

ALKUPALOJA

Nimisuojusta kilpailukykyä käynnistyi



Nimisuojaus on keino erilaista elintarvikkeita ja mahdollisuus saada kotimaassa tuotettujen elintarvikkeiden lisäarvo jäämään Suomeen. Tämä laatujärjestelmä on Suomessa suhteellisen huonosti tunnettu, vaikka monet järjestelmään kuuluvat tuotteet kuten Champagne, Feta-juusto ja Lapin pulkula ovatkin tunnettuja.

Nimisuojusta kilpailukykyä 2015–2016 -hankkeessa tuodaan koordinoitusti esille suomalaisia nimisuojustuotteita. Tällä hetkellä tuotteita on kymmenen: Lapin Pulkula, Lapin Poron liha, Lapin Poron kuivallia, Lapin Poron kylmäsavuliha, Kitkan viisas, Kainuun Rönttönen, Puruveden muikku, Sahti, Kalakukko ja Karjalanpirakka.

Hankkeessa laaditaan muun muassa ohjeistus-

ta merkien käyttöön, kun nimisuojustuote on yksi elintarvikkeen ainesosa tai osa ravintolan menua. Nimisuojustuotteita tuottavien ja valmistavien toimijoiden tietoja kootaan ammatikeittä- ja matkailusektorin toimintaympäristöön soveltuvaan muotoon Altojamakuja.fi-sivustolla.

Maa- ja metsätalousministeriö rahoittaa osittain hanketta *Kansallinen ruokaketjun kehittäminen* -määrärahoista. Vastuullinen toteuttaja on Helsingin yliopiston Ruraila-instituutti. Lisäksi hanketta toteuttaa ja tukea saavat Turun yliopiston Brahea-keskus, Hämeen ammattikorkeakoulu, Jyväskylän ammattikorkeakoulu, Paikkuntain yhdistys, ProAgria Pohjois-Karjala ry, Kerimäen Kalatalo ja Suomen Kaurayhdistys ry. ■

Vital Selfie – uusia ratkaisuja kuluttajan tarpeisiin



digitaalista ympäristöä hyödyntäviä konsepteja. Näiden avulla suomalaiset yritykset voivat kehittää edelleen elinvoimaa ja vireyttä tukevia tuotteita, tuoteperheitä ja palveluja.

Uusia liiketoimintatietoja ja konsepteja rakennetaan yhdistämällä tutkimustietoa kuluttajakäyttäytymisestä, ravitsemuksesta, digitaalisista työkaluista ja liiketoiminnasta tietoon elintarvikketun jakelusta, viestinnästä ja palveluiden käytännöistä sekä reunaehdoista Suomessa ja kansainvälisesti.

Hanke yhdistää VTT:n, Aalto-yliopiston ja Itä-Suomen yliopiston eri tieteenalojen osaamista, ja siinä on aktiivisesti mukana myös joukko suomalaisia elintarvikketun toimijoita.

Tekesin *Filiiksestä fyrikkaa* -ohjelmassa on käynnistynyt kolmivuotinen tutkimushanke Vital Selfie, jossa tavoitteena on luoda elintarvikkeelle uusia,

Hankkeessa tutkitaan digitaalisen luomia mahdollisuuksia kuluttajan arvonmuodostuksessa, mutta myös yritysten ja yritysverkostojen liiketoimintamallien kannalta. Hanke lähtee liikkeelle keskeisten kuluttajaryhmien tunnistamisesta sekä kuluttajien merkitys- ja motiivirakenteiden ymmärtämisestä omaehtoisuuden lisäämisessä.

Kuluttajatiedon perusteella kehitetään uusia, ravitsemuksellisesti perustelluja konsepteja (mm. tuoteperheitä, mobiilipalveluja ja viestintämalleja), joissa yksittäiset hyödyt yhdistyvät merkitykselliseksi kokonaisuuksiksi. Lisäksi suunnitellaan uusia jakelutapoja. Digitaalisten teknologioiden avulla kehitetään ympäristöjä ja palveluja, joissa omaa hyvinvointia edistävän valinnan tekeminen olisi helppoa, itsestään selvää ja lisäarvollista. ■

Syö hyvää -mobiilisovellus tukee ruokavalintoja

Kuluttajaliiton *Syö hyvää* -hanke julkaisi huhtikuussa elintarvikkeiden tuotevertailusovelluksen mobiililaitteille. Sen avulla kuluttaja voi helposti ja nopeasti vertailla eri tuotteiden ravintosisältöjä esimerkiksi ollessaan kaupassa. Sovelluksen tiedot on kerätty *Syö hyvää* -hankkeen tuotevertailusivuilta.

Kuluttajaliitto haluaa luoda mahdollisimman kattavan palvelun kuluttajien ruokavalintojen tueksi ja kerää jatkuvasti uusien tuotteiden tietoja tuotevertailusivulle. Liitto haastaa yhteiskuntavastuusta kiinnostuneet elintarvikkeirytykset toimittamaan tuotteidensa tiedot tuotevertailusivulle. Tuotteita voi toimittaa osoitteeseen syohyvaa(at)kuluttajaliitto.fi.

Maksuton *Syö hyvää* -sovellus on ladattavissa iOS- ja Android -puhelimille sovelluskaupoista.

Kemian palkinnot Vornamolle ja Laitiselle

Kemian seurojen palkinnon saanut **Hannu Vornamo** on tehnyt pitkän uran Työterveyslaitoksen ja Kansanterveyslaitoksen tutkijana, ministeriön virkamiehenä, Kemira Oy:n johtajana ja Kemianteollisuus ry:n toimitusjohtajana. Hänellä on lukuisia luottamustehtäviä sekä kotimaassa että ulkomailla. Kemian-lehden päätoimittaja ja Kemipulssi Oy:n toimitusjohtaja **Leena Laitinen** on puolestaan saanut *Kemian hyväksi* -palkinnon. ■

Nimisuojattuja tuotteita valmistavia yrityksiä kootaan nyt aitojamakuja.fi -sivustolle

EU:n nimisuojaajärjestelmän puitteissa elintarvikkeiden nimiä voidaan suojata alkuperänimityksinä (SAN), maantieteellisinä merkintöinä (SMM) tai aitoina, perinteisinä tuotteina (APT). Suojauksen tavoitteena on edistää monipuolista maataloustuotantoa, suojata tuotennimiä vääärinkäytöltä ja jäljittelyltä sekä antaa kuluttajille tietoa tuotteen erikoisuudesta (EU 1151/2012).

Suomella on tällä hetkellä EU:n nimisuojaajärjestelmässä maataloustuotteiden ja elintarvikkeiden osalta 10 tuotetta liha-, kala-, leipomo- ja kasvistuoteryhmissä:

- Lapin Puikula (SAN)
- Lapin Poron liha (SAN)
- Lapin Poron kuivalliha (SAN)
- Lapin Poron kylmäsavuliha (SAN)
- Kitkan viisas (SAN)
- Kainuun Rönttönen (SMM)
- Puruveden muijku (SMM)
- Sahti (APT)
- Kalakukko (APT)
- Karjalanpiirakka (APT)

Osana nimisuojaajärjestelmän tuotteiden menekin edistämistä ja kuluttajatyötä nimisuojaatuotteita tuottavia toimijoita ja yrityksiä kootaan nyt valtakunnalliselle aitojamakuja.fi-sivustolle oman hakuvälittimen alle. Koko Suomen kattavalla aitojamakuja.fi-sivustolla esittäytyvät paikalliset lähi- ja luomuruoan yritykset ja tällä hetkellä sivustolla on noin 2000 yrityksen tiedot. Aitojamakuja.fi-sivusto on luonteva väylä lisätä nimisuojaatuotteiden valtakunnallista tunnettua.

Jos tuotat tai valmistat jotakin näistä nimisuojaatuotteista, otathan yhteyttä Mervi Louhivaaraan, mervi.louhivaara@utu.fi, puh. 0400 260 390 mieluumasti 1.6.2015 mennessä niin lisään yrityksesi sivustolle!

Nimisuojaajärjestelmän kilpailukykyä -hanketta hallinnoi Helsingin yliopiston Ruralia-instituutti. Hankepartnerneina toimivat Turun yliopiston Brahea-keskus, Hämeen ammattikorkeakoulu, Jyväskylän ammattikorkeakoulu, Paliskuntain yhdistys, ProAgria Pohjois-Karjala, Kerimäen kalatalo ja Suomen Kaurayhdistys ry. Hanketta osarahoittaa maa- ja metsätalousministeriö (Ruokaketjun toiminnan edistäminen).



Seudullisia kehittämissyhtiöitä tarvitaan

Seudullisten yrityspalvelujen keskittäminen uhkaksi maaseudun yritysten jäävän valille palveluita. Maaseudun elinkeinot ja osaaminen -verkosto MESI tuo lausunnossaan esiin verkostomaisesti toimivan seudullisen yrityspalvelun hyvää puolta.

Elinkeinoministeri Jan Vapaavuori käynnisti maaliskuussa selvityksen seudullisten kehittämissyhtiöiden roolista työ- ja elinkeinopolitiikassa. MESI-verkosto toteaa työ- ja elinkeinoministeriölle toimittamassaan lausunnossa maaseudun olevan tärkeää yritystoiminnan aluetta. Yrityksistä kaksi viidesosa sijaitsee maaseutualueilla. Asukasta kohden yritysten toimipaikkoja on maaseudulla keskimäärin enemmän kuin kaupungeissa, mutta yritystoiminta on kaupungeihin verrattuna pienimuotoisempaa.

Lue lisää: http://www.maaseutupolitiikka.fi/ajankohtaista/ajankohtaista/seudullisia_kehittämissyhtiöitä_tarvitaan_jatkossakin.2819.blog

Poronlihan nimisuoja jäänyt

- EU alkaa sotia nimisuoja-merkillä ruokaväärennöksiä ja bulkkituotantoa vastaan.
- Ravintolat moittivat merkkiä tuntemattomaksi ja käyttöohjeita vaikeiksi.

LOGOT

Kolme suojausta



● **SUOJATTU ALKUPERÄINEN TUOTE (DOP):** Tuotettu, jalostettu ja käsitelty tietyllä alueella, ja laatu ja ominaisuudet johtuvat olennaisesti tuosta alueesta.

● Kitan viljas (milkku), Lapin Poron liha, Lapin Poron kuivailiha, Lapin Poron kylmisavuliha, Lapin Puikula (peruna)

● Esim. Feta-juusto (Kreikka), Roquefort-juusto (Ranska), Prosciutto di Parma (Parman kinkku, Italia)



● **SUOJATTU MAANTUOTTEELLINEN MERKKI (PGI):** Tuotantovaiheista ainakin yksi tapahtuu tietyllä alueella. Laatu, maine tai muu ominaisuus johtuu pääosin maantieteellisestä alkuperästä.

● Kalnan römpöinen (marjapensas), Pu ruveden milkku

● Esim. Navarran parsa (Espanja), Lyypekin marsipaani (Saksa)



● **AITO PERINTEINEN TUOTE (TSG):** Suojaa perinteisen valmistusmenetelmän, koostumuksen ja raaka-aineet.

● Sahri, karjalainpirreä, kala-kukko

● Esim. mozzarella-juusto, falu-ninmekkara (Falukorv)

Tila Hespakangas

● Lapin Poron liha sai EU:n nimisuojan kuusi vuotta sitten. Hieno juttu, mutta mitä se toi? –Silloin, kun nimisuoja saatiin, lähti heti Palkkuntain yhdistykselle viestiä, että sitä pitää markkinoida, sanoo Delporon toimitusjohtaja Matti Vanhanen. Delporo on yksi harvoista lappilaisen poronlihan myyjistä, jotka käyttävät SAN-merkkiä. Markkinoinnissa käyttö on vähäistä, mutta asiakkaalle lähtevässä lihapaketissa siitä kerrotaan. Se on kuin piste i:n päälle laadun takeena.

–Se ei ole samalla tavalla tunnettu merkki kuin joutsenlippu, joten sen arvo ei ole kovin hyvä, Vanhanen arvioi.

LAPPILAISELLE poronlihalle kolme eri nimisuoja puuhannut Matti Särkelä Palkkuntain yhdistyksestä on samaa mieltä. Hän muokkaa viranomais tiedotus keskittyy nimisuojan hakemiseen.

Särkelä pahoittelee, että suojattuja tuotteita eli lappilaisia poronlihas, Kitkan milkkuja ja Lapin puikulaa myydään ravintoloissa tavallisena ruokana.

