



Yhteisillä eväillä lähiruoka kasvuun Varsinais-Suomessa – hankkeen loppuraportti 1.9.2015-31.3.2018

Yhteisillä eväillä lähiruoka kasvuun Varsinais-Suomessa oli lähiruoan maakunnallinen koordinaatiohanke. Hankkeen kohderyhmänä olivat alkutuottajat, elintarvikkeiden jalostusta suunnittelevat toimijat, elintarvikkeita jalostavat yritykset, elintarvikkeiden vähittäiskauppa, ammattikeittiöt (julkinen ruokapalvelu, yksityinen HoReCa –sektori, pitopalvelu- ja matkailuyritykset), elintarvikevalvonta ja muut ruokaketjun sidosryhmät (esimerkiksi kunnat, kuluttajat). Hankkeen avulla Varsinais-Suomesta tehtiin lähiruoan mallimaakunta, jossa lähiruokaverkosto tekee saumatonta yhteistyötä elinkeinon kilpailukyvyyn parantamiseksi.

Johanna Mattila
Turun yliopiston Brahea-keskus

Sisällysluettelo

1. Toteuttajan nimi	2
2. Hankkeen nimi ja hanketunnus	2
3. Yhteenvedo hankkeesta	2
4. Raportti	3
4.1 Hankkeen tavoitteet	3
4.2 Toteutus	4
a. toimenpiteet	4
b. aikataulu.....	18
c. resurssit	18
d. toteutuksen organisaatio	18
e. kustannukset ja rahoitus	18
f. raportointi ja seuranta	18
g. toteutusolehdutket ja riskit	18
4.3 Yhteistyökumppanit	19
4.4 Tulokset ja vaikutukset	20
5. Esitykset jatkotoimenpiteiksi	30
6. Allekirjoittajat ja päiväys	30



Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutualueisiin

1. Toteuttajan nimi

Hankkeen koordinaattorina toimi Turun yliopiston Brahea-keskus ja osatoteuttajina Ammattiopisto ja lukio Novida, Paraisten kaupunki, Ukipolis Oy ja Yrityssalo Oy.

2. Hankkeen nimi ja hanketunnus

Hankkeen nimi oli Yhteisillä eväillä lähiruoka kasvuun Varsinais-Suomessa ja hanketunnus 8650.

3. Yhteenvedo hankkeesta

Yhteisillä eväillä lähiruoka kasvuun Varsinais-Suomessa on lähiruoan maakunnallinen koordinaatiohanke, joka tukee toimialan ja siinä toimivien yritysten kehittymistä vastaamalla toimintaympäristön muutoksiin tiivistämällä lähiruokasektorin yhteistyötä sekä verkostoimalla alan yrityksiä, hankkeita ja toimijoita keskenään. Hanke oli aktiivinen toimija ja aloitteiden tekijä, joka vastasi myös valtakunnallisten lähiruokahankkeiden maakunnallisesta toteutuksesta ja vuoropuhelusta. Hanke muodosti vahvan, elinkeinoelämälähtöisen ja koko maakuntaa palvelevan lähiruokaosaajaverkoston, jossa seutukuntien vahva osallistuminen lisäsi kehittämistoiminnan painoarvoa sekä vaikuttavuutta.

Hankkeen kohderyhmänä olivat alkutuottajat, elintarvikkeiden jalostusta suunnittelevat toimijat, elintarvikkeita jalostavat yritykset, elintarvikkeiden vähittäiskauppa, ammattikeittiöt (julkinen ruokapalvelu, yksityinen HoReCa –sektori, pitopalvelu- ja matkailuyritykset), elintarvikevalvonta ja muut ruokaketjun sidosryhmät (esimerkiksi kunnat, kuluttajat).

Maakunnallisen lähiruoan koordinaatiohankkeen avulla Varsinais-Suomesta tehtiin lähiruoan mallimaakunta, jossa lähiruokaverkosto tekee saumatonta yhteistyötä elinkeinon kilpailukyvyyn parantamiseksi. Tämän avulla lisättiin lähiruokasektorilla toimivien yritysten määrää sekä kasvatettiin jo alalla toimivien lähiruokayritysten liikevaihtoa ja kannattavuutta. Lähiruoka on kasvava toimiala, johon kaivataan uusia, innovatiivisia yrittäjiä vastaamaan kuluttajien muuttuviin tarpeisiin. Hankkeen avulla löydettiin ja kannustettiin alalle uusia, yrittäjiä sekä aktivoitiin uutta yrittäjyyttä ja yrittämisen muotoja mm. vahvistamalla oppilaitosyhteistyötä etenkin aikuiskoulutuksen puolella.

Elintarvikealan toimintaympäristö on murroksessa, jossa perinteisten jakelu- ja myyntikanavien rinnalle on tulossa yhä enenevässä määrin erilaisia lyhyitä jakeluketjuja ns. vaihtoehtoisia myynti- ja markkinointikanavia. Näiden kanavien löytäminen sekä jalkauttaminen eri puolille Varsinais-Suomea oli yksi hankkeen keskeisistä toimenpiteistä (esimerkiksi: tilamyynti, verkkokauppa, REKO – lähiruokarenkaat, ruokapiirit, kumppanuusmaatalous). Lähiruokaketjut toimivat tiiviissä yhteydessä asiakkaiden kanssa, jonka vuoksi hanke lisäsi koko ketjun toiminnan asiakaslähtöisyyttä sekä markkinoiden tuntemista, aina elintarvikealan yrittäjästä kauppaan, ammattikeittiöön (julkinen ruokapalvelu, yksityinen HoReCa -sektori, pitopalvelu- ja matkailuyritykset), elintarvikevalvontaan ja lopulliseen kuluttajaan saakka.

Monipuolinen tiedonvälitys yrityksille uusista liiketoimintamalleista, trendeistä, yhteistyömahdollisuuksista sekä elintarvikelainsäädännöstä paransi lähiruokaketjuissa toimivien



Euroopan maaseudun kehittämisen maatalousrahasto: Eurooppa investoi maaseutualueisiin

Yhteisillä eväillä lähiruoka kasvuun Varsinais-Suomessa

yritysten toimintaedellytyksiä. Lisäksi yleisen tietoisuuden kasvattaminen lähiruuan aluetaloudellisista vaikutuksista sekä maakuntamme ruokakulttuurista oli tärkeällä sijalla. Erilaiset ruokatapahtumat ja –markkinat sekä pop up –päivät olivat esimerkkejä siitä, miten monisyisesti lähiruokaa ja sen asemaa kuluttajien keskuudessa voitiin parantaa.

4. Raportti

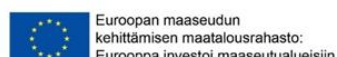
4.1 Hankkeen tavoitteet

a. ylemmän tason tavoitteet, joiden osa hanke on

Hankkeen toiminta liittyy keskeisten kansallisten ja alueellisten strategioiden ja ohjelmien tavoitteisiin: Varsinais-Suomen maaseudun kehittämisstrategia 2014-2020, Lounais-Suomen Ympäristöohjelma 2014-2020, Varsinais-Suomen maakuntastrategia 2014-2017, Hallituksen lähiruokaohjelma ja lähiruokasektorin kehittämisen tavoitteet vuoteen 2020, Kestävää kasvua biotaloudesta –Suomen biotalousstrategia 2014.

b. hankkeen tavoitteet

- Rakentaa Varsinais-Suomesta lähiruuan mallimaakunta, jossa lähiruokaverkosto tekee saumatonta yhteistyötä elinkeinon kilpailukyvyyn parantamiseksi
- Lisätä lähiruokasektorilla toimivien yritysten määrää ja kasvattaa jo alalla toimivien lähiruokayritysten liikevaihtoa ja kannattavuutta
- Löytää ja kannustaa alalle uusia, innovatiivisia yrittäjiä sekä aktivoida uutta yrittäjyyttä ja yrittämisen muotoja
- Lisätä koko lähiruokaketjun toiminnan asiakaslähtöisyyttä sekä markkinoiden tuntemista, aina elintarvikealan yrittäjästä kauppaan, ammattikeittiöön (julkinen ruokapalvelu, yksityinen HoReCa –sektori, pitopalvelu- ja matkailuyritykset) elintarvikevalvontaan ja lopulliseen kuluttajaan
- Opastaa ja tiedottaa uusista liiketoimintamalleista, trendeistä, yhteistyömahdollisuuksista sekä elintarvikelainsäädännöstä
- Parantaa lähiruokaketjuissa toimivien yritysten toimintaedellytyksiä aktiivisen tiedottamisen ja sidosryhmätyöskentelyn avulla
- Paikallisen ruokakulttuurin edistäminen ja lähiruuan imagon kehittäminen



4.2 Toteutus

a. toimenpiteet

Hankkeen toimenpiteet jaettiin neljän kattoteeman alle. Nämä teemat olivat lähiruokasektorin yhteistyön tiivistäminen, yritysten ja uuden yrittäjyyden aktivointi, viestintä ja paikalliset tapahtumat sekä asiakaslähtöisyyden ja markkinavuoropuhelun lisääminen.

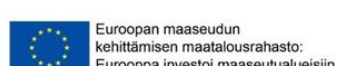
1) Lähiruokasektorin yhteistyön tiivistäminen

Yhteenvedo toimenpiteistä:

- perustettiin maakunnallinen ruokaryhmä
- tehtiin yhteistyötä valtakunnallisten lähiruokahankkeiden kanssa mm. lähiruoan valtakunnallinen koordinaatiohanke, toimimalla lähiruoan Varsinais-Suomen aluetoimijana → alueellisen kehittämisen linkittyminen valtakunnalliseen kehittämiseen
- osallistuttiin valtakunnallisen lähiruoan koordinaatiohankkeen tapahtumiin ja kokouksiin
- vahvistettiin oppilaitosten ja elinkeinoelämän yhteistyötä järjestämällä tutustumismatkoja toisten maakuntien koulutusjärjestelmiin, tutkintojen sisältöihin sekä mahdollistetaan opetushenkilökunnan ja opiskelijoiden yrityskäynnit.
- valtakunnallisten linjausten käsittely ja jalkauttaminen ruokaryhmässä ja alueellisten haasteiden välittäminen valtakunnallisille verkostoille
- Varsinais-Suomen lähiruokasektorin kehittämistoimenpiteiden seuranta ja ideointi Elinvoimainen ruokaketju – Made in Varsinais-Suomi asiakirjaan pohjautuen → uudet kehittämisen kohteet, toimenpiteet
- vahvistettiin kehittäjäverkoston osaamista aktiivisen tiedonvälityksen avulla järjestämällä erilaisia tutustumismatkoja, infopäiviä ym. ohjelmaa ajankohtaisten teemojen ympärille esimerkiksi yhdessä yrittäjäjärjestöjen sekä muiden alueiden ja hankkeiden kanssa.

Perustettiin **maakunnallinen ruokaryhmä**, joka toimi tiiviissä yhteistyössä Varsinais-Suomen liiton Ruokaketjun osaamisen ennakointi –teeman kanssa. Ryhmään kuuluivat kaikki ruokaketjun osaajia kouluttavat oppilaitokset (Novida, SSKKY, Turun ammatti-instituutti, Livia, Axxell, Turun AMK, TY), Varsinais-Suomen liitto, Varsinais-Suomen Ely-keskus, ProAgria Länsi-Suomi, MTK Varsinais-Suomi. Ryhmä kokoontui hankkeen aikana 5 kertaa kasvatusten ja erilaisten tapahtumien suunnittelujen yhteydessä skypen välityksellä. Ruokaryhmän ensisijaisena tavoitteena oli lisätä ruokaketjun eri toimijoiden välistä yhteistyötä sekä kehittää Varsinais-Suomen koulutus- kehitys- ja tutkimustarjontaa yhä elinkeinolähtoisemmäksi.

