (www.skordefest.ax)
19. -21.9.2011	Elintarvikealan FactFinding -matka, Pietari (riikka.saarimaa@utu.fi) kts. s. 23
30.9. - 1.10.2011	Sadonkorjuu – Hyvien makujen tapahtuma, Lahti (www.lahdenmessut.fi/sadonkorjuu)
30.9. - 2.10.2011	Turun ruokamessut, Turku (www.turunruokamessut.fi)
1. - 2.10.2011	Smaka på Västnyland – Länsi-Uudenmaan Maistijaiset, Fiskars (www.slowfoodvastnyland.org) kts. s. 27
3. - 9.10.2011	Luomuviikko
8. - 12.10.2011	Anuga, Köln (www.anuga.com)
11. - 12.10.2011	New Nordic Food – The potential and future Nordic food when eating outside home -konferenssi, Helsinki (pauliina.munukka@mmm.fi) kts. s. 9
17. - 19.10.2011	Elintarvikealan FactFinding -matka, Minsk (riikka.sarimaa@utu.fi) kts. s. 23
26. - 28.10.2111	Elintarviketeollisuus 2011, Tampere (www.elintarviketeollisuus.fi)
8.11.2011	Ateria 2011, Helsinki (www.wanhasatama.com)
11. - 13.11.2011	Elma, Helsinki (www.elmamessut.fi)
15. - 16.11.2011	Elintarvikealan seminaari, Kouvola (heidi.valtari@utu.fi) kts. s. 5
14. - 16.3.2012	Gastro, Helsinki
25. - 27.5.2012	Smaklust, Tukholma Ruotsi