–Ravintoloista on sanottu, että he tarvitsisivat ohjeita, miten merkkiä voi käyttää.

Rovaniemäläinen keittiömasteri Tero Mäntykangas näkee, että merkit pitäisi saada kansan tietoisuuteen.

–Nimisuoja on Suomessa aika uusi asia, niin kuin loppujen lopuksi gastronomiakin, hän pohtii. Lapin keittiömasterien puheenjohtaja Petri Selander katsoo asiaa myös käytännöllisemmin: ruokailijan pitää olla helposti luettava ja selkokielinen.

Huoli on aiheellinen. EU-komission tiedonannossa esitetään, että ”roquefort-pitsa (SAN)” on harhaanjohtava nimitys, koska nimisuoja koskee vain roquefort-juustoa. Hyväksyttävämpi on ”SAN-nimisuojan saanut roquefort-juustoa sisältävä pitsa”.

–Siinä menee äkkiä mielenkiinto, jos ruokailijasta pitää lukea kuin novellia, Selander sanoo.

Myös itse merkin käytössä pitää olla tarkka. Asiakasta ei saa johtaa harhaan. Selander uskoo nimisuoja-merkkien yleistyvän, mutta toistaiseksi ravintolan on helpompaa olla käyttämättä merkkiä kuin perehtyä sen oikeanlaiseen käyttöön.

TOIVE paremmasta ohjeistuksesta toteutuu pian, lupaa Helsinki-



TUOTTEEN LAPIN poron liha takaa, että liha on peräisin Suomen poronhoitoalueella syntyneistä ja kasvatetuista poroista

gin yliopiston Ruralia-instituutin erikoissuunnittelija Marjo Särkkä-Tirkkonen. Hän työskentelee nimisuojan käyttöä edistävissä hankkeissa.

–Kun ei sitä kukaan muu tee, meidän on tehtävä.

Särkkä-Tirkkosen mukaan ni-

”Siinä menee äkkiä mielenkiinto, jos ruokailijasta pitää lukea kuin novellia.”

PETRI SELANDER
Lapin keittiömasterien pj.

”Olen nähnyt patentin täysin synteettisestä mustikasta. Siinä on tärkeä kely, johon on pantu makuaineet, väri, makeus ja vielä flavonoiditkin!”

MARJO SÄRKKÄ-TIRKKONEN
Ruralia-instituutti



MATTI Vanhanen Delporo on yksi harvoista lappilaisen poronlihan myyjistä, jotka käyttävät SAN-merkkiä.

OLLI HETTIMÄNEN

nisuoja jäänyt vähälle käytölle



JUSSI LEINONEN

ron liha tekee, että liha on peräisin Suomen poronhoitoalueella syntyneistä ja kasvaneista poroista

ja että liha on halkattu ja pakattu samalla alueella. Ravintoloissa nimisuoja-merkinä hyödynnetään harvoin.

s-instituutia Marjo Särkkyöskentelee i edistävissä

ian muu tee, i mukaan ni-

nisuojaa pitää alkaa edistää Suomessa, sillä EU on nostamassa vuosittaisia maataloustuotteiden menekinedistämisrahoitusta 60 miljoonasta eurosta 200 miljoonaan euroon ja nimisuojailla on siinä tärkeä rooli.

Nimisuoja-merkin tunnistaa keskimäärin 15 prosenttia EU-väestöstä. Särkkö-Tirkkonen arvioi, että Suomessa tunnistus on alle 10 prosenttia ja esimerkiksi Italiassa yli 20. Kun EU lisää kampanjointiaan, luvut nousevat.

– Yrittäjiltä on jo tullut viestiä, että matkailijat tunnistavat merkin. Ja ei ole huolta, vaikka eivät tunnistaisikaan, sillä se tarkoittaa, että meillä on aikaa reagoida. Nimisuojaalla on merkitystä myös EU:n ulkopuolella, missä

massatuotanto painostaa Unionia sekä idästä että lännestä.

– Ja sitten tähän liittyy se, että ruokaväärengosten määrä kasvaa. Siksi tuotteet, joiden alkuperä tiedetään varmasti, tulevat tärkeimmiksi.

Myös aitous on valttia.

– Olen nähnyt patentin täysin synteettisestä mustikasta. Siinä on tarkkelystä, johon on pantu makuaaineet, väri, makuus ja vielä flavonoiditkin! Särkkö-Tirkkonen kertoo.

ikkää 35 ää ellia.”

len pi.

afentini sestä iä on tärkeä pantu i, makuus ditkin!”

KONEN



OLLI MIETTUENEN

MATTI Vanhasen Delliporo on yksi harvoista lappilaisista poronlihan myyjistä, jotka käyttävät SAN-merkkiä.

Hei maailma, meillä on turvallista syödä!

KOMMENTTI

Tiia Haapakangas
@lapinkansa.fi



Kertaakaan en ole kaupan pottulaarin äärellä katsonut, onko pulkkopussissani SAN-merkkintä. Sen olen tarkistanut, että potut ovat varmasti Lappista, sillä pakkausmerkinnät voivat johtaa harhaan.

Kun lappilaisena ostan lappilaisia pottuja tai lappilaisia poronlihaa, ei ole väliä, onko pakettissa Brysseli-

sä suunniteltu aurinko-merkki vai ei. Ostan niitä vain ja ainoastaan siksi, että haluan syödä lappilaisia pottuja ja lappilaisia poroa.

Mutta miten on maailmalla? Kun ostan Suomessa Kanarian tomaatteja, en mieltä pätäkääkään, ovatko ne Gran Canarialta vai Fuerteventuralta. Ja sama toisin päin, tuskin Euroopan sydämessä on väliä, onko ruoan alkukoti Lappi vai Norrbotten.

Mutta sillä voi olla merkitystä, että ruoka tulee tiukkojen turvallisuusääntöjen Pohjoismaista. Silloin on tärkeä erottua edukseen

ruokamarkkinoilla, joissa maltoon lisätään melamiinia ja lihaan ruutataan antibiootteja – ja jossa pakastettu kala tehdään tuoreeksi vetyperoksidilla.

SAN-merkinä on hyvä alku, sillä se takaa tuotteen alkuperän ja tukee paikallista kulttuuria. Sen rinnalle jokin muukin brändi olisi tarpeen.

Vol olla merkitystä, että ruoka tulee tiukkojen turvallisuusääntöjen Pohjoismaista.

Maanantaina 24.8.2015

Asiakaspalvelu: 0203 31000 * HS.fi/Asiakaspalvelu Jakelupäivystys: 0203 31005 *

HS

AURINKOINEN SÄÄ JATKUU ALKUVIIKON

Viikonlopuksi lämpötilat laskevat.
Myös sateet ovat todennäköisiä.

► Kotimaa A 14



Karjalampiirakka on yksi kymmenestä suomalaistuotteesta, jolla jo on EU:n nimisuoja. Turkkilainen Sinem Yesilyurt maistoi karjalampiirakkaa Senaatintorilla. Hän piti mausta.

Suomi tähtää herkuillaan maailmanvalloitukseen

Suomi haluaa viedä perinneherkkujaan maailmalle EU:n nimisuojausten avulla. Nyt suojaus on kymmenellä suomalaistuotteella.

Jatkossa suojaa haetaan todennäköisesti esimerkiksi mustikalle ja kauralle. Suoja voi nostaa tuotteen hintaa merkittävästi. ► Uutiset A 6-A 7

Uskonnon oppikirjat eivät huomioi erilaisuutta

USKONNON oppikirjoja vaivaa pyhäkoulumaisuus, sanoo uskonnonopetukseen perehtynyt uskonnon didaktiikan professori Arto Kallioniemi Helsingin yliopistosta. ► Kotimaa A 11



Professori Arto Kallioniemi arvostelee oppimateriaalia.

Hennalan varuskunnan alue saa uutta elämää

ENTINEN Hennalan varuskunta-alue Lahdessa kiinnostaa luovia yrittäjiä ja asukkaista. Kuukauden kuluessa myyntiin tulevat viimeiset pienet rakennukset. ► Kotimaa A 8

Virolainen vainon uhri kohtasi piinaajansa

KOHTAAMINEN oli jättävä, kun vankileirille Neuvostoliitossa lähetetty virolaismies törmäsi kuulustelijaansa vuosikymmenten jälkeen. ► Ulkomaat A 22-A 23

Hyötystä ja turvaa nimisuoja- järjestelmästä

Eurooppalainen nimisuojajärjestelmä on Suomessa toistaiseksi heikosti hyödynnetty. Vain reiluksi alle puoli prosentista nimisuojaetuista tuotteista on suomalaisia. Järjestelmään kuuluva mielen tarjoaja etujä, kuten etäyöntäsemmen menekin edistämistä keinoja jaetaan. Siksi järjestelmään kannattaisi perehtyä myös meillä Suomessa.

EUn nimisuoja-merkki takaa tuotteen laadun ja turvaa. Nimisuojajärjestelmän alaiset tuotteet ovat turvassa nimen väärinkäytöltä ja näkemättä väärinmakuista. Käytännössä nimisuojajärjestelmä tuo tuottajalle sitä lisäarvoa. Nimisuoja-merkki yleistää tuotteita, jotka ovat perinteisesti heikosti tunnettuja ja vahvistaa niiden tunnettuutta ja vahvistaa tuottajien taloudellista tilaa. Kulttuurille valmistusmenetelmät ja alustat ovat heikkoja. Euroopan laajuinen maataloustuotteiden ja eläintuotteen nimisuoja on ollut voimassa vuodesta 1992. Alkuperäisyyden osalta maantieteellisen alkuperän liittyvät laajuiset nimet ovat huomattavasti vanhempia ja ovat olleetkin käytössä.

Nimisuojajärjestelmä on käytännössä laajuisjärjestelmä, joka koostuu neljästä eri osasta. Yhteensä Euroopassa on tuotettu lähes 3400. Maataloustuotteista ja eläintuotteista on noin 1300 tuotetta, välellä alkuperäisyyden 350, viineistä 1750 ja maustetuista viinimuutosesta viisi eri tuotetta.

– Suomalaisia tuotteita on rekisteröity ainiaan 12. Joulu 10 on elintarvikkeita ja 2. lokakuuta alkuperäisyyden, kertaa nimisuoja-asiainluokkia. Marjoja Saksan-Tiiriksen Heikkinen Jyväskylän Ruutala-Heikkinen, Midora on kuitenkin suurin Pohjoismaissa.

EUn nimisuoja on laajuisjärjestelmä, joka on keino erilaista ja suojata immateriaalioikeuksia. Se on myös merkkinimi ja promootioväline, jolla voidaan tuoda esiin tietyn alueen tuotteita ja raaka-ainetta.

– Järjestelmä sopii Suomen profiloituneeseen pohjoiseen tuotantolohkoon. Arvoa ja erilaista eristää muualla maailmalla ja on välttämättä. Järjestelmän hyödyt ovat kuitenkin erittäin korkeat, koska nimisuoja-merkit ovat mukana voimakas ja osittain merkittävissä ja niille voi haluta joko sääntöjä, tai kolmannen osapuolen suostuttua EUn merkintä- ja rekisteröintimenetelmään.



Maarja Tiiriksen ja Marjo Saksan-Tiiriksen kummit nimisuojajärjestelmästä Heikkinen Suomessa (kuva Birgitta Portanen).



Fotokuva on valmistajan ohjeiden mukaan (kuva Hilla Martikainen).

EUn merkintä- ja rekisteröintimenetelmässä nimisuoja-merkit ovat erityisluokkaa.

– Jos esimerkiksi keltomunakalasta tuotteen EUn alueella, mistä ei saa käyttää Champagnerin nimeä. Koska nimien käyttöä on ohjeistettu, nimien käyttöä on ohjeistettu tuotetuilla tuotteilla.

Työn alla Suomessa on ollut heikosti muistan nimisuoja-merkit.

– Maatutustuotteet ovat erittäin suositulta maastolta, mikä suojaa merkinnällä liikkuu myös tuotevalikoimissa. Maatutustuotteet (alkuperäisyys) myyden näin, perustamusta (alkuperäisyys), mutta myös muista maastoista tehdyt väärinkäytöt tuotteen on lähtenyt. Nimisuoja-merkit eivät ole helpoitusta ja tiedon muuttamiseen.

Suomessa on edelleen paljon tuotteita ja raaka-ainetta, jolle ei ole hakua nimisuoja-merkit. Tämä on merkittävä haaste, jolle on suositeltavaa käyttää tuotteen nimeä tai suomenkielisiä sanoja, jotta tuotteen nimi on helposti tunnistettävissä.