Osallistuttiin aktiivisena toimijana **valtakunnallisen lähiruokahankkeen** kokouksiin, tapahtumiin ja jalkautettiin valtakunnallisia tilaisuuksia Varsinais-Suomeen, kuten Osta tilalta –tapahtumat vuosina 2016 ja 2017 yhteistyössä MTK Varsinais-Suomen kanssa. Lisäksi hyödynnettiin valtakunnallisia selvityksiä ja tutkimustuloksia alueellisessa lähiruoan kehittämistyössä. Eräs keskeinen vaikuttamisen paikka oli vuonna 2017 käynnistetty elintarvikelain kokonaisuudistus, johon pyydettiin alueen elintarvikealan yrityksiltä kehittämis ehdotuksia ja palautetta. Aktiivinen yhteistyö muiden maakuntien lähiruokahankkeiden kanssa synnytti uusia ideoita lähiruoan yhteistyön lisäämiseen Varsinais-



Yhteisillä eväillä lähiruoka kasvuun Varsinais-Suomessa

Suomessa, kuten erilaiset **ruoka- ja matkailutoimijoiden** yhteistyötapaamiset ja verkostoitumismatkat. Näitä ruoka- ja matkailualan toimijoita törmäyttäviä toimenpiteitä tehtiinkin aktiivisesti koko hankkeen ajan niin maakunnallisella kuin seutukunnallisellakin tasolla, mm. Pyhän Olavin reitti (St. Olav Waterway).

Hanketoimijat olivat aktiivisia osallistujia ja vaikuttajia Varsinais-Suomen ruokaketjun kehittämisfoorumeilla sekä hankkeiden ohjausryhmissä. Tärkeitä vaikuttamisenpaikkoja olivat Varsinais-Suomen liiton Kiertotalouden tiekartan ruokaketjuosion kehittäminen <http://www.lounaistiето.fi/kiertotalous/alueellinen-ruokaketju/>, LOURA –verkosto, Maaseutujaosto, Maaseutuverkosto, Saaristomerén biosfäärialue, Artesaaniruokayhdistys ry, kuntien yrityspalveluita tarjoavat tahot Varsinais-Suomen alueella. Vahvistettiin kehittäjäverkoston osaamista järjestämällä useita infotilaisuuksia ja opintomatkkoja hyvien käytänteiden äärelle. Tärkeällä sijalla oli Ruokaryhmän kokouksissa esiin noussut teema –Tulevaisuuden ruokaketjun osaamistarpeet.

2) Yritysten ja uuden yrittäjyyden aktivointi

Yhteen veto toimenpiteistä:

- *aktivoitiin uutta elintarvikealan yrittäjyyttä mm. järjestämällä seutukunnallisia/kunnallisia elintarvikealan road show- ja pop up -tapahtumia, joissa annettiin tietoa alan toimintaympäristöstä, markkinatilanteesta, luvista ja alaa säätelevistä laista.*
- *Aktivoitiin maatalousyrittäjiä elintarvikkeiden jatkojalostustoimintaan aktiivisen tiedottamisen ja tapahtumien avulla.*
- *tehtiin Varsinais-Suomeen lähiruoka-alalle yrittäjyyspolku yhdessä muiden toimijoiden kanssa, jossa koottiin tietoa lähiruokayrittäjyydestä kiinnostuneille henkilöille ja toimijoille.*
- *järjestettiin infotilaisuuksia alan yrittäjyydestä kiinnostuneille yksityisille henkilöille, oppilaitoksille ja niiden opiskelijoille, maatilayrittäjille. Yrittäjiksi aikovien jatkokoulutuksesta vastaisi mm. alueiden välinen koulutushanke sekä oppilaitokset.*
- *kehitettiin oppilaitosyhteistyötä uuden yrittäjyyden aikaansaamiseksi mm. lähiruokayrittäjyysopintojen juurruttaminen oppilaitoksiin*
- *tehtiin opiskelijakampanjoita lähiruokabisneksen ja uuden yrittäjyyden lisäämiseksi, esim. kampusständit ”Ruoka on tulevaisuuden bisnes”*
- *järjestettiin oppilaitosten opinto-ohjaajille elintarvikealan infopäiviä, tutustumismatkoja, jotta he pystyisivät välittämään opiskelijoille oikeaa tietoa alasta ja sen mahdollisista työpaikoista.*
- *toteutettiin erilaisia kampanjoita ja demonstraatioita alan houkuttelevuuden parantamiseksi yhteistyössä valtakunnallisen Ruokaketjun tulevaisuuden osaajat -hankkeen kanssa.*
- *Osallistuttiin erilaisiin yrittäjyyden edistämistapahtumiin ja messuille.*



Euroopan maaseudun kehittämisen maatalousrahasto: Eurooppa investoi maaseutualueisiin

Yhteisillä eväillä lähiruoka kasvuun Varsinais-Suomessa

Aktivoitiin uutta elintarvikealan yrittäjyyttä mm. järjestämällä seutukunnallisia/kunnallisia elintarvikealan road show- ja pop up -tapahtumia, joissa annettiin tietoa alan toimintaympäristöstä, markkinatilanteesta, luvista ja alaa säätelevistä laista. Tämän lisäksi aktivoitiin maatalousyrittäjiä elintarvikkeiden jatkojalostustoimintaan monimuotoisen tiedottamisen ja tapahtumien avulla.

Lähiruoan suosion kasvu ja erilaisten matalan kynnyksen myynti- ja markkinointikanavien tulo ruokabisnekseen mm. REKO, verkkokaupat, mahdollisti usealle yksityishenkilölle (esimerkiksi ruokaharrastajia) sekä maatilayrityksille mahdollisuuden käynnistää yritystoiminnan suunnittelu. Myös elintarvikelainsäädäntöä helpotettiin tuntuvasti juuri em. toimintaan liittyen, www.aitojamakuja.fi/suoramyynti. Uuden yrittäjyyden aktivoimiseksi järjestettiin **elintarvikealan road show –kiertueita** eri puolilla Varsinais-Suomea. Tapahtumia järjestettiin yhteensä 12 kpl vuosien 2016-2018 aikana ja ne tavoittivat 315 alan yrittäjyydestä kiinnostunutta henkilöä. Road show tapahtumien teemoina olivat ”vähäriskinen ja pienimuotoinen elintarvikealan toiminta” sekä omavalvonta, kuluttajainformaatioasetus sekä yrittäjyyden erilaiset uudet mallit ja markkinointikanavat. Lisäksi, tilaisuuksissa käytiin läpi elintarvikelainsäädännön ajankohtaisia asioita ja vinkkejä niiden soveltamiseen yritysten arjessa. Samoin tuotiin esille tietoa tilapuotien, REKO-renkaiden ja verkkokaupan mahdollisuuksista tuotteiden myyntiin ja markkinointiin uusien keinoin. Erityisesti Turunmaalla panostettiin road show tilaisuuksissa sekä matkailun että elintarvikealan yrittäjyyden aloittamisen tukemiseen. Turun seudulla ja Salossa korostettiin myös asiakaslähtöisyyden keskeistä roolia yritystoiminnan suunnittelussa. Tätä puolta olivat tilaisuuksissa avaamassa sekä kaupan että food service –sektorin edustajia. Esimerkit kyseisten tilaisuuksien ohjelmavaihtoehdoista löytyvät mm. http://vs-lähiruoka.fi/tapahtuma/minustako-elintarvike-ja-matkailuyrittaja/?instance_id=369 ja lisää raportin liitteestä 1. Sen lisäksi, että hanke järjesti monia tapahtumia uuden yrittäjyyden aktivoimiseksi koko Varsinais-Suomen alueella, osallistuttiin myös asiantuntijoina muiden kehittäjien tilaisuuksiin.

Näistä keskeisimpinä yhteistyökumppanina olivat mm.

- MTK Varsinais-Suomi (suoramyynti ja elintarvikkeiden valmistusinfot maatilayrittäjille)
- Varsinais-Suomen 4H-yhdistykset (elintarvikealan yrittäjyyden eri muodot ja siihen liittyvä elintarvikelainsäädäntö)
- St. Olav Waterway –hanke (pyhiinvaellusreitien mahdollisuudet uusille elintarvikealan yrittäjille)
- Metsästysseurat Turunmaalla ja Varsinais-Suomen riistakeskus (tarkastamattoman riistanlihan jalostus ja saattaminen markkinoille)
- Varsinais-Suomen kunnat
- Varsinais-Suomen elintarvikealan oppilaitokset

Oppilaitosyhteistyötä kehitettiin eri puolilla Varsinais-Suomea uuden lähiruokayrittäjyyden aikaansaamiseksi Varsinais-Suomeen. Tehtiin opiskelijakampanjoita lähiruokabisneksen ja uuden yrittäjyyden lisäämiseksi, kutsuttiin oppilaitosten opinto-ohjaajat mukaan elintarvikealan infopäiville, tutustumismatkoille, jotta he pystyisivät välittämään opiskelijoille oikeaa tietoa alasta ja sen mahdollisista työpaikoista. Lisäksi toteutettiin erilaisia kampanjoita ja demonstraatioita alan houkuttelevuuden parantamiseksi yhteistyössä valtakunnallisen Ruokaketjun tulevaisuuden osaajat -hankkeen kanssa.



Euroopan maaseudun kehittämisen maatalousrahasto: Eurooppa investoi maaseutualueisiin

Yhteisillä eväillä lähiruoka kasvuun Varsinais-Suomessa

Matka 2018 –messujen yhteydessä toteutettiin ainutlaatuinen lähiruokayrittäjien ja Turun ammatti-instituutin välinen yhteistyöprojekti ”Taste of Archipelago” maistiaislautasen suunnittelussa ja toteutuksessa.

Novidan kokkiopiskelijat olivat aktiivisesti mukana Loimaan alueen lähiruokakampanjoiden suunnittelussa ja toteutuksessa. Erityisesti Loimaan liepeiltä kauppakampanjat saivat hienosti näkyvyyttä.

Taste of the Archipelago -plate

Ylikypsää porsaana uunikylkeä / Kivikylän Kotipalvaamo, Rauma

Sinappimajoneesia

Lihapyörykkä / Wattkastbeef, Korppoo

Tomaattihilloa / Tomaatit: Isakssons Korppoo, hunaja: Tammirauman tila Naantali

Palvattua luomulampaanpaistia / Alastalon tila, Piikkiö

Mustaherukka-saskatoon-kastiketta / Tackork marjat & vihannekset, Nauvo

Saaristolaisleipää / Ravintola Pohjakulma, Naantali

Tillimajoneesia

Kerma- ja goudajuustoa / Ålandsmejeriet, Ahvenanmaa

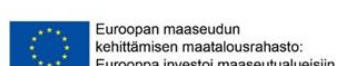
Saskatoonhilloa / Tackork marjat & vihannekset, Nauvo

Tattarinäkki / Livonsaaren leipomo, Naantali

Kuva 1 Taste of the Archipelago –maistiaislautanen Matka 2018 –messuilla.