– EUn-alueella on mahdollista keuhkokuumeen siirtä, että myös muuten kuin elintarvikkeita voi suojata. Esimerkiksi suomenkielinen viilileikki voi olla tuotteen nimi, jolloin sen viilileikkiä tuotteen on lähtenyt. Hyvä malli olisi olla olemassa Saksanin lampaan lihassa ja villassa.

Saksan-Tiiriksen kertoo, että nimisuoja-merkit on muutamia etuja.

– Nimisuoja-merkit on oltava mukana myös, vaan valmistusmenetelmän on oltava mukana myös yritykset. Heikkinen voi olla myös yhdistys, mutta

Suomen nimisuoja-merkit:

- Lapin Poron kyynäsavullia
- Lapin Poron kiviä
- Lapin Poron liha
- Kittkan viivas
- Lapin Purikuta
- Purruuden maittu
- Kainuun rontonen
- Sahit
- Karijalampiikka
- Kaialukko
- Suomalainen maito- ja hedelmäliikkeitä /Finsk bär/fruktliker, Finnish Berry/Fruit liqueur
- Suomalainen vodka /Finsk vodka/Vodka of Finland

Nimisuojajärjestelmästä on kolme erilaista suojaustapaa:

Suojattu alkuperänimitys (SAN) -nimisuojauksen saanut tuote on tuotettu, jalostettu ja käsitelty tietyllä maantieteellisellä alueella. Sen laatu ja ominaisuudet johtuvat olennaisesti kyseisestä maantieteellisestä alueesta luontoihin ja inhimillisiin tekijöihin.

Suojattu maantieteellinen merkintä (SMM) -nimisuojauksen saaneen tuotteen tuotantovaiheista ainakin yksi tapahtuu tietyllä maantieteellisellä alueella. Tällaisen tuotteen tyyli laatu, maku tai muu ominaisuus johtuu pääosin sen maantieteellisestä alkuperästä.

Aito perinteinen tuote (APT) -nimitys suojaaa tuotteen perinteisen valmistusmenetelmän, koostumuksen ja perinteisesti käytetty raaka-ainet. APT- tuotteen tuotantoluoketta ei määritellä, mutta tuote on aina valmistettava rekisteröidyn valmistusmenetelmän mukaisesti.



Lähde: Savo 21.1.2016

ijarinnaiselle lotonta vankeutta

nut pieksä- äismies luovutusuhdetta neelle naiselle kaiken.

nkkyinen

mpminen nainen sai i petoksesta kovan tuokvikkona Etelä-Savon seudessa. Nainen tuolentoista vuoden ehan vankeuteen.

aistuksen koventamisa on li se, että nainen oli nyt vastaaviin rikoksiin i aiemmin.

ssartaja sai alkunsa Piek-ä joulukuussa 2014, kun oli ehtinyt suorittaa vain uuden edellisestä petokomittua yhdyskuntapal- . Petoksen uhriksi joutui ääkeläinen mies, johon tutustui deitripalstalle ansa ilmoituksen kaut-; onsi yhteyttä tekijään. isnutuaan mieheen nai- toi ymmärtää valheelli-ä halusi parisuhteeseen i kanssa. Tämän jälkeen hdytti mielestä luovutta-ahdellatoista eri tilisii-iteensä 78249 euroa.

Mies kertoi oikeudelle joutu-neensa petoksen vuoksi puil-le pajaille. Oikeudessa ilmeni, että naisen huijaamat rahat oli-vat käytännössä miehen koko omaisuus.

Mies kertoi naisen keksineen perättömiä tarinoita rahantar-peestaan kerta toisensa jälkeen. Tehdyt tilisiirrot tapahtuivat va-jaan kolmen kuukauden aikana 1.12.2014–17.2.2015.

Puolentoista vuoden vanki-latuomion lisäksi nainen velvoitetiin korvaamaan petoksella huijaamansa rahat miehelle ta-kaisin korkojen kera.

Syyttäjä halusi petostuomi-on koventamisperustein, kos-ka nainen oli syyttäjän mielestä aiemmalla rikollisella toiminnallaan osoittanut ilmeistä püt-taamattomuutta lakia kohtaan.

Nainen tunnusti törkeän pe-toksen oikeudessa, mutta vas-tusti koventamisperustetta. Hän kertoi oikeudelle olevansa kah-den alaikäisen lapsen yksinhuol-taja, mutta käräjäoikeus katsoi, ettei tällä ole merkitystä seura-a-musta määrättäessä.

Tuomion pituus oli ilman ko-ventamisperustetta vuosi ja kaksi kuukautta ehdotonta vankeutta. Koventaminen pidenesi siis tuo-miota neljällä kuukaudella.

Merkissä ei ole aitoja karjalanpiirakoita

Posti



Postin rikkomys karjalanpiirakasta. Asiantuntijoiden mielestä kuvassa on riisipiirakka.

Särkkä-Tirkkonen on maa- ja metsätalousministeriön nimi-suojatöryhmän jäsen ja nimisuojauslaitoksen johtaja Suomessa. Näistä tuotteista yksi on karjalanpiirakka.

–Tarkat kuluttajat ovat huo-manneet, että kyseessä on sel-läinen teollinen piirakka, joka ei täytä nimisuojakriteerejä. Teol-lisia valmispiirakoita nimitetäänkin tästä syystä riisipiira-koiksi, perunapiirakoiksi ja niin edelleen. Nimisuojaassa on kyse eurooppalaisesta laatujärjes-telmästä, joka velvoittaa valvo-maan nimien oikeellista käyttöä.

Tirkkonen sanoo asiassa ole-van aihetta keskusteluun.

–Tällaiset aidot ja alkuperäi-set suomalaiset tuotteet nostat-tavat tunnepitoisia reaktioita, mikä minusta on sinänsä ihan hyvä juttu!

joita valmistetaan teollisessa mittakaavassa lähinnä Pohjois-Karjalan leipomoissa. Etelä-Sa-vossa ne tehdään yleensä käsin, Helsingin yliopiston Ruralia-instituutin asiantuntija **Marjo Särkkä-Tirkkonen** Mikkeli-

–Jos Posti olisi menettänyt oi-kein, piirakka olisi pitänyt nime-tä riisipiirakaksi tai käyttää ku- vassa aitoa karjalanpiirakkaa,

RENGAS CENTER
TALVIRENKKAIDEN LOPPUMYNTI
Osta nyt halvalla!

irvrmä etsii

sa Hänninen (kesk.), Jaakko

PERUSPÄIVÄRAHA

705 e/kk +lapsikorotus 114-215 e/kk

ANSIOSIDONNAINEN PÄIVÄRAHA
500 pv**

keskimäärin 1 464 e/kk

TYÖTTÖMYYS TURVAETUUDEN SAAMINEN EDELLYTTÄÄ

- työttömäksi ilmoittautuminen
- kokopäivätyön hakemista
- työssäoloehdon täyttämistä (peruspäiväraha ja ansiopäiväraha)
- * kassan jäsenyyttä (ansiopäiväraha)



Työllistymistä edistävistä palveluista maksettavaa korotettua ansio-osaa alennettaiisiin.

Pitkän työuran jälkeen maksettavista korotusosista luovuttaiisiin.

Jani Kaunisto, Mia Ylisuuri

markustajat
HKL:n kalustopäällikkö Olli-

esimerkiksi jääkeestävyydessä,
kertoo HKL:n toimitusjohtaja

nuuna neljältä eri alkakandehta
LM-Häsa

MISTÄ KYSYMS

Hämeen Sanomat 27.1.2016

Monelleko elintarvikkeelle haetaan EU:n nimisuojaaja?

Maria Kalifokoski

Kymäsavustetulle ja keryyesti suolarulle Suovas-poronihalalle haetaan EU:n nimisuojaaja. Sitä haake saamelaiisten oikeuksia puolustava Suoma Boaz-osamidd Searvi, ja hakemus on yhteinen Ruotsin ja Norjan kanssa.

Maataloustuotteiden ja elintarvikkeiden nimisuojaus on ollut mahdollista vuodesta 1993.

Suomessa sen on saanut kymmenen tuotetta. Niinin kuuluvat esimerkiksi Lapin Poron liha, Lapin puikula, Kaimunan rönttönen, sahti ja karjalanpiirakka.

Montako nimisuojaajakemusta on käsittelessä, hankekehittäjä Piritta Sokura Maaseutuvirastosta?

-Kaksi Suovas on kansallisessa käsittelessä. Suomalaisista tuotteikka koskeva Arktiset Aromityn hakemus pitää vielä tutkia, ettei asialle ole esteitä. Lisää hakemuksia on varmaan tulossa, sillä Nimisuojaaja kilpailukykyä -hankkeesta on haettu apua.

Kuinka moni hakemus hyätään?

-Niitä ei ole merkittävästi. Hakemuksia ei ole tullut paljon käsitteelyyn.

Kauanko hakemuksen käsitely kestää?

-Voi mennä kaksi vuotta tai ylikin. Se riippuu tuotteesta ja siitä, tulee ko vastaväitteitä.

Kuka voi esittää hakemuksessa mielipiteensä?

-Kansallisessa vastaväite mennelele Suomessa olevat rahat, jolta asia koskee. Komissiossa muut EU-maat voivat esittää vastaväitteen.

-Sen voi esittää, jos joku rahoteksi samalla nimellä tuotetta. Nimen taustalla on tuotantomeneelmä, raaka-aine tai maantieteellinen alue.

Suomi on saanut kymmenelle tuotteelle nimisuojaajan. Onko se vähän?

-Evelä-Euroopan maissa on useita satoja tuotteita, ja Pohjoisimaissa on vähemmän. Suomalaisella on kuitenkin nimisuojaajan saaneita tuotteita enemmän kuin esimerkiksi Ruotsissa.

Mistä ero johtuu?

-Vaikaa sanaa. Ehkä meidänkin pitäisi olla ylipämpiä tuotteitamme. Ehkä merkitä ei ole tunnnettukaan hyvin.

Miksi Suovakselle kannattaa hankkia nimisuojaaja?

-Tuote liittyy kiinteästi saamelaiskulttuuriin. Suomessa turisti voi tunnistaa nimisuojaajamerkin, joka on tae laadusta ja alkuperästä. Viennissä nimisuojaajatuotteesta saa keskimäärin 1,7 kertaa paremman hinnan, mutta niitä ei ole Suomesta paljon viety ulkomaille.

Mille Suomessa saatetaan seuraavaksi haake nimisuojaaja, erikoissuunnittelija Marjo Särkkä-Tirkkonen Ruvaliainstituutista?

-Nyrt metitään ensi kertaa vientimahdollisuuksia. Niitä voi löytää kaurasta, mustikasista tai vaikkapa saunapavilkin kusta. Nimisuojaajan on saanut jo kaksi suomalaista luonnontuotetta, Kitkan viisas ja Puruvuden muikka. Tällä logiikalla ehdolle voisi laittaa jonkin luonnontuotteen, viljan tai sienen kuten herkkuratin. LM-Häsa

Monelleko elintarvikkeelle haetaan EU:n nimisuojaaja?

KYSYIMME

MARIA KALLIOKOSKI

Kylynäsvustetulle ja kevyesti suolatulle Suovas-poronihalalle haetaan EU:n nimisuojaaja. Sitä hakee saamelaiden oikeuksia puolustava Suoma Boazosámiid Searvi, ja hakemus on yhteinen Ruotsin ja Norjan kanssa.

Maataloustuotteiden ja elintarvikkeiden nimisuojaus on ollut mahdollista vuodesta 1993.

Suomessa sen on saanut kymmenen tuotetta. Niihin kuuluvat esimerkiksi Lapin Poron liha, Lapin puikula, Kainuun röntönen, sahti ja karjalampiirakka.

Montako nimisuojaajihakemusta on käsitelty, hankkeesta Piritta Sokura Maaseutuvirastosta?

-Kaksi. Suovas on kansalli-

sessä käsiteltyä. Suomalaisista mustikkaa koskeva Arktiset Aromit ry:n hakemus pitää vielä tutkia, ettei asialle ole esteitä. Lisää hakemuksia on varmaan tulossa, sillä Nimisuojausta kilpailukyky -hankkeesta on haettu apua.

Kuinka moni hakemus hyötään?

-Niitä ei ole merkittävästi. Hakemuksia ei ole tullut paljon käsiteltyyn.

Kaivanko hakemuksen käsittely kestää?

-Voi mennä kaksi vuotta tai ylikin. Se riippuu tuotteesta ja siitä, tuleeko vastaväitteitä.

Kuka voi esittää hakemukselta mielipiteensä?

-Kansallisessa vastaväitteeneteltyssä Suomessa olevat tahot, joita asia koskee. Komissiossa muut EU-maat voivat esittää

vastaväitteen.

-Sen voi esittää, jos joku tahotekisi samalla nimellä tuotetta. Nimen taustalla on tuotantomenetelmä, raaka-aine tai maantieteellinen alue.

Suomi on saanut kymmenelle tuotteelle nimisuojaajan. Onko se vähän?

-Ei. Eriä-Euroopan maissa on useita satoja tuotteita, ja Pohjoisimaissa on vähemmän. Suomella on kuitenkin nimisuojaajan saaneita tuotteita enemmän kuin esimerkiksi Ruotsissa.

Mistä ero johtuu?

-Vaikaa sanoa. Enkä meidänkin pitäisi olla ylipäämpiä tuoteistamme. Ehkä merkintää ei ole tunnettuakaan hyvin.

Miksi Suovakselle kannattaa hankkia nimisuojaaja?

-Tuote liittyy kiinteästi saamelaiskulttuuriin. Suomessa turisti voi tunnistaa nimisuojaajan merkinnän, joka on tae laadusta ja alkuperästä. Viennissä nimisuojaustuotteesta saa keskimäärin 1,7 kertaa paremman hinnan, mutta niitä ei ole Suomesta paljon viety ulkomaille.

Mille Suomessa saatetaan seuraavaksi hakea nimisuojaaja, erikoissuunnittelija Marjo Särkkä-Tirkkonen Ruralia-instituutista?

-Nyt mietitään ensi kertaa vientimahdollisuuksia. Niitä voi löytyä kaurasta, mustikasta tai vaikkapa saunapavinkinkusta. Nimisuojaajan on saanut jo kaksi suomalaista luonnontalaa. Kukaan viisas ja Puruveuden muikkua. Tällä logiikalla ehdolle voisi laittaa jonkin luonnonmarjan, villan tai stenen kuten herkkurattan.

ILMA 24.1.16

kotitalous

KOTITALOUS-, KULUTTAJA- JA RAVITSEMUSALAN AMMATTILEHTI



Suomalaiset tuotteet näkyväksi nimisuojamerkinnällä

Julkaisija [admin](#) julkaistu 2016/05/26 [Artikkelit](#)

Suomalaisten tuotteiden puhtautta ja hyvyyttä kuulee usein ylistettävän. Marjamme ovat aromikkaita ja täynnä bioaktiivisia yhdisteitä, maito Euroopan puhtainta, makean veden varantomme maailman kärkeä, luonnonkalaa riittää kalastettavaksi, kaura parhainta raaka-ainetta myslisiin jne. Puhtaus, aitous ja luotettavuus ovatkin tunnusomaisia määreitä, joiden pohjalta voisi rakentaa suomalaisten elintarvikkeiden brändiä. Oivallammeko itse tarpeeksi hyvin nämä vahvuudet ja osaammeko rakentaa sekä tarjota niistä myyviä markkinointiviestejä? Olennaista on myös oivaltaa, että puhtaus ja hyvä ruokaturvallisuus ei ole itsestäänselvyys ja sen eteen on aina tehtävä töitä.

Rakennustyötä ei kaikelta osin tarvitsisi tehdä yksin, sillä EU:n jäsenvaltiona Suomella on mahdollisuus saada tuotteitaan kansainväliseen laatujärjestelmään, ns. nimisuojaajärjestelmään. Nimisuojaajärjestelmän tavoitteena on edistää monipuolista maataloustuotantoa, suojata tuotenimiä väärinkäytöltä ja jäljittelyltä sekä antaa kuluttajille tietoa tuotteen erikoisluonteesta. Suojausta voidaan hakea suojattuna alkuperänimityksenä (SAN), suojattuna maantieteellisenä merkintänä (SMM) tai aidolle perinteiselle tuotteelle (APT).



Aito perinteinen tuote (APT) Garanterad traditionell specialitet (GTS) Traditional Speciality Guaranteed (TSG)



Suojattu maantieteellinen merkintä (SMM) Skyddad geografisk beteckning (SGB) Protected Geographical Indication (PGI)



Suojattu alkuperänimitys (SAN)
Skyddad ursprungsbeteckning (SUB)
Protected Designation of Origin (PDO)

Nimisuojajärjestelmään kuuluvien tuotteiden lisäarvo perustuu kuluttajien luottamukseen ja tietoon elintarvikkeiden maantieteellisestä alkuperästä. Laatuajatuksen idea ei ole julistaa, että jokin tuote on parempi kuin toinen. Kantava ajatus on kertoa kuluttajille, että tuote on erilainen kuin muut vastaavat. Kyseessä on alkuperäinen, aito ja jäljitettävissä oleva tuote. Lisäksi merkki kertoo tämän niin paikallisella, kansallisella kuin kansainvälisellä tasolla samanaikaisesti. Suomalaisilla elintarvikkeilla on kansainvälistymisen kannalta hyvä pohja tällaisille maantieteelliseen sijaintiin liittyville luottamustarinoille, sillä elintarviketuotanto on valvottua pellolta pöytään, teollisuuden käytettävissä on runsain mitoin puhdasta vettä ja esim. kylmä ilmasto vähentää torjunta-aineiden tarvetta. Nämä suomalaiset hyvät käytännöt voidaan tehdä globaaleilla elintarvikemarkkinoilla kuluttajille näkyväksi nimisuojajärjestelmän kautta ja saada siten suomalaisille elintarvikkeille lisäarvoa. Nimisuojaus voikin olla yksi merkittävä kilpailukykyä edistävä tekijä kansainvälisillä elintarvikemarkkinoilla tulevaisuudessa.

Taustaa EU:n nimisuojaajärjestelmästä

Euroopan unionin nimisuojaajärjestelmä koostuu neljästä eri suojausjärjestelmästä, joihin kuuluu Euroopassa yhteensä lähes 3400 tuotetta:

- maataloustuotteissa ja elintarvikkeissa on yli 1300 tuotetta
- väkevissä alkoholijuomissa 350
- viineissä 1750 ja
- maustetuissa viinituotteissa viisi eri tuotetta.

Järjestelmä tuo erityisesti esille tuotteen maantieteellistä alkuperää sekä perinteisyyttä. Suomalaisia tuotteita on toistaiseksi rekisteröity 12, joista 10 on elintarvikkeita ja 2 väkeviä alkoholijuomia. Myös ns. kolmannet maat ovat alkaneet hakea tuotteita ko. laatujärjestelmään ja esimerkiksi Kiinalla on järjestelmässä jo 10 tuotetta. Nimisuojaus on tavaramerkkien tavoin immateriaalioikeuksia suojaava väline ja järjestelmä, mutta tavaramerkeistä poiketen se on heti voimassa kaikissa EU-maissa ja sopimuksin myös kolmansissa maissa.

Lisätietoja: <http://www.mavi.fi/fi/tuet-ja-palvelut/yritykset-kauppa-teollisuus/nimisuoja/Sivut/default.aspx>

DOOR-tietokanta: <http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html?locale=fi>

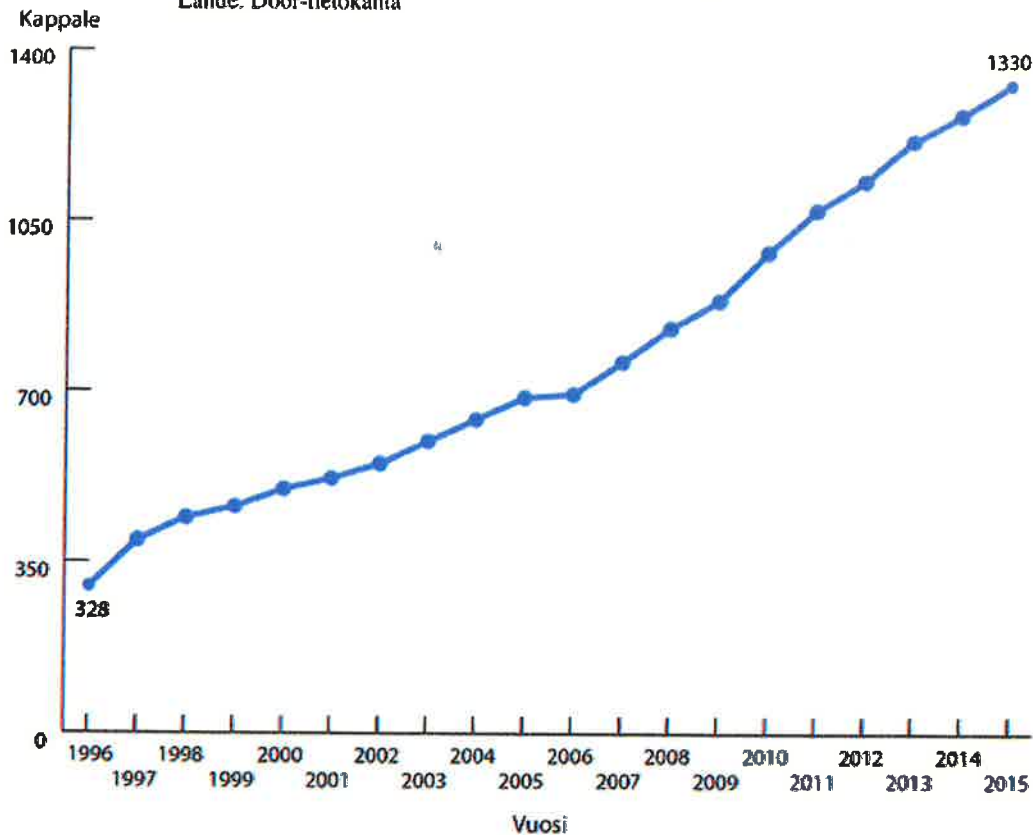
Suomella nimisuojaajärjestelmässä 12 tuotetta

Eniten järjestelmässä on tällä hetkellä on italialaisia, ranskalaisia ja espanjalaisia tuotteita. Suurimman tuoteryhmän muodostavat viinit. Maataloustuotteiden ja elintarvikkeiden osalta vastaavasti suurin tuoteryhmä on hedelmät ja vihannekset. Seuraavaksi suurimmat tuoteryhmät ovat juustot, tuore liha ja lihajalosteet sekä rasvat ja öljyt. Suomella on tällä hetkellä nimisuojaajärjestelmässä 12 tuotetta, toistaiseksi eniten Pohjoismaissa. Näistä tuotteista 10 on elintarvikkeita ja kaksi alkoholijuomia. Parhailaan EU:n käsittelyssä on ensimmäinen yhteispohjoismainen hakemus Suovas-poronlihalle. Lisäksi Suomessa on aktivoitunut hakijaryhmittymiä pohtimaan suomalaisen kauran, mustikan ja saunapalvikinkun suojaamista.

Vaikka muutama suomalainen tuote järjestelmässä jo onkin, olemme hieman pitäneet tätä tietoa pimennossa ja merkkiä on alihyödynnetty. Kuinkahan moni esimerkiksi tietää, että suomalaisista marjoista ja hedelmistä valmistetut liköörit ovat samassa laatujärjestelmässä kuin ranskalaisten Cognac? Tai että kaksi suomalaista luonnonkalaa hyväksyttiin pari vuotta sitten samaan maataloustuotteita ja elintarvikkeita koskevaan järjestelmään Prosciutto di Parma-kinkun ja Roquefort-juuston kanssa? EU panostaa tällä hetkellä vahvasti kuluttajille suunnatun informaation välittämiseen mm. sähköisten reaaliaikaisten järjestelmien avulla ja ylläpitämällä nimisuojaatuista tuotteista ns. DOOR-tietokantaa. Sieltä löytyy tarkkaa tietoa yli 1300:sta ns. nimisuojaatusta maataloustuotteesta ja elintarvikkeesta kaikilla EU-kielillä.