Hyviksi havaittuja toimenpiteitä olivat erilaiset messut ja kampanjat, oppilaitoksille tarkoitetut tutustumismatkat ruokaketjun yrityksiin sekä erilaiset alan opiskelijoille suunnatut asiantuntijaluennot lähiruokayrittäjyydestä. Ohessa muutamia keskeisimpiä toimenpiteitä teeman ympärillä:

- Leipomo-kondiittori- ja elintarvikkeiden valmistajalinjan sekä catering -alan opiskelijoiden ja ammattiopettajien verkostoitumismatkat alueen yrityksiin yhteistyössä Turun ammatti-instituutin ja Novidan kanssa (3 kpl): Leipäkori –hanke ja Turun ammatti-instituutti (lähiruokatrendit ja uudet markkinointikanavat), Livia (lähiruokainfo maatalous- ja puutarhapuolen opiskelijoille)
- pidettiin lähiruokaluentoja ruokaketjun tuleville osaajille yhteistyössä Livia, Turun ammatti-instituutti ja Novida.



Yhteisillä eväillä lähiruoka kasvuun Varsinais-Suomessa

- Uudenkaupungin TET –messut, jossa esiteltiin nuorille elintarvikealan opiskelu- ja työmahdollisuuksia 2.5.

The Shift startup –tapahtumassa 31.5.-1.6.2017 oli mukana Ukipolis Oy ja alueen elintarvikealan yrityksiä tapaamassa sijoittajia ja verkottumassa muiden yritysten, rahoittajien ja kehittäjien kanssa.

Uuden yrittäjyyden aktivointi oli selkeästi hankkeen keskeisimpiä toimenpiteitä, jota toteutettiin yhteistyössä laajan osaajaverkoston kanssa. Lisäksi jo toimiville elintarvikealan yrityksille tarjottiin monipuolista info- ja verkostoitumistapahtumaa eri puolilla Varsinais-Suomea. Yhteensä hanke järjesti näitä infotapahtumia 16 kappaletta, joihin osallistui 370 henkilöä. Alla on infotapahtumien aihepiirejä niputettu kokonaisuuksiksi:

- Brändäys ja sertifiointi (Turunmaa)
- Riistan lihan jalostus ja markkinointi (Turunmaa ja Varsinais-Suomi)
- Sosiaalinen media ja sen käyttäminen liiketoiminnan tukena, digimarkkinointi (Turunmaa, Vakka-Suomi ja Loimaa)
- Yritysrahoitusinfot (Salo ja Vakka-Suomi)
- Joukkorahoitus ja uudet liiketoimintamallit (Loimaa ja Salo)
- Liiketoiminnan kehittäminen, yhteistyö ja innovaatiot, hinnoittelu (Turunmaa, Vakka-Suomi, Salo)

Tilaisuuksien ja tapahtumien järjestämistä tuki aktiivinen yhteydenpito elintarvikealan yritysten ja yrittäjiksi aikovien kanssa. Hanketoimijat kävivät lukuisia keskusteluja, joissa autettiin alkavia yrityksiä mm. elintarvikelainsäädännön kysymyksissä, yritystukien ja yritysryhmähankkeiden hakemisessa, pakkausmateriaalien kartoittamisessa, myynti- ja markkinointikanavien avaamisessa sekä alihankintakumppaneiden löytämisessä.

3) Viestintä ja paikalliset ruokatapahtumat

Yhteenvedo toimenpiteistä:

- seurattiin elintarvikealan toimintaympäristön muutosta mm. elintarvikeyritysten määrä, toimiala, henkilöstö jne. sekä analysoidaan tietoa kehittämistarpeita ennakoiden. Tietoa jaettiin avoimesti, mutta erityisenä kohteena oli syötteiden tekeminen maakunnalliselle ruokaryhmälle.
- tehtiin aktiivisesti yrityshaastatteluja, joita hyödynnettiin tiedotuksen eri välineissä sekä toimintaympäristön muutosten seuraamisessa.
- tehtiin tiivistä yhteistyötä valtakunnallisten verkostojen kanssa uusien ideoiden ja syötteiden saamiseksi Varsinais-Suomeen
- toteutettiin valtakunnallisia lähiruokakampanjoita ja tapahtumia Varsinais-Suomessa, joihin saatiin info- ja koulutusmateriaalia valtakunnalliselta lähiruoka koordinaatiohankkeelta
- ideoitiin ja kokeiltiin uusia tiedotuksen välineitä mm. blogit, videot, täsmä viestit, sektorikohtainen viestintä
- viestittiin aktiivisesti toimintaympäristön trendeistä, uusista keksinnöistä, liiketoimintamahdollisuuksista, rahoituksesta, resurssitehokkaista innovaatioista jne.
- yritysverkoston aktivoiminen viestinnän avulla mm. alihankinta ja yhteistyökuviot
- julkaistiin kaksi kertaa vuodessa Uutiset lehteä



Euroopan maaseudun kehittämisen maatalousrahasto: Eurooppa investoi maaseutualueisiin

- toimittiin valtakunnallisen aitojamakuja.fi sivuston alueellisena viestinviejänä
- tehtiin Varsinais-Suomen ruoantuotannon aluetaloudelliset vaikutukset selvityksen päivitys
- osallistuttiin messuille ja tapahtumiin esittelemään Varsinais-Suomen ruokaketjua
- kehitettiin paikallisia jo olemassa olevia ruokatapahtumia, jotta myös paikalliset tuotteet näkyisivät niissä paremmin.
- toteutettiin uusia seudullisia lähiruokatapahtumia, kuten ruokarekat, street food konseptit, sadonkorjuutapahtumat
- hyödynnettiin valtakunnallisia verkostoja parhaiden tapahtumakäytänteiden saamiseksi Varsinais-Suomeen
- Osallistuttiin hankkeena ja yhdessä yrittäjien kanssa alan messuille ja markkinoille sekä näiden suunnitteluun.
- toteutettiin Osta tilalta -päivä ym. suoramyynnin edistämiseen liittyviä tapahtumia

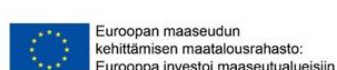
Hankkeen viestintäkanavat

Perustettiin wordpress -pohjaan <http://vs-lähiaruoka.fi> -blogisivu, joka kokosi ammattilaisille suunnatut Varsinais-Suomen ruokaketjun tapahtumat, tilaisuudet, opintomatkat samaan portaaliin. vs-lähiaruoka.fi toimi kokoavana tiedonvälityskanavana kaikille ruokaketjun ammattilaisille. Sivusto oli kaksikielinen.



Kuva 2 vs-lähiaruoka.fi toimi ruokasektorin tapahtumakalenterina ja tietolaarina sekä yrityksille, kehittäjille että ammattikeittiön ja kaupan edustajille.

Sosiaalista mediaa hyödynnettiin viestinnässä aktiivisesti. LounaFood facebook -sivuja päivitetään viikoittain ja sivustolla on seuraajia noin 300 henkilöä <https://www.facebook.com/LounaFood/>. Lisäksi hanke kirjoitti yhdessä muiden Turun yliopiston ruokahankkeiden kanssa Turun Sanomien Makuseutu -blogiin lähiruoka-aiheisia bloggauksia yhteensä 5 kirjoitusta <http://ruoka.ts.fi/category/makuseutu/>. Näiden lisäksi tehtiin Uutiset -lehteä, jossa kerrottiin uusista



Yhteisillä eväillä lähiruoka kasvuun Varsinais-Suomessa

alan tutkimustuloksista, esiteltiin ruoka-alan yrittäjiä, markkinoitiin tulevia tapahtumia ja matkoja. Lehden levikki oli noin 1000 kpl pitäen sisällään Varsinais-Suomen elintarvikkeita jalostavat yritykset, ammattikeittiöt, kaupat, kehittäjät, neuvojat sekä tutkijat. Printtiversioon lisäksi lehden numerot julkaistiin issuu.comin kautta <https://issuu.com/vs-lahiruoka>. Yrityksille suunnattua ajankohtaisviestintää tehtiin muutaman kerran kuukaudessa suorilla sähköposteilla.

Hanke toimi valtakunnallisen aitojamakuja.fi –sivuston alueellisena viestinviejänä. Huhtikuussa 2018 aitojamakuja.fi –sivuilla oli mukana 220 varsinaissuomalaista elintarvikealan yritystä <http://www.aitojamakuja.fi/haku.php?lang=fin&sl=county&ng=all&target=all&rp=all&ri=0&ra=10&pg=all&county%5B%5D=12>.

Hankkeen sisäinen tiedonkulku varmistettiin noin kerran kuukaudessa pidettävillä skype-kokouksilla sekä hanketoimijoiden suljetun facebook-ryhmän kautta.

Hankkeen viestintäosumat ja tiedotteet on koottuna liitteeseen 2.

Seurattiin elintarvikealan toimintaympäristön muutosta mm. elintarvikeyritysten määrä, toimiala, henkilöstö jne. sekä analysoidaan tietoa kehittämistarpeita ennakoiden. Tietoa jaettiin avoimesti, mutta erityisenä kohteena oli syötteiden tekeminen maakunnalliselle ruokaryhmälle.

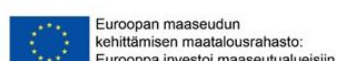
Ruokaketjun nykytilaselvitys

Hanke toteutti laajan ruokaketjun nykytilaselvityksen vuonna 2017. Varsinais-Suomen yritysrekisteritiedot päivitettiin osana valtakunnallista Aitoja makuja yritystilastointi. Tämän lisäksi toteutettiin maakunnallinen selvitys yritysten nykytilasta, kehittämistarpeista ja haasteista. Tähän kyselyyn vastasi 57 varsinaissuomalaista elintarvikealan yritystä. Nykytilaselvitys löytyy täältä <http://vs-lahiruoka.fi/wp-content/uploads/2016/03/Ruokaketjun-nykytila-Varsinais-Suomessa.pdf>.

Ruokatapahtumat

Hanke osallistui lukuisiin ruokatapahtumiin sekä maakunnallisesti että seutukunnallisesti viestimään paikallisen ruoan puolesta sekä kokoamalla lähiruokayrityksiä esittelemään omaa toimintaansa. Lisäksi toteutettiin valtakunnallisia lähiruokakampanjoita ja tapahtumia Varsinais-Suomessa, joihin saatiin infomateriaalia valtakunnalliselta lähiruoan koordinaatiohankkeelta mm. Osta tilalta 2016 ja 2017 –tapahtumat. Keskeisimmät ruokatapahtumat on lueteltu alla:

- Osta tilalta –tapahtumat 2016 ja 2017
- Turun Ruokamessut 2016 ja 2017





Kuva 3 Turun Ruokamessuilla esiteltiin paikallista ruoka-alan osaamista ja yrittäjyyttä. Kuva on vuoden 2016 messuilta.

- Tall Ships Races 2017
- Helsingin Matka –messut 2017 ja 2018



Kuva 4 Helsingin Matka –messuilla 2018 esiteltiin alueen ruokakulttuuria mm. taste of archipelago maistiaislautasen muodossa.