Rekisteröidyt nimisuojatut maataloustuotteet ja elintarvikkeet 1997-2015

Lähde: Door-tietokanta



Suomalaiset nimisuojatut tuotteet

- Lapin Puikula (SAN)*
- Lapin Poron liha (SAN)*
- Lapin Poron kuivaliha (SAN)*
- Lapin Poron kylmäsavuliha (SAN)*
- Kitkan viisas (SAN)*
- Kainuun Rönttönen (SMM)*
- Puruveden muikku (SMM)*
- Sahti (APT)*
- Kalakukko (APT)*
- Karjalanpiirakka (APT)*

Laadukkaiden luonnontuotteiden alue maailmassa

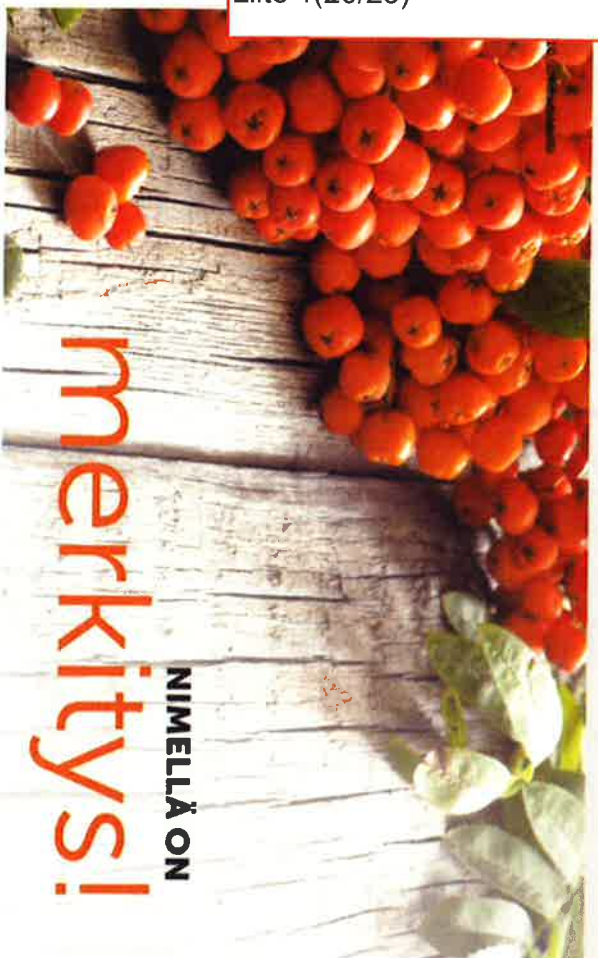
Mietittäessä mahdollisia uusia tuotteita, Suomella olisi pohjoisen sijaintinsa takia monien tuotteiden osalta ns. ensitoimijan mahdollisuus olemassa. Järjestelmästä ei löydy toistaiseksi esimerkiksi metsämarjoja. Suomi ja muut Pohjoismaat voisivatkin profiloitua nimisuojaajärjestelmän kautta laadukkaiden luonnontuotteiden alueena maailmassa. Marjaisia ja kalaisia Suomi jokamiehen oikeuksineen voisi hyödyntää tämän tyyppistä kollektiivista laatuajärjestelmää myös matkailun osalta. DOOR-tietokannasta matkailija voi hakea ennakkotietoa matkakohteensa ruokatuotteista ja vieläpä omalla äidinkielellään. Ns. etäiset erikoisuudet kiinnostavat yhä enemmän ja voivat ohjata jopa matkakohteen valintaa.

Nimisuojajärjestelmä pakottaa toimijat verkostoitumaan, sillä nimisuojausta ei voi hakea yksi yksittäinen taho, vaan tarvitaan hakijaryhmittymä. Nimisuojaus voi olla myös pontimena yli toimialojen rajojen syntyvälle yhteistyölle kuten elintarvike- ja matkailualan osalta.

Nimisuojajärjestelmään on sisäänrakennettuna avoin hyödynnettävyys eli kuka tahansa, joka täyttää hakemuseritelmän kriteerit, voi myöhemmässä vaiheessa liittyä tekemään ko. tuotetta.

Ideaalitapauksessa nimisuojaus laatujärjestelmänä on lisäarvotekijä suomalaisille elintarvikkeille ja voi edesauttaa tai varmistaa jonkin Suomelle tyypillisen tuotteen valmistuksen säilymisen Suomessa.

*Teksti ja kuvat: Marjo Särkkä-Tirkkonen Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti
marjo.sarkka-tirkkonen@helsinki.fi p. 044 590 6849*



EU:n nimisuojamerkinä
 kertoo tuotteen laadusta
 ja alkuperästä. Suomessa
 nimisuojamerkinen käytetään
 paljon hyödynnettäviä
 potentiaaleja.

Maisie suomalaisia ikkähä!
 Eikeitri mauninta Suomalainen Marja-
 likööri tai Suomalainen Hedelmälikööri
 kertoo ikkoon tuovan aidosti esille ni-
 meomaan suomalaisen marjan maun.
 Tuote on silloin valmistettu kotimaista
 marjoista ja hedelmistä perinteisellä li-
 koorinvaihtamisavalla; marjat, hedel-
 mät tai niistä tehty mehu on uutettu
 vahvaan vesi-alkoholiliuokseen, uutet-
 ta on kypsytetty ja siihen on lisätty li-
 köörin kuuluvaa sokeria. Aidon ikkäärin
 maku ja väri tulevat siihen käyetyistä
 marjista tai hedelmistä.
 Nimi kertoo myös perinteistä,
 Harva tietää, että nimekke Suomalainen

Marjalikööri tai Suomalainen Hed-
 mälikööri on saanut EU:n nimisuo-
 jastuksen jo vuonna 1995 ja on siten
 samassa laajuusasteissa esimerkiksi
 Cognacin ja Champagnen kanssa!

Laatu Suomi!
 Korkealaatuisilla rypälejuomilla on
 mahdollisuus saada etiketihansa ha-
 tulukuusmerkinä. Nimisuojamerkin-
 nän ansiosta myös suomalaisen ikkäärin
 tuottajilla on mahdollisuus kertoa eti-
 ketissä tuotteen laadusta. Kotimais-
 ten tuottajien keskuudessa nimisuo-
 jattelu on vielä vähäistä, ja aidosta
 alkuperästä kertovalla, maksutomalla
 etiketimerkinällä on paljon hyödyn-
 tämätöntä mahdollisuutta. Merkin-
 nällä suomalaisten ikkäärin kuul-
 mista samaan laatuusasteeseen
 kansainvälisesti tunnetuun laajuus-
 mien kanssa on mahdollista esimerkiksi
 edistää matkailua ja vientiä. Nimisuo-
 jamerkitty tuote koetaan laadukkaana.
 Samalla kun nimisuojamerkin käyttö
 lisääntyy, osaavat myös suomalaiset

kuluttajat kysyä siltä merkitystä, koti-
 maista tuotteita.

Ossassa kaikkien perinteisimmistä
 nimisuojatuista tuotteista ei erikois-
 luvalta näy nimisuojalogoa, vaikka
 suojattua nimeä käytetäänkin. Ossassa
 tuotetta kaikki nimisuojamerkinä
 taas on valjastettu tehokkaasti mark-
 kinoihin turksi. Esimerkiksi Italassa
 myös pienet tuottajat hyötyvät "Pro-
 cuito di Parma"-kinun tehokkaasta
 yhteismarkkinoinnista.

Maa- ja metsätalousministerion
 rahoittamalla hankkeella Suomessa
 on panostettu nimisuoja-asiain
 ja tietoa siitä on lisätty. Nimisuo-
 jasta kirjailetyksi -hankkeessa
 nimisuojatuotteisiin liittyviä tietoja
 on kerätty yhteen valtakunnallisel-
 le pk-elinäryhmiä perustavalle
 Aitojenakujävi. Sivustolla esitellään
 kaikki Suomen nimisuojatuotteet,
 joita on tällä hetkellä 12. *

Kangalankirkko (KANT) on
 todellista kansainvälistä
 Uuriluonnetta, tuotantoi-
 set jaun vohdelut pihkakki
 saavat veden herättämään
 kielelle.



Porsuun on tuote, jossa
 Lappi Rovan sija (LAPP) on
 ainutkaton, hennuola-
 tuotetta ja -hennuola
 hyödynnä myös tällä
 tavalla tuotteenlyhyksessä.



EU:n maataloustuotteiden ja elintarvikkeiden nimisuojajärjestel-
 män tarkoituksena on suojata elintarvikkeita ja maataloustuotteita
 vakiintuneen nimen vaarintyöitä ja huokeamilla vaarintyöitä.
 Samalla tuotteet saavat lisäarvoa.

Kuluttajalle nimisuojaus on tae siitä, että tuotteen alkuperä, raa-
 ka-aineet ja valmistusmenetelmä tunnetaan. Nimisuojaus koskee
 yleensä tuotteita, joita on valmistettu tai tuotettu perinteisesti
 tietyllä alueella tai tietyllä valmistusmenetelmällä useamman
 sukupolven ajan. Suojajusta voi hakaa ilmoitustaan useampi tuottaja
 yhdessä tai näitä edustava järjestö tai organisaatio.

Tarinat ja perinteet tuotteiden
 takana ilmestävät. Myös
 Suomalaisia Marjalikööriä ja
 Suomalaisia Hedelmälikööriä
 (SMAL) on määriteltyä tunnoita,
 joihin kannattaa tutustua!



Marjalikööri
 on valmistettu perinteisesti,
 uuttamalla marjoja sprinilla.
 Valmistusmenetelmä on
 kanta-Hämeenissä kasvanut
 marjoista ja hedelmistä.

Lepaan viinittia, Hattula
 p. 050 374 2827, ev.pakola@hannu.fi
www.hannu.fi/viinittia
 Lepaan viinittia
 (Hattula) valmistetaan Suomessa.
 (Hattula) valmistetaan Suomessa.



Testaa vaikkai!

Suomalaiselle kauralle ehkä nimitysoija

PAULA LIESMÄKI

Suomalaisen kauran nimitysoija on jätetän hakemus Maaseutuvirastolle vuodenvaihteessa.

"Haemme nimitysoijaa nimellä Suomalainen kaura, Finnish oats", kertoi ruokakulttuuriasiamies Anni-Mari Syväniemi MTK:sta seminaarissa Helsingissä maanantaina.

MTK ja Suomen kaurayhdistys ovat laatineet hakemusta. Kauralle haetaan suojattua maantieteellistä merkintää. Syväniemen mukaan maan nimen käyttämisistä on punnittu pitkään.

"Pystymme osoittamaan, että 60 leveyspiirin pohjoispuolella kasvanut kaura on omanlaisiaan."

EU:n nimitysoijajärjestelmä on laatu- ja nimitysoija, jonka tarkoitus on luoda omaleimaisille tuotteille lisäarvoa.

Nimet voidaan suojata alkuperänimityksinä, maantieteellisinä merkintöinä tai aitoina, perinteisinä tuotteina.

Nimitysoijan hakeminen on ilmaista. Prosessi kestää noin kaksi vuotta, joskus pidempäänkin.

SARINE KATAINEN



Suomalaisen kauran jyvä on kova ja vaatea.

"Pystymme osoittamaan, että 60 leveyspiirin pohjoispuolella kasvanut kaura on omanlaisiaan."

Suomella on nyt kymmenen nimitysojattua elintarviketta ja kaksi alkoholilla.

Maaseutuvirastossa käsitellyssä on parhailtaan kaksi hakemusta: nimitysoijaa haetaan nimille "Suovas" ja "Saunapalvelikinkku, tehty perinteiseen tapaan".

Suovas on saamelaisen poronhoitoalueelta tulevas kevyesti suolittua ja kyimäsavustettua poronlihaa.

Suojattua alkuperänimitystään haakee Suomessa poronhoitoa harjoittavien saamelaisien

oikeuksia ajava Suoma Boozosämsid Searvi. Hakemus on yhteinen Ruotsin ja Norjan kanssa.

"Tämä on uutta, että kolme maata haakee nimitysoijaa yhdessä", sanoo hankkeenhittäjä Piritta Sokura Maaseutuvirastosta.

Saunapalveliyhdistys haakee saunapalvelikinkulle suojattua maantieteellistä merkintää koko Suomen alueelle.

Italialla on eniten nimitysoijattuja tuotteita EU:ssa.

"Suomessa on menty vähän harbatteille, jos aletaan nimisuojaamaan pieniä tuotteita, joiden sertifiointi ei lisää myyntiä", sanoo italialaisen Qualivita Foundationin johtaja Mauro Rosati MT:lle.

Qualivita Foundation edustaa viini- ja ruokayritysten yhteenliittymää, joilla on nimitysoijattuja tuotteita.

Rosatin mukaan nimitysoijasta pitää saada taloudellista hyötyä: tuotetta tehdään sillä tunnetuksi Suomessa tai viennillä varten ulkomaille. Vienti on kuitenkin vain kehityskulku, ei päämäärä. Nimitysoijauksessa kysy on palkallisen tuotannon kehittämistä.



RUUAN MERKITÄVÄ ALKUPERÄ

Tasit Matti Särkellä ja Margu Särkkä-Tirkkonen

Ruokaketjun lyhyt historia:

Omaehtaisuuden ajasta, II maailmansodan jälkeisen suuren yksiköiden aikakaudesta nykyaikaan, pirstaloituneisiin pienempiin ruokamarkkinoihin: lähiruokaan, nimisuijiin ja luomuun.

Qualivita-säätiön johtaja Mauro Rosati kävi joulukuulla Nimensuojasta kilpailukykyä -hankkeen vieraina Helsingissä luennoinnassa, missä Euroopan ruokanäkökulmalla mennään. Hän kertoi, että nyt on pienen, nopeasti ajan merkkejä seuraamaan kykenevien toimijoiden aika.

- Se, mistä ruoka on kotoisin, on erittäin tärkeää. Ruuan alkuperä on ruuan tärkeimpiä ominaisuuksia tänään. Myös isot toimijat ovat reagoimassa, esimerkiksi kiinalaiset ostavat Italiasta kokonaispaket-teja - ruokaketjuja joissa ruuan alkuperä on mukana tuotantoluovasta lähtien. Sillä ei ole aina merkitys-

tä, missä ruoka syödään, vaikka Kiinassa tai Dubaisa, kunhan se on aitoa.

- Nimensuojajsystemi alkuperämerkintään on ollut menestyksellinen Italiassa. Ravintolat ja nuorisot ovat olleet ne kanavat, joiden kautta nimisuijuutuotteet on saatu kuluttajien tietoisuuteen. Etanakin nuorten kulttuurien tietoisuus on kehittynyt. Esimerkiksi McDonald's on kartoittanut saatavilla olevia raaka-aineita eri puolilla Italiaa ja ottanut niitä käyttöön, koska se joutuu kilpailemaan Street Foodin kanssa, jossa esimerkiksi hampurilaisen pihvi voi olla alkuperäsuojattua nautien ilhaa. Street Food on Italiassa vahvassa nousussa, se on osannut tarjota kuluttajille, mitä he ovat halunneet ja kertonut nimisuijuista tuotteidensa osista helle.

- Kansainvälisellä tasolla ruuan kanssa on menossa maineikisii, kuluttajat eivät halua enää yleisiä tuotteita. Kuluttajat etsivät yhä enemmän niitä arvoja,

jota voi löytää viljelymaasta ja -alueesta. Tämän vuoksi alkuperästä kertovat nimisuojamerkinngt ovat suosittuja ja tärkeitä Italiassa ja Euroopassa. Yhteensä järjestelmässä on 3277 alkuperä- ja elintarviketuotetta. Italiassa on nyt 853 alkuperäisiin nimisuijuuttua tuotetta, Ranskassa 749, Espanjassa 354, Portugalissa 196, Saksassa 163 ja Suomessa 12. Näiden merkintöjen alla tapahtuvaksi tuotteiden liikevaihdon on arvioitu olevan Italiassa 13,4 miljardia euroa eli 10 % ruuantuotantoon liittyvästä liikevaihdosta. Italiassa kymmenen myydyintä nimisuijuuttua elintarviketuotetta muodostuvat juustosta, kinkusta (esim. Parman kinkku) ja ruokakalijyistä.

- Italiassa nimisuojamerkinngt ovat käytössä nimenomaan vientiä varten. Merkittävimmät vientimaat ovat Saksa ja Yhdysvallat. Viennin arvo on 7,1 miljardia euroa eli 21 % Italian ruokatuotteiden viennin arvosta. Oman apurasa asiaan on tuonut sähkönen ekuuppa (Amazon ja Alibaba), joka kasvava 30 % vuodessa. Italiassa kyseessä myös matkailulla on suuri merkitys. Italiassa käy vuosittain 55 miljoonaa turistia, jotka käyttävät kokonaismarkkuduet-taan 32 % ruokaan. Italia on järjestänyt heille 137 viintietä, 53 makutietä, 18 ruokakalijyettä ja 400 alkuperänimisuijuukohdetta tutustuttavaksi. 90 000 yritystä on mukana hyödyntämässä maantieteellisiä alkuperämerkintöjä.

- Onnistumisen edellytyksenä Italiassa on ollut kyky toimia yhdessä, tehdä koordinoitusti yhteistyötä ja se, että tuotteiden laatukriteerit ja niiden kontrollit on omistettu pitämään niin kovina, että tuotteet ovat aina hyviä. Yhteistyöehtoina ovat olleet toimijoiden alueelliset yhteenliittymät eli konsortiot, kehntömerkit, yritysjohtajat ja kunnat, Italian valtion ollessa kaiken takana (maailmanlaajainen Italian mukavemmin kampanja). Tärkeää on ollut myös panostaa kansalliseen mediaan kertomaan nimisuijuuttuotteista, saada mukaan isoja toimijoita ja sähkönen ekuuppa unohdattamatta EU:n menekinedistämishojoja, jotka ovat olleet hyvä apu, summamasi johtaja Rosati esityksensä päättäneeksi ja epäilii Italian ruokamarkkinoiden tilanteen olevan 10-20 vuotta Suomea edellä.



Qualivita-säätiön johtaja Mauro Rosati.

Qualivita-säätiö on 25 vuotta vanha, ei voittoa tuottava säätiö, joka tekee työtä alkuperäisiin nimisuijuuttujen tuotteiden arvon kohottamiseksi. Säätiö tekee asiaan liittyvän viestintää, tutkimusta, koulutusta ja markkinointia ja heillä on tässä työssä tukenaan Italian maatalousministeriö. Säätiön Qualigeo-sivustolta löytyvät kaikki nimisuijuuttuotteet ja tilastoja. <http://www.qualigeo.eu/en/qualigeo-search/>

Lisää tietoja nimisuijuista:
<http://paitsukunnat.fi/poro/pororuokav/nimisuijuat/>
www.aitojamakuja/nimisuijuat

Kaikki nimisuijuuttu maataloustuotteet ja elintarvikkeet Door-tietokannan osiote <http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html>

Nimisuijuuttu viinit: <http://ec.europa.eu/agriculture/markezw/wine/e-bachatus/>
Nimisuijuuttu väkevät alkoholijuomat: <http://ec.europa.eu/agriculture/spirits/index.cfm?event=searchindication>



Karjalanpiirakka valmiina maailmanvalloitukseen

31.1.2016 10:01

Kuva: Marleena Liikkanen



Teollisen riisipiirakan ja perinteisen karjalanpiirakan ero on toisten mielestä selvä, toisten mielestä taas kuin veteen piirretty viiva.

Karjalanpiirakasta tuli yleissuomalainen herkkä vasta toisen maailmansodan jälkeen. Evakkojen mukana piirakkakulttuuri levisi maan joka kolkkaan.

Omaleimaisen herkun markkinat ovat edelleen kotimaassa. Vientiyrittäjät ovat tyrehyneet alkuunsa, vaikka kunnosusta piirakkaa kohtaan selvästi löytyisi.

Leipuri Ahti Luukkonen muistaa kansainvälisen lapinurton olleen lähellä vuonna 2000, kun piirakkaa olisi haluttu saksalaisiin junaravintoloihin. Sillä kertaa kuljetukset muodostivat pullonkaulan, ja hankkeesta piti luopua.

Vaikka Euroopan unionin myöntämää karjalanpiirakan nimisuojaa on arvioitu, se voi olla myös menolippu maaneseen. Nimisuoja on samalla laadun tae, ja Euroopassa karjalanpiirakka rinnastetaan siksi parnankinkun kaltaisiin käsittäisiin — Hyvä kvijalka alkaa olla olemassa, nyt pitäisi vain jonkun osata markkinointi, arvioi erikoissuunnittelija Marjo Särkkä-Tirkkonen Helsingin yliopiston Ruralia-instituutista.

Lue lisää päivän lehdestä tai [Etelä-Saunaan mobiilisovelluksesta](#).

Anne Kokkonen

Raportti vierailusta Orivarzea riisintuottajien yritykseen 19.10.2015, Portugali



Raportoija Marjo Särkkä-Tirkkonen, HY/Ruralia-instituutti

Kontaktihenkilö Joaquim Morais Bravo , Assessor da Administração joaquim.bravo@orivarzea.pt
Apartado 29

2121-901 Salvaterra de Magos

Tem.: +351 934 812 550

Tel.: + 351 263 500 390

Fax.: + 351 263 500 399

Fax on-line: +351 213 516 121

www.orivarzea.pt

Taustaa kohteesta

Lezíria Ribatejanan alueella on pitkät perinteet riisinviljelyssä. Riisintuottajat ottivat koko jalostusketjun hallintaansa ja perustivat Orivarzean v. 1997 ymmärrettyään, että tuotteen lisäarvo ei ole raaka-aineessa vaan syntyy jatkojalostuksessa. Myös yhdessä toimien pystyttiin investoimaan kerralla isompiin laitteistoihin, tuottamaan riittäviä volyymejä ja olemaan kilpailukykyisempiä (kuva 1.)

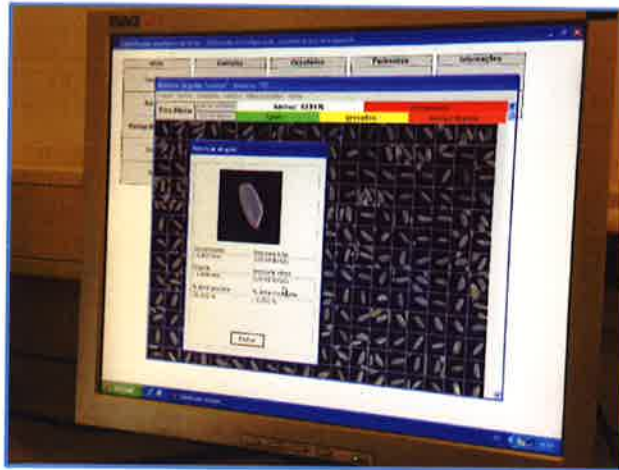


Kuva 1. Orivarzean tuotantolaitoksia Lezíria Ribatejanassa.

Orivarzea Ltd on 46:n osakkaan muodostama riisituotteisiin erikoistunut osakeyhtiö Lezíria Ribatejanan alueella Portugalissa, n. puolentoista tunnin ajomatkan päässä Lissabonista. Osakkaat ovat kaikki riisinviljelijöitä ja yhteenlaskettu viljelyala heillä on n. 5000 ha. Liikevaihtoa yhtiöllä kertyy n. 26 M€/vuosi. Tuotannosta n. 60 % menee kotimarkkinoille ja 40 % vientiin. Portugalin riisintuotannosta Orivarzean osuus on n. 20 %.

Periaatteena yhtiöllä on se, että kaikkia osakkaita pitää kohdella tasapuolisesti, tilan koosta riippumatta. Vastaavasti osakkaat sitoutuvat myymään kaiken riisin Orivarzealle. Vuonna 2015 viljelijöille maksettiin riisistä 320 €/tonni. Riisin kilohinnasta viljelijä saa 25 % ja vuoden lopussa on

mahdollista saada vielä osinkoja. Riisin laatua valvotaan tarkasti ja viljelijäkohtaisesti ja lopullinen maksu määräytyy laadun mukaan (kuva 2).



Kuva 2. Riisin laadunvalvontaa Orivarzean laboratoriossa.

Jäljitettävyydessä ja seurannassa hyödynnetään viljelijäkohtaisia RFID-tageja (kuva 3). Käytännössä tuloksesta 20-30 % menee viljelijöille, 60 % menee yritykselle ja osa tuloksesta kohdistetaan investointeihin. Yhtiöllä on 6 agronomia, jotka opastavat tiloja viljelyssä ja esim. kasvinsuojeluaineiden käytössä. Riisinsiemenet ovat 100% sertifioutuja ja yhtiöllä on omaa siementuotantoa. Joka vuosi testataan 2-3 lajiketta 20-50-100 ha:lla. Yhtiö omistaa puintikaluston ja puinti eri tiloilla organisoidaan yhtiön kautta.



Kuva 3. Kunkin viljelijän riisierät tunnustetaan portilla yhtiön tietojärjestelmään RFID-tagin avulla, minkä jälkeen eräkohtaiset analyysi- ym. tulokset linkittyvät aina oikeaan viljelijään ja erään.

Yhtiö on investoinut aurinkoenergiaan ja tällä hetkellä kaikesta tarvittavasta energiasta saadaan 90 % aurinkoenergiasta.