- Skäri Open, September Open ja Saariston Sadonkorjuujuhlat ja Kalansavustuksen SM-kilpailut, Iloista ruokaa Houskarissa
- Artesaaniruokien SM-kilpailut 2017 ja 2018

- Yläneen perinteiset Säpinät 1.7.2017
- Jarno Saarisen muistoajot 23.7.2017
- Rompepäivät 2.-5.8.



Kuva 5 Loimaan perinteiset Rompepäivät keräsivät lähiruokan ystäviä hankkeen teltalle.

- Uusikaupunki 400 v. kakkukilpailu
- Tuu messiin lähiruokaravintola ja -tori 4.2.
- Minifarmi 2016 ja 2017



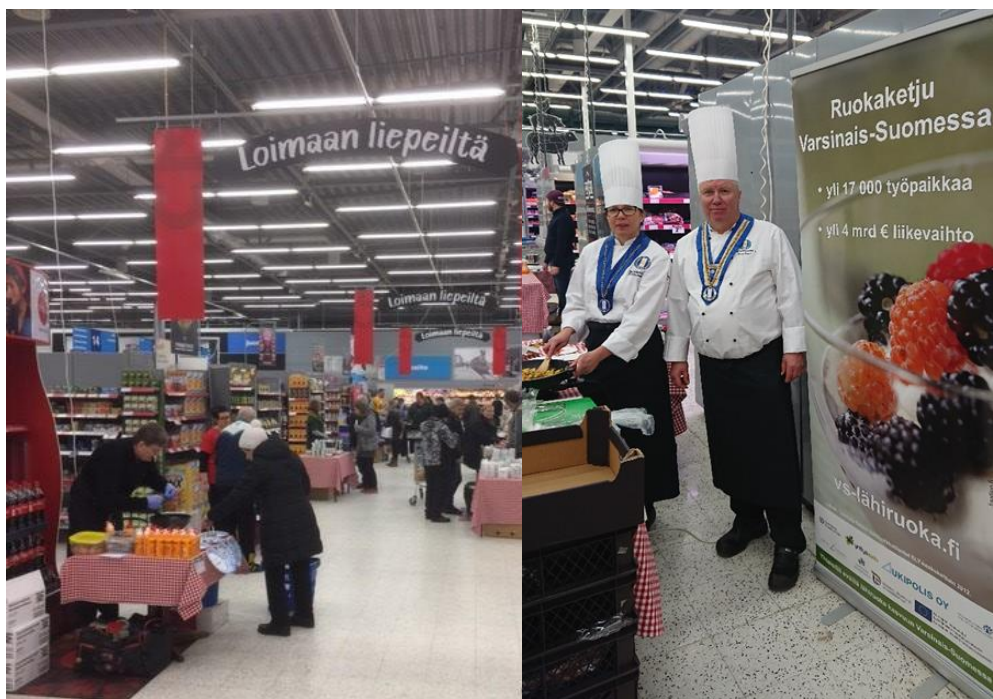
Kuva 6 Uudenkaupungin Minifarmi –messuilla oli hanke ja alueen yritykset isosti esillä. Kuva on vuodelta 2017.

- Tehtaalla tavataan 20.9.2017

Lisäksi järjestettiin **seutukunnallisia kauppakampanjoita** Loimaan ja Salon seuduilla yhteistyössä alueen lähiruokayritysten sekä oppilaitosten kanssa. Kampanjat olivat suosittuja toimenpiteitä yrittäjien keskuudessa. Niihin osallistuikin iso joukko lähiruokayrityksiä (yli 10 yritystä / kampanja).

- Loimaan liepeiltä- tapahtumat 2016 ja 2017
- CM Salo Pop up -lähiruokatilaisuus 7.-8.4.2017

- CM Salo Pop up -Sadonkorjuu lähiruokatapahtuma 22.9.2017



Kuva 7 Loimaan liepeiltä –lähiruokatapahtumat saivat sekä paikalliset asukkaat, yrittäjät että mediankin kiinnostumaan lähiruosta.



Kuva 8 Salon alueen kauppakampanjoissa tehtiin yhteistyötä paikallisen ammattioppilaitoksen kanssa. Kuvassa on Salon seudun koulutuskuntayhtymän catering –alan opiskelijoita kertomassa lähiruosta.

Tehtiin **#Paikallisesti parasta –kuluttajakysely** (n=447) lähiruokan käytöstä ja ostomotiiveista Tall Ships Race 2017 tapahtuman yhteydessä. Kuluttajakyselyn tulokset ovat julkisesti kaikkien nähtävinä täällä <http://vs-lähiuoka.fi/wp-content/uploads/2018/02/Paikallisesti-parasta.pdf>.

4) Asiakaslähtöisyyden ja markkinavuoropuhelun lisääminen

Hanke lisäsi yrittäjien tietoisuutta erilaisista suoramyymintimilleistä, niiden kannattavuudesta ja toteuttamismahdollisuuksista. Kokeiltiin erilaisia yritysten ja kuluttajien välisiä suoramyymintimillejä mm. erilaisia kuluttajien ja yrittäjien yhteisiä osuuskuntia ja kumppanuusmaatalouden muotoja.

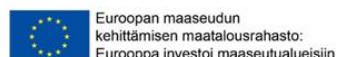
Yhteenveto toimenpiteistä:

Vaihtoehtoiset jakelukanavat

- etsittiin, tiedotettiin sekä kokeiltiin aktiivisesti erilaisia vaihtoehtoisia myynti- ja markkinointimalleja eri puolilla Varsinais-Suomea, esimerkiksi lähiruoka-auto, verkkokaupat ja show roomit, myyntipisteet ja digitalisaation tuomat mahdollisuudet (pilvipalvelut), seudulliset ”lähiruokaterminaalit”.
- järjestettiin opintomatkoja teemalla ”lyhyet jakeluketjut”
- lisättiin yrittäjien tietoisuutta erilaisista suoramyymintimilleistä, niiden kannattavuudesta ja toteuttamismahdollisuuksista
- kokeiltiin erilaisia yritysten ja kuluttajien välisiä suoramyymintimillejä mm. erilaiset kuluttajien ja yrittäjien yhteiset osuuskunnat, kumppanuusmaatalous

HoReCa -sektori

- lisättiin HoReCa ammattilaisten lähiruokosaamista aktiivisen tiedonvälityksen avulla järjestettävien infotilaisuuksien muodossa esimerkiksi paikallinen tuotetarjonta, hankintakriteerit, reseptiikka, ruokapalvelutoiminnan kehittäminen.
- välitettiin aktiivisesti lähiruokatietoa HoReCa ammattilaisille eri viestintävälineitä käyttäen
- tiedotettiin yrityksiä julkisten elintarvikehankintojen tarjousmenettelystä sekä yhteistyömahdollisuuksista.
- järjestettiin yrittäjien ja HoReCa ammattilaisten treffitilaisuuksia, joissa yrittäjät pääsivät esittelemään tuotteitaan, liiketoimintaansa ja HoReCa ammattilaiset taas tutustumaan uusiin tuotteisiin. Näistä tilaisuuksista syntyviä uusia tuoteideoita vietiin eteenpäin yhteistyössä Innotori –hankkeen kanssa. Teemoina olivat, elintarvikkeiden jalostusaste, pakkaustekniikat, resurssien hyödyntäminen ja ympäristöosaaminen.
- Lisättiin paikallisen ruoan näkyvyyttä ja käyttöä yksityisissä ammattikeittiöissä, kuten matkailuyritykset, pitopalvelut, ravintolat jne.) järjestämällä ravintoloiden ja elintarvikeyrittäjien treffitilaisuuksia.



- pilotoitiin uusia tapoja lähiruoan lisäämiseksi ravintoloiden tarjonnassa esimerkiksi digitaaliset logistiikkateknologiat (varastohallinta, tilaus, toimitus ja laskutus), yhteismarkkinointimallit.
- lisättiin ammattikeittiösektorin ja lähiruokayrittäjien yhteistyötä mm. kokeilemalla erilaisia tutustumiskonsepteja, kuten HoReCa –sektorin ”matkat” seutukuntiin (lähiruokakierrokset) sekä lähiruokayrittäjien vertaisoppimismatkat erilaisiin ammattikeittiöihin (à la carte, lounasravintola, ketjuravintolat, yksityiset ravintolat)

Kauppa

- lisättiin vähittäiskaupan lähiruokaosaamista
- toteutettiin lähiruokakampanjoita ja teemapäiviä
- järjestettiin kaupan ja elintarvikeyritysten välisiä match making –tilaisuuksia, joissa keskeistä oli arvoketjuosien välisen vuoropuhelun lisääminen ja yhteistyön syventäminen.
- pilotoitiin uusia tapoja lähiruoan lisäämiseksi kauppojen tarjonnassa esimerkiksi digitaaliset logistiikkateknologiat, yhteismarkkinointimallit, ym. yritysten yhteistyömahdollisuudet.

Elintarvikevalvonta

- lisättiin valvojien ja elintarvikeyritysten vuoropuhelua tuomalla esille pienimuotoisen toiminnan haasteita, mahdollisuuksia joustoihin jne. valvojien yhteisillä tapaamisilla ja tutustumismatkoilla.
- otettiin elintarvikevalvonta tiiviiseen tiedotuksen piiriin

HoReCa –sektorin ja alueen elintarvikealan yritysten yhteistyötä ja vuoropuhelua lisättiin monin erilaisin toimenpitein. Eri puolilla Varsinais-Suomea järjestettiin yrityksille infotilaisuuksia, miten paikallinen elintarvike pääsee ravintolan valikoimiin, yhteistyö- ja verkostoitumistreffejä ravintoloiden kanssa, tuote-esittelytilaisuuksia sekä verkostoitumismatkoja. Keskeisinä teemoina oli paikallisen ruoan vastuullisuus ja omaleimaisuus lisäarvotekijöinä, kotimaiset kasviproteiinilähteet sekä ruoan tuotteistus.

Verkostoitumismatkoja järjestettiin niin erilaisille alan messuille, kuten Ravintola 2017 ja Gastro 2016 ja 2018 niin uusien tuotetrendien havainnoimiseksi kuin keittiömestareiden tutustumismatkoja alueen elintarvikealan yrityksiin.

Verkostoitumistreffit taas mahdollistivat suoran yhteyden saamista potentiaaliseen ostajatahoon, jolloin yritys pystyi saamaan palautetta ja kehitysideoita tuotekehitykseensä sekä avaamaan markkinaväyliä jo olemassa oleville tuotteilleen.

Julkiset hankinnat olivat yksi markkinavuoropuheluteemoista. Elintarvikealan yrityksille suunnattuja infotilaisuuksia järjestettiin hankkeen aikana 6 kpl. Niissä käytiin läpi julkisten hankintojen



Euroopan maaseudun kehittämisen maatalousrahasto: Eurooppa investoi maaseutualueisiin

Yhteisillä eväillä lähiruoka kasvuun Varsinais-Suomessa

hankintaprosessia, tarjouksen jättämistä sekä pohdittiin yhteistyössä kuntien kanssa hankintakriteerejä ja niiden soveltuvuutta lähiruokatuotteisiin.

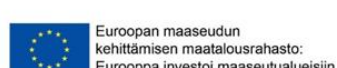
HoReCa –sektorin ja elintarvikealan yritysten yhteistyön vauhdittaminen:

Laitilan julkiset elintarvikehankinnat tilaisuus 11.2.2016
 HoReCa tukkukauppojen ja elintarvikealan yritysten verkostoitumistreffit 18.2.2016
 HoReCa –toimijoiden tutustumismatka Munaxille 21.3.2016
 HoReCa -toimijoiden, kehittäjien ja elintarvikealan yritysten verkostoitumistreffit Kimmon Vihannes Oy:ssä 6.4.
 Elintarvikehankinnat ja paikalliset yritykset 14.4.2016
 Ravintoloiden ja elintarvikealan yrittäjien verkostoitumistreffit 19.4.2016
 Ympäristöviikon avajaistilaisuuden tuote-esittelytilaisuus kasviproteiiniyrityksille 14.11.2016
 Mitä tuottaa ensi vuonna 21.11.2016
 Turun ja Kaarinan seurakunnan ruokapalvelun tuote-esittelytilaisuus ja lähiruokainfo 24.1.2017
 Ravintola 2017 ja Fazerila 8.3.2017
 Paikallisen elintarvikkeen tie ravintolaan 15.3.2017
 Kasviproteiinit ammattikeittiössä 29.3.2017
 Vuoropuhelutilaisuus Salon hankinnoista 6.6.2017
 Hankintaosaamisinfot Salossa 4. ja 11.9.2017
 Tampereen elintarviketeollisuusmessut ja Dammenberg 14.9.2017
 Ammattilaisten road show lähiruokaa äärelle 14.11.2017
 Ruokamatkailun tuotteistustyöpajat 22., 29. ja 30.11. sekä 4.12.
 Kotimaiset kasviproteiinit ja hyönteiset ammattikeittiössä 30.1.2018
 Lähiruokakierros julkisen ruokapalvelun ammattilaisille Loimaalla 1.3.2018
 Gastro 2018 ja Ciderberg 16.3.2018
 Verkostoitumismatka Brinkhall Sparkling Rymättylä 22.3.2018

Kaupan kanssa yhteistyössä hanke järjesti useita erilaisia kauppakampanjoita sekä osallistui asiantuntijana toisten toimijoiden organisoimiin kampanjoihin. Kauppakampanjoita järjestettiin menestyksekkäästi niin Salon, Turun kuin Loimaankin alueella. Kampanjoissa tehtiin yhteistyötä esimerkiksi alueen kokkiopiskelijoiden kanssa, jotka tekivät herkullisia maitaisia lähiruokayritysten tuotteista. Yritykset saivat näin mahdollisuuden lisänäkyvyyteen kaupoissa ja asiakasvuoropuhelun käymiseen myymälöissä. Kampanjat osoittautuivatkin yritysten keskuudessa suosituiksi tapahtumiksi, sillä jokaiseen kampanjaan osallistui vähintään 10 lähiruokayritystä.

Eri alojen viranomaistahot ovat keskeisiä yhteistyökumppaneita myös lähiruokayrityksille. Hanke teki paljon töitä sen eteen, että esimerkiksi elintarvike-, majoitus- ja rakennusvalvonta sekä pelastustoimi saatiin mukaan ruokasektorin yrittäjille kohdennettuihin tilaisuuksiin. Erityisesti elintarvikevalvonta osallistui aktiivisesti yrityksille suunnattuihin infotilaisuuksiin. Turunmaalla myös majoitus- ja rakennusvalvonta aktivoituivat osallistumaan infotilaisuuksiin.

Hankkeen tuloksia ja vaikutuksia arvioidaan erillisessä kappaleessa 4.4 Tulokset ja vaikutukset.



b. aikataulu

Hanketta toteutettiin 1.9.2015-31.3.2018.

c. resurssit

Hankkeessa työskenteli Turun yliopiston Brahea-keskuksessa projektipäällikkö, elintarvikealan asiantuntija, projektisihteeri ja julkaisuavustaja. Ukipolis Oy:ssä työskenteli projektipäällikkö ja projektisihteeri. Novidassa, Yrityssalossa ja Paraisten kaupungilla työskenteli kussakin oma projektipäällikkö. Kaikki tekivät hankkeelle töitä osa-aikaisesti.

d. toteutuksen organisaatio

Hankkeen koordinaatiosta vastasi Turun yliopiston erillislaitos Brahea-keskus. Brahea-keskuksen vastuulla oli hankkeen maakunnallinen toteutus ja koordinointi sekä Turun seutukunnan toimenpiteet. Hankkeen osatoteuttajia olivat Ukipolis Oy (Vakka-Suomen alue), Paraisten kaupunki (toimialueena myös Kemiönsaari), Novida (Loimaan seutukunta), Yrityssalo Oy (Salon seutukunta).

e. kustannukset ja rahoitus

Hanke toimi ajalla 1.9.2015-31.3.2018. Kokonaiskustannukset olivat 665 446 euroa. Hankkeen rahoituksesta 90 % tuli Varsinais-Suomen ELY-keskukselta ja 10 % Varsinais-Suomen kunnilta.

f. raportointi ja seuranta

Hanke raportoitui rahoittajalle noin puolen vuoden välein. Nämä väliraportit liitettiin maksatushakemusten yhteyteen. Lisäksi ohjausryhmä käsitteli väliraportteihin kuuluvat hankkeen toimenpiteet sekä maksatushakemukset kokouksissaan. Jokaiselle vuodelle tehtiin oma toimintasuunnitelma, jonka ohjausryhmä käsitteli kokouksissaan. Hankkeen raportointiin liittyvät indikaattoritiedot toimitettiin rahoittajalle aina vuoden alussa 31.1. mennessä Hyrrä-järjestelmän kautta.

g. toteutusolelutukset ja riskit

Hankesuunnitelmaa ja -hakemusta aloitettiin työstämään yhteistyössä Varsinais-Suomen seutukuntien kehittämiskeskusten kanssa vuoden 2015 alussa. Heti alussa oli selvää, että satelliittimainen verkosto olisi tehokkain ja tuloksellisin tapa elintarvikealan tiedonvälityshankkeelle. Maakunnallinen koordinaatio, joka toimii alueen linkkinä valtakunnalliselle tasolle, ja seutukunnalliset osatoteuttajat, jotka jalkauttavat tietoa ja toimenpiteitä aktiivisesti oman alueen yrityksille, varmistaisi käytännönläheisen otteen kehittämistoimenpiteille. Hankkeen tavoitteita ja toimenpiteitä



Euroopan maaseudun kehittämisen maatalousrahasto: Eurooppa investoi maaseutualueisiin

ideoitiin yhdessä muidenkin sidosryhmien kanssa, kuten ProAgria Länsi/Maa- ja kotitalousnaiset, MTK Varsinais-Suomi. Hankesuunnittelun ytimessä oli alueen pienelintarvikeyrittäjyyden toimintaedellytysten parantaminen aktiivisella tiedotustyöllä, verkoston koordinoinnilla sekä alan eri toimijoiden yhteistyön lisäämisen avulla. Lähtökohta hankkeen toteuttamiseen oli erinomainen, sillä työlle oli selkeä tilaus ja tarve, johon myös alueen kunnat olivat sitoutuneita.

4.3 Yhteistyökumppanit

Hankkeen toiminta perustui aktiiviseen sidosryhmäyhteistyöhön. Keskeisimpiä yhteistyökumppaneita olivat:

Hankkeen osatoteuttajaorganisaatiot eli Varsinais-Suomen seutukunnat:

- o Loimaa/Novida
- o Salo/Yrityssalo Oy
- o Turku/Turku Science Park Oy
- o Paraisten kaupunki ja Kemiönsaari
- o Vakka-Suomi /Ukipolis Oy

Varsinais-Suomessa toimivat toimintaryhmät

- o I samma båt – samassa veneessä rf ry
- o Maaseudun kehittämissyhdistys Ravakka ry
- o Varsin Hyvä ry
- o Varsinais-Suomen jokivarsikumppanit ry
- o Ykkösakseli ry

Maakunnalliset yhteistyötahot

- o Varsinais-Suomen Ely-keskus
- o Varsinais-Suomen liitto ja Valonia
- o Turun yliopiston yksiköt: Funktionaalisten elintarvikkeiden kehittämiskeskus, biokemian ja elintarvikekemian laitos, kauppakorkeakoulu
- o Turun ammattikorkeakoulu
- o Åbo Akademi
- o Turun ammatti-instituutti
- o Ammattiopisto Livia
- o MTK – Varsinais-Suomi
- o ProAgria Länsi-Suomi, Maa- ja kotitalousnaiset
- o Turun Keittiömestarit ry
- o Kaffeli ry
- o Slow Food Turku
- o Saaristomeren biosfäärialue
- o Axxell Parainen
- o Yrkeshögskolan Novia



Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutalueisiin

- SLC (Svenska lantbruksproducenternas centralförbund)
- Finska hushållningssällskapet
- Salon seudun koulutuskuntayhtymä
- Raseko eli Raision seudun koulutuskuntayhtymä

Valtakunnalliset yhteistyötahot

- Aitoja makuja verkosto (muiden maakuntien lähiruokatoimijat)
- Lähiruoan valtakunnallinen koordinaatiohanke
- Luonnonvarakeskus, Luke

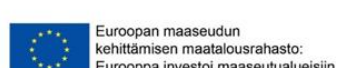
4.4 Tulokset ja vaikutukset

Lähiruokasektorin yhteistyön tiivistäminen

Lähiruokasektorin tiivis yhteistyö ja kytkeytyminen seutukunnallisiin elinkeinopalveluihin tuottivat hedelmää. Toiminta yrityksiä ja asiakkaita lähellä nosti paikallisen ruoan kysyntää ja näkyvyyttä sekä mahdollisti elintarvikealan yrityksille kasvua. Hankkeen kehittämistoimenpiteille saatiin lisää tehoa ja vaikuttavuutta. Lisäksi valtakunnalliset lähiruoan kehittämistoimenpiteet löysivät suoran yhteyden maakunnallisen koordinaation ja seutukunnallisen toiminnan yhteistyön kautta aina yritystasolle saakka. Lähiruokasektorille syntyi alan yrityksiä asiantuntevasti ja tehokkaasti palveleva verkostomainen yhteistyöfoorumi.

Hankkeen keskeisenä tavoitteena oli tiivistää koko lähiruokasektorin yhteistyötä aina yrityksistä, kehittäjiin, neuvojiin ja tutkijoihin. Erityisen menestyksellisiä yhteistyön lisäämiselle ovatkin olleet useat hankkeen järjestämät verkostoitumismatkat ja -tilaisuudet. Yrityksiltä saadun palautteen mukaan juuri verkostoitumisen helpottaminen erilaisten tilaisuuksien ja matkojen avulla on tärkeää. Tämän jälkeen on helpompaa lähteä neuvottelemaan kahdenkeskisestä yhteistyöstä ilman hanketoiminnan tukeakin. Verkostoitumistilaisuuksien lisäksi, hanke tuotti tärkeää tilastotietoa ruokaketjun nykytilasta Varsinais-Suomessa sekä tätä tietoa laventavia selvityksiä niin yritys- kuin asiakassektorillakin. Materiaalit ovat kaikkien avoimesti hyödynnettävissä <http://vs-lähiruoka.fi/>. Lähiruokasektorin tiedonkulun yhtenäistämiseksi samalle sivustolle koottiin myös alueen elintarvikealan yrityksille suunnatut tapahtumat ja tilaisuudet.