SMM-riisi Arroz Carolino das Lezíria Ribatejana

Yksi yhtiön tuotteista on saanut suojatun maantieteellisen merkinnän "Arroz Carolino das Lezíria Ribatejana" v. 2007 (kuva 4). Kaikkea riisiä ei siis myydä SMM:nä. Tuotteen kuvaus löytyy DOOR-tietokannasta <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2007:258:0012:0015:FI:PDF>



Kuva 4. SMM-riisi "Arroz Carolino das Lezíria Ribatejana".

Arroz carolino das Lezírias Ribatejanas -riisin erityisyyttä perustellaan sillä, että tuotteen amyloosi/amylopektiinisuhde on alhainen, sen kyky imeä vettä ja mausteiden sisältämiä aromimolekyylejä on hyvä ja teollinen hyötyaste erittäin korkea. Parhaillaan eräs SAN-tuotteita valmistava lihayritys ja Orivarzea ovat virittelemässä tuotekehitysyhteistyötä ko. nimisuojat tuotteiden osalta.

**Raportti vierailusta Institut National de l'Origine et de la Qualité (INAO) -toimistoon
Pariisissa 29.10.2015**

Raporttija Päivi Tähtinen, Kaurayhdistys ry

Kontaktihenkilö Arnaud FAUGAS

Service Juridique et International
Legal and International Department
Institut National de l'Origine et de la Qualité (INAO)
12, rue Henri Rol-Tanguy
TSA 30003 93555 MONTREUIL SOUS BOIS cedex
Tel : +33 (0)1 73 30 38 69
Fax : + 33 (0)1 73 30 38 44
email : a.faugas@inao.gouv.fr

Vierailun emäntä Adeline Doret

Institut National de l'Origine et de la Qualité (jatkossa INAO) on keskeinen nimisuojatuotteisiin sekä erilaisiin laatumerkkeihin liittyvä organisaatio Ranskassa. Toimisto sijaitsee mm. samassa talossa kuin osa maatalousministeriötä ja mm. tukien maksajaviranomainen (kts. kuva 1.).



Kuva 1. INAO on tiiviissä yhteydessä Ranskan vastuuviranomaisiin.

INAOssa on yhteensä 250 työntekijää, joista 60 on Pariisissa. Loput 190 ovat paikallistoimistoissa ympäri Ranskaa.

Valtiolla on iso rooli INAO:n toiminnassa, noin 70 % budjetista tulee suoraan Ranskan valtiolta. Loppurahoitus toiminnalle saadaan merkkien käyttäjiltä, maksuporrastus merkin käyttöasteen mukaan.

INAO neuvoo hakijoita konkreettisesti hakemusten teossa ja mahdollisissa muutosvaiheissa.

Kuluttajat eivät INAO:n mukaan tunne SMM:tä yhtä hyvin kuin SAN:stä. SAN-merkkiä pidetään laadun takeena. Esim. maidossa SAN premium on 5 senttiä/l.

TUOTESPEKSIT

Tärkeintä on valmistustapa, ei laatukriteerit.

Esimerkiksi viljojen, hedelmien ja vihannesten osalta lajikkeet pitäisi luetella.

- esim. viinirypäleillä on olemassa oma katalogi. Uuden lajikkeen voi ottaa käyttöön, jos todistaa, että laatu ei muutu. (esim. kauralla tämän pitäisi olla hyvinkin mahdollista)

ALUE

Terroir, territory on linkki tuotteen ja maantieteellisen alueen välillä. Hakemukseen määritellään alue, so. esimerkiksi pellot.

HUOM. jos tuotantoalueeksi rajataan esimerkiksi osa Suomea, ko. alueella tulee olla **nimi**.

- Alueen erityisyys: luontoon ja/tai osaamiseen (human factors) liittyvät tekijät
- maine on tärkeä!

PÄÄTÖKSENTEKO Ranskassa

Viisi kansallista komiteaa, joissa 50 ammattilaista

Edustajat teollisuudesta, ammattilaisia myös jakeluketjusta.

Yksi hyväksymis- ja valvontaelin.

Yksi *standing council*

Ministeriö lähettää hakemuksen EU:lle. Muiden maiden valitusaika 6 kk. Mahd. valtiolliset valitukset tulevat Ranskassa ensin INAO:lle.

VALVONTA

Joka PDO tuotteella on oma valvontasuunnitelma, jonka laatii hakija ja valvova organisaatio (VO) yhdessä. VO määrittelee minimi määrän valvonnoille, hakija voi tehdä enemmän. Valvonnassa 3 tasoa:

1) tuottaja

2) yhdistys (1 työntekijä)?

3) ulkopuolinen riippumaton valvoja TÄRKEIN. Tarkastaa 10 % maataloista.

- COFRAC tms. akkreditoi

TIEDOTUS

INAO lähettää aina lehdistötiedotteen uusista merkin haltijoista.

INAO ei etsi hakijoita, mutta viestii aktiivisesti alkuperämerkeistä.

Seuraa muiden maiden hakemuksia virallisesta lehdestä.

Adeline Doretin arvio, että hakemusten osalta "ranskalaiset tiukempia kuin jotkut muut maat"



Suojattu alkuperänimitys (SAN)

Skyddad ursprungsbeteckning (SUB)

Protected Designation of Origin (PDO)



Suojattu maantieteellinen merkintä (SMM)

Skyddad geografisk beteckning (SGB)

Protected Geographic Indication (PGI)



Aito perinteinen tuote (APT)

Garanterad traditionell specialitet (GTS)

Traditional Speciality Guaranteed (TSG)



Puruveden Muikku



SIELTÄ, MISSÄ VESI ON KRISTALLINKIRKASTA

JA KALASTUSPERINNE ELÄÄ VOIMAKKAANA. SIELTÄ PYYDETTÄÄN

SUOMEN PUHTAINTA JÄRVIKALAA



LIITE 5 (1/4)

SUOJATTU MAANTIETEELLINEN
MERKINTÄ – TAKUU LAADUSTA JA
PARHAISTA OMINAISUUKSISTA



*Puruveden muikun
tunnistaa vaaleasta värityksestä
sekä viheriävistä selästä.*

Puruveden muikkua kalastetaan nuottaamalla. Kestävän kalastuksen mukainen pyyntimuoto takaa parhaan laadun.

Puruveden muikun kalastus ja sillä herkkutelu on ympäristöteko. Vaikuta valinnoillasi.

Puruvesi on Suomen puhtain suurjärvi. Puruveden muikun tunnistettavan vaalea väritys on seurausta uiskentelusta "kristallivedessä".

Muikun ruoto on poikkeuksellisen pehmeä, alle 15 cm:n muikut voi syödä huoletta ruotoineen. Herkullisen ja puhtaan makuelämyksen ohella saat Puruveden muikusta myös erityisen runsaasti D-vitamiinia!

KRISTALLINKIRKKAASSA VEDESSÄ SEN SALAISUUS

Puruveden muikku kalastetaan Suomen kirkkaimmasta ja puhtaimmasta suurjärvestä – Puruvedestä. Järvi on tunnettu kautta aikojen sen ”kristallivedestä”. Yhtiä tunnettu on myös Puruveden pinnan alla uiskenteleva herkkä.

Muikkuu kalastetaan perinteiseen tapaan nuotalla. Keväisin huhti-toukokuulle ja loppusyksystä marras-joulukuulle ajoittuvat rospuul-tokaudet aiheuttavat muutaman viikon katkokset tuoreen kalan toimituksiin. Muulloin tuoretta puruveden muikkuu on saatavissa ympäri vuoden.

Puruveden muikulle myönnettiin joulukuussa 2013 EU:n nimisuoja. SMM eli suojattu maantieteellinen merkintä tarkoittaa, että vähintään yhden seuraavista vaiheista; tuotanto, jalostus tai käsittely, pitää tapantua tietyllä maantieteellisellä alueella, josta johtuvat tuotteen laatu, maine tai muut ominaisuudet.

Puruveden muikun maine ja laatu perustuvat puhtaaseen elin-ympäristöön. Kirkas vesi tuottaa korkea-



Muikkuu kalastetaan nuottaamalla.

laatuista ravintoa kaloille ja varmistaa kaksinkertaisen D-vitamiinipitoisuuden ja puolet pehmeämmän ruodon verrattuna muista vesistöistä pyydytyihin muikkuihin. Tämä mahdollistaa esimerkiksi päättömänä paistetun tai savustetun muikun syömisen kokonai-sena, ruotoineen kaikkineen.

Puruveden muikun tunnistaa sen poikkeuksellisen vaaleasta väristä. Kirrkaassa vedessä kasvaneen kalan selkää on enemminkin vihertävän sävyinen kuin musta. Puruveden muikulla herkuttelu auttaa pitämään Puruveden kirrkaana myös jatkossa, sillä aktiivinen kalastus vähentää tehokkaasti vesistöön joutuneita ylimääräisiä ravinteita.



Ensimmäisen kesän hotta.



Katso lisätietoa muikusta ja sen kalastuksesta! www.puruvedenmuikku.fi tai facebook.com/PuruvedenMuikku

TIETOA EU:N NIMISUOJATUOTTEISTA

Eurooppalaisen laatujärjestelmän, nimisuojaajan tavoitteena on edistää monipuolista maataloustuotantoa, suojata tuotenimiä väärennöksiä ja jäljitteilyä sekä antaa kuluttajille tietoa tuotteen erikoisluonteesta.

Elintarvikkeiden ja juomien nimiä voidaan suojata joko alkuperänimityksinä (SAN), maantieteellisinä merkintöinä (SMM) tai aitoina, perinteisinä tuotteina (APT). Suurimmat suojatut tuoteryhmät ovat juustot, hedelmät ja vihannekset, liha ja lihajalosteet sekä oliiviöljyt. Suojattuja tuotteita eri maista ovat esimerkiksi; *Mozzarella*-juusto Italiasta, *Roquefort*-juusto Ranskasta ja *Jamon de Teruel* -kinkku Espanjasta.

Tällä hetkellä järjestelmässä on 10 nimisuojaattua suomalaista maataloustuotetta ja elintarviketta:

- Lapin Puiikula (SAN)
- Lapin Poron liha (SAN)
- Lapin Poron kuivaliha (SAN)
- Lapin Poron kylmäsavuliha (SAN)
- Kitkan viisas (SAN)
- Kainuun Rönttönen (SMM)
- Puruveden muikku (SMM)
- Sahti (APT)
- Kalakukko (APT)
- Karjalanpiirakka (APT)
- Lisäksi suomalainen vodka sekä suomalainen marja-/hedelmälikööri ovat suojattuja

Kasvava nimisuojaajatuotteiden perhe vahvistaa myös suomalaisen ruoan ja ruoan tekijöiden arvostusta!



ruokaa ja luonnonvarjoja



MEILTÄ SITÄ SAA!

Puruveden muikkua saa hyvin varustelluista ruokakaupoista ympäri Suomen. Suurempia eriä voi kysyä suoraan Puruveden kalastajien hallinnoimista kalasatamista.

Kerimäen Kalatalo Oy, puh. 044 973 4188

Kesälahden Kalasatama Osuuskunta, puh. 040 737 2424

Puruveden Kalasatama Osuuskunta, puh. 050 590 6991



Puruveden Muikku

ruokaa ja luonnonvaroja



ruokaa ja luonnonvaroja



Karjalanpiirakka



Karjalanpiirakka

ruokaa ja luonnonvaroja



ruokaa ja luonnonvaroja



Karjalanpiirakka



Karjalanpiirakka



Karjalanpiirakka



Karjalanpiirakka



Karjalanpiirakka



Karjalanpiirakka





ruokaa ja luonnonvaroja

Nimisuojasta kilpailukykyä- hanke Hankkeen työt ja päätavoitteet Kalatalon osalta

- Suurtalouskeittiöille sopivan uuden muikku raaka- aineen kehittäminen ja testaus.
- Infomateriaalin tuottaminen ja sen tarinallistaminen.
- Sisällön tuottaminen ja osallistuminen nimisuoja- tuotteiden yhteisiin hanketoimiin.

Uuden muikkuraaka-aineen kehittäminen:

Ajatus uudentyyppisestä raaka-aineesta sai alkunsa Kerimäen kalatalon valmistumisen aikoihin 2013. Puruveden muikulle oli haettu EU:n alkuperä nimisuoja sen kalastustapaan, elinympäristöön ja rakenteellisiin ominaisuuksiin liittyvien erityispiirteiden perusteella. Ajatus uudentyyppisestä kalaraaka-aineesta syntyi juuri Puruveden muikun erityisten rakenteellisten ominaisuuksien vuoksi. Pehmeä ruoto mahdollistaisi kalan käytön ilman ruotimista esimerkiksi koulujen, päiväkotien ja vanhuspalveluiden aterioiden valmistuksessa.