Ruokaketjun oppilaitosten, tutkimuslaitosten ja kehittäjäorganisaatioiden välinen yhteistyö tiivistyi hankkeen aikana mm. hankkeen järjestäminen tapaamisten, opintomatkojen ja verkostoitumistilaisuuksien avulla. Käytännön esimerkkinä tästä on Ruokaketjun tulevaisuuden osaajat messukokonaisuuden organisointi ja yhteisesiintyminen Turun Ruokamessuilla vuosina 2016 ja 2017. Yhteisosastolle osallistuivat kaikki keskeiset ruokaketjun osaajat kouluttavat tahot Varsinais-Suomessa, kuten *Livia*, *Turun ammatti-instituutti*, *Raseko (Raision seudun koulutuskuntayhtymä)*, *SSKKY (Salon seudun koulutuskuntayhtymä)*, *Turun AMK (Turun ammattikorkeakoulu)*, *Turun yliopisto (Brahea-keskus ja elintarvikekemia- ja -kehityksen yksikkö)* ja *Novida ammattikoulu ja lukio*.



Yhteisesiintyminen messuilla ruokki myös muuta yhteistyötä oppilaitosten kesken sekä hankkeen ja oppilaitosten kanssa. Tästä yhtenä esimerkkinä ovat useat Lähiruoka infotilaisuudet, joita järjestettiin niin maatalous- ja puutarha-alan opiskelijoille, leipomo-kondiittoriopiskelijoille, elintarvikejalostajille sekä kokkiopiskelijoille. Infotilaisuuksien avulla tuotiin varsinaissuomalaisista ruokaa, raaka-aineita, trendejä tutuksi tulevaisuuden osaajille. Toivottavaa on, että nämä infotilaisuudet herättivät opiskelijoissa kiinnostusta myös elintarvikealan yrittäjyyteen.



RETKEI PAIKALLISEN OSAAMISEN ÄÄREEN 3.2.2017

8.15. Lähtö koululta yhteiskuljetuksella (Aninkaistenkatu 7, Turku)

9-10.45 Vallan Maukas Oy (Vallilantie 98, 23200 Vinkkilä)

Ihan uusi pienteurastamo ja palveleva lihapuoti Vehmaalla

11.30-12.20 MakuPasta (Palolaistentie 181, 23100 Mynämäki)

Paikallinen pastamaakari, valmistaa ainoana kotimaisena yrityksenä mm. munapastaa

12.30-13. välipala Tuomaksen tupa (Valtakatu 2, 23100 Mynämäki)

Täytetty sämpylä, mehu/kahvi/tee

13.30-14.30 Kotipellon puutarha (Nutturlantie 153, 21270 Nousiainen)

Mimis-erikoissalaatit, joilla on vientiä huippuravintoloihin ja jopa Hongkongiin asti

15 Takaisin koululla (Aninkaistenkatu 7, Turku)



Kuva 9 Opiskelijoiden verkostoitumismatkat alueen lähiruokayrityksiin olivat menestys sekä opiskelijoiden, yritysten kuin oppilaitostenkin näkökulmasta.



Aktiivinen yhteistyö lähiruoan kehittämisorganisaatioiden kanssa poiki alueelle myös monia uusia hankkeita, kuten Lounais-Suomen ruokaketjun vienninedistämisohjelma, Mehiläistuotanto Saaristossa, Hyvinvointia valkohanäntäpeurasta, Vastuullista proteiinia pöytään.

Matka –messut 2018 olivat vahva yhteistyönäyttö sekä matkailu- ja elintarvikealan yrittäjien kesken että saamalla mukaan alueen oppilaitos, Turun ammatti-instituutin kokkiopiskelijat. Saaristo – osastolla valmistettiin kokkiopiskelijoiden toimesta ”Taste of Archipelago” –maisteluannoksia, joissa hyödynnettiin paikallisten yritysten raaka-aineita. Messujen jälkeen kyseisestä annoksesta olivat kiinnostuneita Turunmaan matkailu- ja ravintolayrittäjät.



Kuva 10 Taste of Archipelago –annos esiteltiin Matka messuilla 2018. Annos saanee jatkuvuutta kesällä 2018 Turunmaan matkailuyrittäjien piirissä.

Hanke vahvisti alueen yhteistyötä myös valtakunnallisten toimijoiden kanssa. Esimerkiksi Opetushallitus teetti laajassa sidosryhmäyhteistyössä Ruokaketjun tulevaisuuden osaamistarpeet -selvityksen. Varsinais-Suomessa järjestettiin selvityksen tuloksia jalkauttava tilaisuus alan oppilaitoksille ja kehittäjille tammikuussa 2017. Tilaisuus sai kiitosta valtakunnallisen työn

käytännönläheisestä jalkautuksesta alueen toimijoiden käyttöön antamalla eväitä suoraan opintokokonaisuuksien sisältöihin. Hankkeen vahva panostus tiedon tuottamisessa näkyy maakunnallisen Lounaistieto –sivuston asiasisällöissä. Ruokaketju –osion tilastojen ja analyysin tekemiseen on hyödynnetty hankkeen työtä ja tuottamia tilastoja <http://www.lounaistieto.fi/tietopalvelut/ennakointiverkosto/toimialojen-tulevaisuudennakymat/ruokaketju/>. Tämän avulla tulevaisuuden ruokaketjun kehittämiseen tarvittavat tiedot löytyvät yhden linkin takaa kaikille julkisesti.

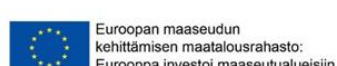
Ruotsinkielinen yrittäjä- ja kehittäjäverkosto tuli aktiivisesti mukaan koko maakunnan ruokasektorin kehittämistoimintaan. Tämä monipuolisti kaikilla tasoilla ideoiden vaihtoa kehittämisen ja yhteistyön kaikilla tasoilla. Hankkeen loppuvaiheessa tiivistettiin entisestään yhteistyötä Axxellin Paraisten yksikön kanssa mm. sopimalla keittiötilojen vuokrausmahdollisuudesta alkaville elintarvikealan yrityksille. Juuri tuotekehitystilojen puute on monella alkavalla yrityksellä pullonkaula liiketoiminnan kehittämiseen ja kasvuun. Nyt Varsinais-Suomessa on useampia paikkoja, joissa yritykset voivat vuokrata jatkojalostustiloja ja –laitteita omaan käyttöönsä.

Yritysten ja uuden yrittäjyyden aktivointi

Paikallisuuden ja paikallisen ruoan korostuminen megatrendinä oli omiaan lisäämään myös ruokasektorin kiinnostavuutta esimerkiksi uuden yrittäjyyden aktivoinnissa. Hanke tekikin vilkasta yhteistyötä niin MTK Varsinais-Suomen, maakunnan 2. asteen oppilaitosten (mm. Livia, Turun ammatti-instituutti, SSKKY, Novida, Raseko), yritysten kehittämispalveluita tuottavien organisaatioiden, Varsinais-Suomen ELY-keskuksen kuin 4H-yhdistysten kanssa, jotta elintarvikealalle saataisiin uutta yrittäjyyttä. Apua yrittäjyyden ensi taipaleelle kaivattiin nimenomaan elintarvikelainsäädäntöön liittyvissä asioissa, erilaisten uusien markkinointikanavien avaamisessa sekä yritystuissa ja muissa rahoitusmahdollisuuksissa. Hanke loi selkeän sapluunan, jota oli helppo monistaa eri puolilla Varsinais-Suomea. Tilaisuudet tavoittivat yli 300 elintarvikealan yrittäjyydestä kiinnostunutta henkilöä. Moni osallistujista kertoi aloittavansa yritystoiminnan.

TOP 5 vinkkiä uuden yrittäjyyden aktivoimiseksi

1. Elintarvikealan yrittäjäinfot alan oppilaitoksissa
2. Road show tapahtumat seutukunnissa, aktiivinen yhteistyö yrittäjäjärjestöjen kanssa
3. Jo alalla toimivien yritysten kokemusten kertominen
4. Elintarvikelainsäädännön ja rahoitusmahdollisuuksien kansantajuistaminen
5. Uudet liiketoimintamallit, kuten suoramyynti, kumppanuusmaatalous



Hankkeen aikana yrittäjien välinen yhteistyö kehittyi ja kasvoi. Yrittäjät pitivät tärkeänä tilaisuuksien mahdollistamia foorumeja keskusteluun ja yhteistyön kehittämiseen. Konkreettisia yhteistyökuvioita syntyi yrittäjien kesken. Yhteistyö matkailu- ja elintarvikealan yrittäjien kesken poiki hedelmää heti alusta pitäen. Esimerkiksi Turunmaalla uusyrittäjäyys kytee jo St Olav Waterways- reitin ympärillä <http://www.st-olav.com/fi/projekti/> . Reitin ympärille on kehittymässä uusia majoitus- ja ruokapalveluja tarjoavia yrityksiä, joissa lähiruoka on keskeisellä sijalla.

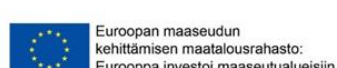
Aktiivinen yhteistyö erilaisten hankkeiden ja organisaatioiden kanssa oli vilkasta. Esimerkiksi Turunmaalla YH Novian ja Åbo Akademin Businesscenterin sekä Archipelago Business Development-hankkeen kanssa on autettu lähiruokayrittäjiä markkinointi- sekä talousasioissa. Lisäksi yhteistyö Biosfäärialueen kanssa mahdollisti kumppanuusmerkinnän käytön alueen elintarvike- sekä muille yrittäjille. Alueiden väliset elintarvikealan yhteistyöhankkeet Innotori, ja TIEDOKAS olivat keskeisiä yhteistyötahoja, joiden kehittämistoiminnasta viestittiin alueen elintarvikealan yrityksille säännöllisesti.

Viestintä

Paikallisen ruoan kiinnostavuus näkyi myös hankeviestinnän läpimenossa. Kaiken kaikkiaan hankkeen tapahtumista, toimenpiteistä, selvityksistä jne. tehtiin median toimesta juttuja 150 kpl (radio, tv, lehdet ja verkkojulkaisut). Tällä on ollut positiivinen vaikutus koko alan ja siinä toimivien yritysten tunnettuuteen.

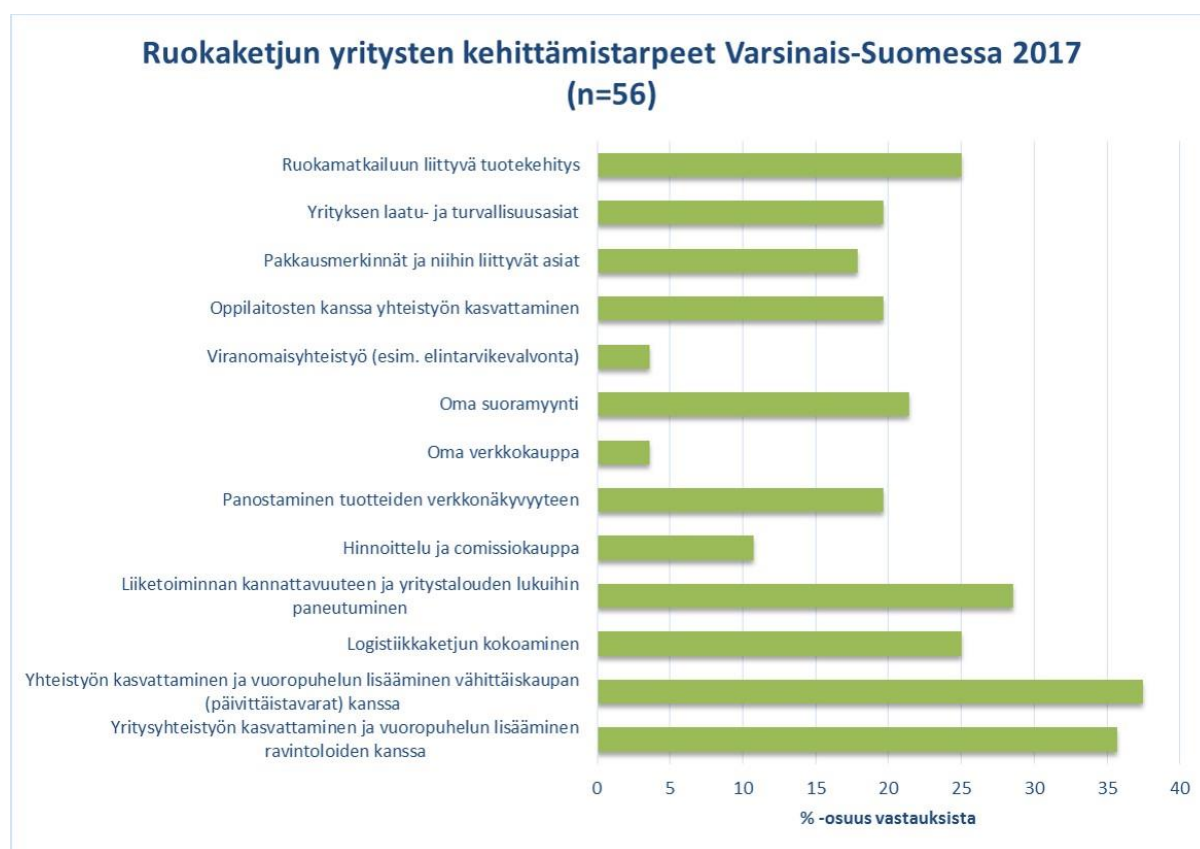
Hanke vaikutti aktiivisesti alueen tapahtumien ruokatarjontaan sekä paikallisen ruoan ja lähiruokayrittäjien roolin korostumiseen näissä tapahtumissa. Tapahtumien järjestäjät huomioivat paremmin paikallista ruokaa tapahtumissa ja ymmärtävät lähiruon lisäävän myös tapahtumien houkuttelevuutta asiakkaiden parissa. Tapahtumien kehittämisen näkökulman lisäksi erilaiset ruokatapahtumat ovat lisänneet yritysten välistä yhteistyötä messu- ja markkinointitapahtumissa. Esimerkiksi yritykset osallistuvat yhteisillä osastoilla ilman hankkeen tukea, kun ensimmäinen yhteys on luotu hankkeen välityksellä. Tämänlainen kehitys on erittäin suotuisaa ottaen huomioon lähiruokayritysten pienet markkinointiresurssit. Yhteistyöllä ja kulujen jakamisella on selkeä tilaus myös jatkossa. Hankkeen avulla saatiin laadukasta ohjelmaa ja festivaalitunnelmaa paikallisiin lähiruokatapahtumiin. Tätä kautta matkailuyksiköt lähtivät mukaan yhteistyöhön ja huomioivat omissa esitteissään mm. ruoka-artsaanit ja heidän tuotteensa. Kaiken kaikkiaan hanke osallistui 22 ruokatapahtumaan.

Hanke sai yrittäjiltä sekä muilta yhteistyökumppaneilta runsaasti kiitosta ja positiivista palautetta hankkeen tiedonvälitystyöstä ja järjestämistä infotilaisuuksista. Erityisesti Turunmaalla ruoka-artsaanit saivat näkyvyyttä ja tunnettuutta Tammisaaressa järjestettävien kilpailujen ansiosta. Toiminnan jatkuvuuden kannalta oli hienoa huomata, että myös suomenkielisellä puolella on ollut suurta kiinnostusta asiaan.



Tärkeänä hankkeen toimenpiteiden suuntaajana oli monista yritystilaisuuksista saadut ideat, palautteet ja vinkit. Näiden lisäksi hanke toteutti laajan elintarvikealan yrityskyselyn (n=56) alkukesästä 2017. Kyselyssä selvitettiin elintarvikealan yritysten kehittämistarpeita, kiinnostuksen kohteita, liiketoiminnan haasteita, yhteistyön mahdollisuuksia sekä esimerkiksi digitalisaation hyödyntämistä yrityksen toiminnassa. **Ruokaketju NYT –Made in Varsinais-Suomi** selvityksen avulla pystyttiin vuoden 2017 toimenpiteitä suuntaamaan vielä enemmän yrityksiä palvelevaksi.

Elintarvikeyritysten liiketoiminnan keskeisiksi haasteiksi nousivat kyselyn mukaan **myynnin ja tuotannon tehostaminen**, näihin liittyvät **laiteinvestoinnit**, **oman ammattitaidon kehittäminen** ja **osaavan henkilökunnan rekrytointi** sekä **nopeat muutokset kuluttajatreendeissä**.



Kuva 11 Ruokaketjun yritysten kehittämistarpeet Varsinais-Suomessa 2017 (n=56).

Yksi selvityksen löydöistä oli elintarvikealan yritysten kiinnostus hyödyntää uutta tekniikkaa ja digitalisaatiota liiketoiminnan kehittämisessä. Yli 61 % vastaajista halusi hyödyntää teknologiaa liiketoiminnassaan entistä enemmän. Tällä saralla ollaan vielä alkutekijöissä. Yritykset tarvitsevat lisää tietoa käytännönläheisistä digitaalisista ratkaisuista. Yksi tapa avata tätä keskustelua on tuoda digitalisaation ammattilaiset yhteen elintarvikealan yritysten kanssa.

Ruokaketjun merkitys Varsinais-Suomelle on mittava. Ruokaketjun toimipaikat kattavat yli viidenneksen kaikista Varsinais-Suomen maakunnan toimipaikoista. Ruokaketjun liikevaihto on 15 % koko maakunnan liikevaihdosta ja sen työllistävä vaikutus on hieman alle 16 000 henkilöä (Tilastokeskus 2015). Ruokaketju pitää sisällään niin alkutuotannon, luonnontuotteiden keruun, kalastuksen, elintarvikkeiden ja juomien valmistuksen, niiden tukku- ja vähittäiskaupan sekä ravitsemistoiminnan. Elintarvikkeiden valmistus muodostaa keskeisen osan ruokaketjun lisäarvosta, sillä viidesosa koko ruokaketjun liikevaihdosta tulee nimenomaan elintarvikkeiden valmistuksesta. Varsinais-Suomessa on 315 elintarvikkeita valmistavaa yritystä. Omaleimaista niille on pieni koko. Yli 80 % yrityksistä työllistää alle kymmenen henkilöä.

Taulukko 1: Varsinais-Suomen ruokaketjun toimipaikat, henkilöstö ja liikevaihto (Tilastokeskus 2015).

	Toimipaikat (kpl)	Henkilöstö (kpl)	Liikevaihto (milj. €)
Maatalous*	5 232	4 589	543
Kalastus ja vesiviljely	114	107	30
Elintarvikkeiden valmistus **	315	2 283	666
Juomien valmistus	17	213	80
Elintarvikkeiden ja juomien tukkukauppa	167	1 148	989
Elintarvikkeiden ja juomien vähittäiskauppa	511	3 098	1 154
Ravitsemistoiminta	1 185	4 381	404
YHTEENSÄ (% kaikista Varsinais-Suomen toimialoista)	7 541 (21 %)	15 821 (13 %)	3 866 (15 %)

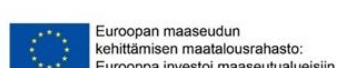
Valtakunnallinen Lähiruoka koordinaatiohanke

Lähteet: Tilastokeskus, Toimialoittainen yritystietopalvelu

* Maatalouden liikevaihto, Maa- ja metsätalousyritysten taloustilastot 2015

**Aitoja makuja tilasto 2017

Ehdottomasti isoin elintarvikealan jalostuksen toimiala oli leipomoala yritysten lukumäärässä mitattuna. Toiseksi suurimpana oli muiden elintarvikkeiden jalostus, kuten hunaja, kahvi, makeiset, kastikkeet, einekset ja kolmantena vihannesten, marjojen ja hedelmien jatkojalostus. Muutosta edelliseen tietojen päivittämiseen vuodelta 2015 oli lihajalostusyritysten lukumäärän pieneneminen, joka saattaa johtua tiukoista hygieniasäädöksistä, joita liha-alanlaitokset kohtaavat, sekä lihan kulutuksen muutoksesta.



Yhteisillä eväillä lähiruoka kasvuun Varsinais-Suomessa



Kuva 12 Elintarvikkeita jalostavat yritykset toimialoittain Varsinais-Suomessa vuonna 2017.

#Paikallisesti parasta –kuluttajaselvitys tehtiin Tall Ships Races tapahtuman yhteydessä kesällä 2017. Kyselyn avulla pystyttiin pysäyttämään tapahtumakävijöitä lähiruuan äärelle ja samalla saamaan erittäin tärkeää tietoa erilaisten kuluttajien toiveista ja ajatuksista lähiruuan suhteen. Kyselyn tuloksista tehtiin julkinen yhteenveto, joka on kaikkien hyödynnettävissä <http://vs-lähiruoka.fi/wp-content/uploads/2018/02/Paikallisesti-parasta.pdf>. Lähiruoka kiinnostaa kuluttajia. Turussa kesällä 2017 tehdyn laajan kuluttajakyselyn mukaan jopa 96 % vastaajista kertoi ylipäättänsä joskus ostavansa lähiruokaa ja heistä 87 % ostaa lähiruokaa vähintään kerran viikossa.

Kuluttajien lähiruuan hankintamotiivit

Selvitys vahvisti aikaisempien valtakunnallisten tutkimusten tuloksia lähiruuan hankinnan motiiveista. Suurin osa vastaajista, 63 %, kertoo tärkeimmäksi syyksi ostaa lähiruokaa **halun tukea paikallista yrittäjää**. Toiseksi tärkeimmäksi syyksi nousi kuluttajien **halu tietää, missä, miten ja kuka ruoan on tuottanut** (40 %). Kolmantena syynä nousi esille **lähiruuan tuoreus ja mielikuva lähiruuan pienemmästä ympäristövaikutuksesta** (33 %). Mielenkiintoista on huomata kuluttajien hankintamotiiveissa tapahtunut muutos viimeisten vuosien aikana. Kuluttajien tietoisuus omien valintojen vaikutuksesta niin ympäristöön kuin yhteiskuntaan yleisesti on kasvanut.

Kauppa ja ravintolat keskeisessä asemassa

Kuluttajälähtöisessä ruokaketjussa on tärkeää tarkastella kuluttajien toiveita, mistä he haluaisivat ostaa lähiruokaa. Tällä hetkellä suosituin lähiruuan ostopaikka on ehdottomasti kauppa. 82 % vastaajista ostaa lähiruuan kaupasta samalla kun tekevät kotitalouden muutkin ruokaostokset. Myös tulevaisuudessa vastaajat toivovat lähiruokat tuotteita löytyvän ruokakaupasta. Kehittämispäätösten suuntaaminen kaupan kanssa tehtävään yhteistyöhön on siis tärkeällä sijalla myös jatkossa esimerkiksi erilaisten kampanjoiden muodossa.

Kuluttajat toivovat jatkossa yhä enemmän pystyvänsä ostamaan paikallista ruokaa esimerkiksi ravintoloista. Tämä on mielenkiintoinen signaali koko food service –sektorille. Osataanko tätä hyödyntää markkinoinnissa tarpeeksi hyvin esimerkiksi nostamalla paikallinen ruoka ja ruoantekijät esille ruokalistoilla? Tarinat ja tekijät ruoan takana kiinnostavat asiakkaita.

Toisaalta erilaiset vaihtoehtoiset lyhyet jakelukanavat nostavat päätään. Koska suurin motivaatio ostaa lähellä tuotettua ruokaa oli halu tukea paikallista yrittäjää, heijastuu se myös ostopaikkatoiveisiin: erilaiset suoramyynnin tavat kiinnostavat 68 % vastaajista.

Kuluttajat haluavat itse osallistua ruoan tuotantoon

Erilaiset kuluttajakeskeiset liiketoimintamallit ja uudet osallistavat tavat toimia ruokaketjussa ovat jo saavuttaneet erityisesti Etelä-Suomen kaupunkikeskusten asukkaat. Kuluttajissa on herännyt kiinnostus osallistua ruoantuotantoon erilaisin tavoin. Osa syynä tähän on varmasti kuluttajien vieraantuminen ruoantuotannosta.

Kyselyn mukaan yli puolet vastaajista haluaa osallistua itse ruoan tuottamiseen (56 %). Erilaiset kuluttajakeskeiset liiketoimintamallit, kuten kumppanuusmaatalouden erilaiset muodot, monipuolistavat lähiruoan tarjontakonsepteja perinteisten jakelukanavien rinnalla ja tuovat kuluttajan vahvemmin osaksi ruokaverkostoa.

Asiakaslähtöisyyden ja markkinavuoropuhelun lisääminen ruokaketjussa

Neljäs iso teema hankkeessa oli asiakaslähtöisyyden lisääminen elintarvikealan yrityksissä niin kaupan kuin HoReCa –sektorin kanssa unohtamatta suoran kuluttajamyynnin erilaisia muotoja. Paikalliset kauppakampanjat, tukkutreffit ja monet tilaisuudet, joissa keskeisten asiakasryhmien edustajat ovat olleet paikalla, ovat edesauttaneet yritysten tuotteiden markkinoille pääsyä, markkinavolyymin kasvua ja sitä kautta yrityksen liiketoiminnan kasvua. Uudet kuluttajakeskeiset liiketoimintamallit kiinnostavat yrityksiä yhä enenevässä määrin, kuten kumppanuusmaatalous, joukkorahoitus ja erilaiset suoramyymintamallit. Hanke tekikin em. laajan kuluttajaselvityksen aiheeseen liittyen kesällä 2017 (Turun yliopiston Brahea-keskus 2017). Tämä antaa mielenkiintoisia mahdollisuuksia tulevaisuudessakin juuri Etelä-Suomen alueella toimiville mikro- ja pk-elintarvikeyrityksille.

Hankkeen järjestämien verkostoitumismatkojen, match making-, ja infotilaisuuksien avulla lisättiin HoReCa- ja kauppasektorin ammattilaisten lähiruokosaamista, esimerkiksi paikallisen tuotetarjonnan esittely, hankintakriteerit, reseptiikka, ruokapalvelutoiminnan kehittäminen. Lisäksi tiedotettiin lähiruokayrityksiä julkisten elintarvikehankintojen tarjousmenettelystä sekä yhteistyömahdollisuuksista. Tästä erinomaisena esimerkkinä toimivat Salon kaupungin ja paikallisten elintarvikealan yrittäjien markkinavuoropuhelutilaisuudet, joita hanke on ollut fasilitoimassa. Paikallisen Voimapapu –yrityksen tuotteet päätyivät mukaan Salon kaupungin elintarvikehankintoihin tämän yhteistyöaloitteen toimesta.



Euroopan maaseudun kehittämisen maatalousrahasto: Eurooppa investoi maaseutualueisiin

8 SALON SEUDUN SANOMAT | TISTAINA 31. LOKAKUUTA 2017

UUTISSET Vinkkaa uutinen: (02) 770 2314 | toimitus@sss.fi



Kuvat: Seudun Sanomat Kertteli

Vastaava koki Katja Laine (vas.) ja mausteluoskoki Armi Karvonen ottavat uunista kiehuvat pastapotkokset ja pakkaavat ne lähemmäs keskuksittöitä kouluille.

Härkäpapu pujahti Salon pääruokaan

Halikossa viljelty ja jalostettu, riittoisa ja hyvä proteiinin lähde kiinnostaa keskuksittöissä.

SIS | Kooksi Kasper-Ekstrin
arvot kaverit-selostettiin.

Salon koulussa, päiväkoti- ja muutamilla työpaikoilla ei-ten terveltä osakuntajon paasta- pottos oli kasvisruokaa mahdol- lisen laadista. Härkäpapa- he oli halikossa, launi ja porkka- nat Kikilasta.

Pastapottos on tällöin syksy- uunissa koulukokkeilla. Ra- vintopalvelusvastaava **Rakel Brück** kiinnosti terveltä- tä härkäpapasta ja lähti kehit- tämään siitä uutta ruokalajia var- sin, kun samaan aikaan halli- kaisen kasvatusta oli lähtenyt keskuksittöistä härkäpapa- tteillaan.

Kasvisruokailialla härkäpa- pu on käyty jo jonkin verran, mutta pihlavan raaka-aineena se on uusi. Pottos on ollut tästä syksystä tulla kerran ja sitä tar- joillaan vielä joulukuussa. Edet- tävällä ruokaan kuuluu ke- alitrypsin oli lähtöä. Halika- ta, mutta nyt pakkasen öhi- viedä sadon.

– Ihanaa, että se, että sa- daan mahdollisimman paljon lä- hellä kasvutusta raaka-aineet- ta. Kasvien säilytysnäissä mää- lösi on välttämätöntä, Brück sanoo.

Juurukset tulivat keskuksittö- ön kuorittuna, jossa ne pilko- tiin. Toista vaihtoehto oli ollut valmiin pakastekasvustokas.

”Kasvisruoka on hieno vaihtoehto, joka tukee koulu- ruokasuosituksia.”
Ravintopäällikkö Armi Karvonen

Hänen mielestään siksot ovat nika valmiita kasvisruokalle, mut- ta lapille turvasta kooksi ka- vinnin. Suunta on kuitenkin sel- viltä tulevaisuudessa kasvisruo- kan prosessia-keittämistä yhä enen- min hyödyksi.

Kasvisruokavaihtoehto on ol- lut kaikille oppilaille vapas- tettaessa Salon koulussa syys- lukulouden aikana. Aluksi me- nekki kasvit, nyt se on tennan- mit.

Kasvisruoka on hieno vaihto- ehto, joka tukee kouluruokasu- situksia. Tärkeintä on, että koulu- laiset oppivat syömä makuja. Ka- halus ajalla, että kasviksilla kas- vataan jotain. Kasvit on kasvit, proteiini lähe- pöytä korvata.

Eilen kasvisruoka ei ollut vaih- toehto, vaan lauan pääruoka, jo- ta valmistettiin 6:00 lauantai- aatokaalle.

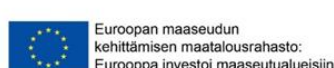
Rakel Brück kertoo pitäneen härkäpavusta raaka-aineena. Se on riittoisa ja hyvä protei- nin lähde. Siinä on meuretti, kaa- kan pähkinäinen maku, joka vaa- ti aurastuksen mauretti. Eimer- likäsi curry sopti hyvin.

Ravintomis- ja puhtaanapito- päällikkö Anu Sorvari-Step- posen mielestä puhtaanapito- vustanotto on tästä syksystä ollut ihm- lyhyt. Ennen illat vastaan- otto ylläköulussa, josta kasvi- ruokaa on enyisesti otettu.

– Uusi ruokajäi on aina otilla- tettu viihtelien. Mielien, kun pelto-ruo perustuksen tuli sikoi- man linnalle, ja lähtä siltä- llinen, että mitä ihmeitä siinä on. No, siinä oli kokeutet- neliä kompo- nentti: peruna, joulukala, ruo- kakermas ja raapustos, joka oli uusi komposentti.

Kuva 13 Salon kaupunki teki menestyksestä yhteistyötä paikallisten yritysten tuotteiden saamiseksi elintarvikehankintojen piiriin.

Lisättiin ammattikeittiösektorin ja lähiruokayrittäjien yhteistyötä mm. kokeilemalla erilaisia tutustumiskonsepteja, kuten HoReCa –sektorin ”matkat” seutukuntiin (lähiruokakierrokset). Näistä saatu palaute oli erittäin positiivista, sillä toimijoiden ymmärrys toistensa liiketoiminnasta, syistä ja seurauksista on melko ohuella pohjalla. Ammattikeittiöt ja kaupat tarvitsevat myös jatkossa tietoa ruoan tuotantoon ja jalostukseen vaikuttavista asioista sekä käyttövinkkejä suoraan raaka-aineen tuntijalta. Toisaalta lähiruokayritykset tarvitsevat tietoa ostajien toiveista liittyen tuotteen jalostustaseeseen, pakkaukseen sekä toimitustiheyteen. Yritykset ovat jatkaneet yhteistyötä verkostoitumismatkojen ja –tilaisuuksien jälkeen.



Yhteisillä eväillä lähiruoka kasvuun Varsinais-Suomessa

5. Esitykset jatkotoimenpiteiksi

Ohjelmakauden loppupuolella tulee olemaan selkeä tarve panostaa voimakkaasti varsinaissuomalaisten elintarvikealan yritysten tukemiseen tiedonvälityksen keinoin jo toimivaksi todetulla yhteistyöfoorumilla, jossa seutukuntien rooli on keskeisessä asemassa yhdessä maakunnallisen koordinaation kanssa. Keskeistä tulee olemaan varsinaissuomalaisten mikro- ja pk-elintarvikeyritysten kilpailukyvyyn parantaminen. Uuden liiketoiminnan synnyttäminen esimerkiksi erilaisten teknologioiden ja digitaalisten ratkaisujen käyttöönoton lisäämisessä toisi selkeän kilpailuedun varsinaissuomalaisille elintarvikealan yrityksille. Lisäksi, jo nyt saadut positiiviset tulokset matkailusektorin kanssa tehtävästä yhteistyöstä kannustavat jatkamaan yhteistyön tekemistä myös jatkossa vieläkin laajemmassa yhteistyöverkostossa. Lopuksi kuluttajien kasvava kiinnostus ruokaa ja sen alkuperää kohtaan erilaisissa myynti- ja markkinointikanavissa on positiivinen kehitys paikallisen ruoan arvoketjujen kehittämisessä. Ruokasektorin kehittämispanostuksia tulisikin suunnata asiakasvuoropuhelun roolia korostaen niin vähittäiskaupan, food service –sektorin kuin erilaisten kuluttajälähtöisten liiketoimintamallienkin näkökulmasta.

6. Allekirjoittajat ja päiväys

projektipäällikkö
Johanna Mattila
Turun yliopiston Brahea-keskus



Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutualueisiin

Yhteisillä eväillä lähiruoka kasvuun Varsinais-Suomessa