Markkinoilta puuttuu helppokäyttöinen muikkuraaka-aine, jota voitaisiin käyttää myös suurien volyymien keittiöyksiköissä. Perattu tuore tai irtopakastettu muikku ei sovellu raaka-aineeksi jos annoksia pitää valmistaa tuhansia yhteen ruokailuun. Tavoitteena olikin kehittää kompakti pakastettu raaka-aine, jonka tuotanto, pakkaustapa ja käytettävyyden vastaisivat tämän päivän vaatimuksiin. Ideaa oli kehiteltiin syksyn 2015 aikana yhteistyössä Pohjois- Karjalan aikuiskoulutuskeskuksen kanssa. Heillä on pitkäaikainen kokemus suurituloisuuskeittiötoimintojen ja henkilöstön kouluttamisesta, joten saimme hyviä vinkkejä raaka-aineen kehittämiseen.

Ensimmäinen testattu tuote oli peratusta muikusta valmistettu ½ GN- vuon kokoinen pakastelevy. Peratut muikut oli jäädytetty sopivan muotin avulla ohueksi levyksi, jonka paino oli keskimäärin 250g. Pakastettu levy oli glaseerattu säilymistä takaamiseksi ja pakattu pahvilaatikkoon välikelmuin. Raaka-aine oli sellaisenaan käyttövalmis erilaisten vuokaruokien raaka-aineeksi. Pahvilaatikkoon pakkaaminen ja ohuiden välikelmujen käyttö oli ainoa vaihtoehto lopputuotteen pakkaamiseen. Tähän saakka pakastettu kalaraaka-aine on pakattu pääosin vacuumiin, mutta tästä pakkaustavasta syntyy hyvin paljon muovijätettä. Toinen ongelma-alue keittiöillä on styrox- laatikko ja näistä pakkaustavoista halutaan aktiivisesti eroon.

Muikkulevyn testaus toteutettiin Pohjois- Karjalan aikuiskoulutuskeskuksen toimesta keväällä 2016. Levyn käytettävyyden ja raaka-aineen todettiin hyväksi. Levyt olivat helppokäyttöisiä, sopivan kokoisia ja muikkuraaka-aine oli hyvälaatuisia. Parhaiten raaka-aine toimi laatikko- tyyppisessä ruokalajissa, josta neste haihtuu suurimmaksi osaksi kypsennyksen aikana. Jos kala jää nesteen sisään kypsymisen päätteeksi, myös maku jää herkästi vetiseksi. Erilaisia ruokalajeja, missä levyä voisi käyttää on hyvin paljon.

Raaka-aineen hinta pysyi samalla tasolla irtopakastetun muikun kanssa. Vaikka tuote oli toimiva, sen tuoma lisäarvo todettiin kuitenkin liian pieneksi muihin jo markkinoilla oleviin muikkuraaka-aineisiin verrattuna. Testauksen tuloksena syntyi kuitenkin monta mielenkiintoista kehitysjatusta...

Ajatus käytettävyydeltään kompaktimmasta raaka-aineesta jäi kytemään. Raaka-aine saisi olla vieläkin käyttövalmiimpi, jolloin sen käyttökohteet olisivat myös monipuolisempia. Syksyllä 2016 sitten lopulta ajatus heräsi. Miksei peratusta muikusta voisi tehdä pihviä? Ei mitään jauhettua vaan

ihan oikea "filepihvi". Se olisi tiiviimpi, pienempi, valmiiksi leivitetty ja näin ollen paistovalmis sopien kaikkiin keittiöihin.

Uuden pihvin raaka-aineena on edelleen pieni perattu muikku. Pihvin raaka-aineen valmistus on yksinkertaista, sillä peratut muikut jäädytetään muotissa pihvin malliin jonka jälkeen jäätyneet pihviaihiot liemitetään ja leivitetään. Panerointi ja rakenteellisesti oikeanlainen raaka-aine takaavat hyvän säilyvyyden sekä rapean ja herkullisen lopputuotteen. Valmis tuote sopii kaikille, sillä raaka-aineena pieni perattu muikku, jonka ruodot pehmenevät kypsennyksen aikana. Tuotteen kypsennys voidaan tehdä pannulla, parilalla tai kiertoilmauunissa. Jokohan tässä olisi lopulta puhtaasti kotimainen vastine ulkomailta tuotaville kalapakasteille.

Hinnalla muikkupihvi ei varmasti kilpaile näitä vastaan, sillä raaka-aineen tuotantovolyymit ovat aivan eri luokkaa. Pihvin valmistus- ja raaka-ainekustannukset saadaan kuitenkin pidettyä riittävän alhaisina oikeilla tuotantomenetelmillä ja raaka-ainetta on runsaasti tarjolla. Mahdollisuudet todellisen volyymituotteen kehittämiseen ovat siis olemassa. Muikkupihvin valtteina ovat puhtaat kotimaiset raaka-aineet ja kotimainen tuotanto. Pienen muikun käyttö raaka-aineena tuo helpotusta myös ammattikalastukselle, sillä se on ollut kautta aikojen ongelmallisin raaka-aine markkinoinnin kannalta.

Ensimmäiset pihvin koekappaleet valmistettiin lokakuussa 2016 ja samalla etsittiin yhteistyökumppaneita pihvin jatkokehitykseen. Alusta asti oli selvää, että mukaan kehitystyöhön tulisi saada joku suuri kotimainen toimija. Tavoitteenamme oli saada kommentteja tuotteen ominaisuuksiin ja käytettävyyteen liittyen, jonka pohjalta kehitystyötä voitaisiin viedä eteenpäin. Yhteydenottojen jälkeen yhteistyökumppaniksi valikoitui Fazer Food Services. Heille lähetettiin ensimmäiset näytteet marraskuun 2016 puolivälissä. He saivat testattua tuotteen juuri ennen joulua ja palaute oli myönteistä. Rakenne ja käytettävyys olivat hyviä ja he ovat kiinnostuneita tuotteen jatkokehityksestä. Tammikuun puolivälissä pidetään seuraava kokous asiaan liittyen ja silloin keskustellaan tarkemmin tuotteen testanneiden keittiömestareiden näkemyksistä ja toiveista. Tämän keskustelun perusteella tehdään uudet näytteet, jotka lähetetään arvioitavaksi.

Jatkokehityksen tärkeimpinä asioina ovat tietysti tuotteen käytettävyys ja ominaisuudet, mutta keittiöille sopiva hintataso on aivan yhtä tärkeä asia. Hintatason tulee olla sellainen, että tuotetta voidaan käyttää myös edullisten annosten valmistuksessa. Alustavien laskelmien perusteella tuotteen hinta olisi hyvinkin kilpailukykyinen muihin kalatuotteisiin verrattuna. Käytetty raaka-aine ja tuotantomenetelmien tehokkuus vaikuttavat kuitenkin suuresti lopputuotteen hintaan. Voikin olla, että kehitystyön tuloksena syntyy kaksi erilaista lopputuotetta. Lopullinen hintataso voidaan kuitenkin selvittää vasta sen jälkeen kun tuote on saanut lopullisen rakenteellisen muotonsa.



Kuvat vasemmalta oikealle: Muikkupihvin aihio, paistettu pihvi ja avattu pihvi

Puruveden muikun infomateriaali ja tarinallistaminen

Puruveden muikku on ollut tunnettu herkku jo ammoisina aikoina, joten materiaalia tarinallistamiseen olisi valtavasti. Kalastuskulttuuriin liittyvissä asioissa olisi mystiikkaa ja mielenkiintoista perinnetietoa vaikka kuinka paljon. Myös muikun elinympäristö- Puruvesi on hyvin erikoinen luonnon muodostelma. Vedenlaadun erityispiirteet sekä varsinkin viime vuosina esille tulleet vesiensuojelutoimenpiteiden tarpeet sekä niihin liittyvät erityiskysymykset antavat perustan mielenkiintoiselle tarinalle. Tietoa kasattiin tarinoiden perustaksi eri lähteistä ja tiivistettiin Aitoja makuja- sivuille sopivaksi.

Kerimäen Kalatalo päätyi tekemään puruveden muikusta kertovan esitteen omatoimisesti hankkeen alkuaikana, koska se täytyi saada markkinoille nopeasti. Uuden ammattikalastajien omistaman Kerimäen kalatalon toiminta oli saatu käyntiin vuoden 2014 aikana ja kuluttajien ja kalakauppiaiden tietoisuuden lisäämiselle oli kova tarve. Tarkoitus oli löytää esitteeseen Puruveden muikkua ja sen elinympäristöä parhaiten kuvaavat asiat ja työstää niistä ytimekäs mainostekstin ja kuvien yhdistelmä. Näyttävä esitemateriaali valmistuikin nopeasti ja kustannustehokkaasti hyvien yhteistyöverkostojen avulla. Nopeista toimista oli muutakin hyötyä, sillä esitteet ehtivät näin myös kesän 2015 Farmari- messuille sekä Herkkujen Suomi-tapahtumaan. Esitteiden sähköiset versiot saatiin linkitettyä myöhemmin myös Aitoja-makuja sivustolle sekä Puruveden muikun nuottausta esittelevä uusi video, joka valmistui kalatalon omana tuotantona syksyllä 2016.

Nimisuoja- hankkeen yhteiset toimet ja vaikuttavuus

Kerimäen kalatalo on osallistunut hankkeen yhteisiin kokouksiin aktiivisesti ja ollut mukana viemässä hanketta eteenpäin. Nimisuojusta kilpailukykyä- hanke on tuonut runsaasti näkyvyyttä Puruveden muikulle ja kalatalon kautta kulkevat kalamäärät ovat kasvaneet tasaisesti. Puruveden muikun menekin ja hintatason kehittymistä on kuitenkin hyvin vaikea arvioida. Hintaan ja myyntimääriin vaikuttavat hyvin paljon kalan koko ja pyydetävissä olevan kalakannan koko. Myös muualta Suomesta pyydettyjen muikkujen koko ja saalismäärä vaikuttavat Puruveden muikusta maksettavaan hintaan. Varsinaista laatulisää ei nimisuoja ole vielä tuonut. Ehkä tulevaisuudessa erilaiset pidemmälle jalostetut ja nimisuojan arvoon keskittyvät tuotteet nostavat raaka-aineen hintatasoa.

Yleinen kiinnostus Puruveden muikkua kohtaan on myös selvästi lisääntynyt hankkeen aikana, mikä näkyy erilaisten kalakauppaan liittyvien toimijoiden lisääntyneinä yhteydenottoina. Tämä heijastaa suoraan asiakkailta tulevaan kysyntään, joka välittyy alkutuottajille kalan jälleenmyyjien kautta. Kerimäen kalatalo onkin omalta osaltaan pyrkinyt vastaamaan tähän kysyntään. Uusien toimitilojen, osaavan henkilökunnan ja nykyaikaisten tuotantomenetelmien avulla voidaan myös varmistaa tuotteen korkea laatu. Se on avainasemassa, kun luodaan perustaa uusille erikoistuotteille.

Jatkosuunnitelmia

Hankkeen aikana kehiteltiin myös ajatusta Nimisuojuatuotteiden ”kiertueesta” Se käsittäisi pääosan kesäaikaisista suurista yleisötapahtumista ja markkinoista. Ajatuksena olisi yhdistää markkinoita työkseen kiertävien myyjien ja nimisuojuatuotteita valmistavien yrittäjien voimat. Kiertueelle suunniteltaisiin yhteinen mainosmateriaali, joka kiertäisi tapahtumasta toiseen. Tällä tavalla toimien ei yksittäisen markkinamyymjän tai nimisuojuatuotteen valmistajan markkinointipanostukset nousisi kohtuuttomiksi. Tarkoituksena olisi yhdistää nimisuojuatuotteita myyvät toimijat yhdeksi

kokonaisuudeksi myös myyntipaikalla, jolloin mainokset voitaisiin suunnitella suuremman kokonaisuuden mukaan. Näin mainoksista saataisiin näyttävämpiä ja kuluttajien tietoisuuden lisääminen nimisuojuotteisiin liittyen olisi helpompaa.

Toinen johtoajatus suunnitelmassa oli se, että tuotteita valmistavat yritykset voisivat toimittaa myytäväksi myös erikoistuotteita, joita ei normaalien myyntikanavien kautta voida toimittaa. Myyntiä hoitavat yhteistyökumppanit perehdytettäisiin perusteellisesti tuotteiden ominaisuuksiin ja yhdessä tuotteen valmistajan kanssa sovittaisiin markkinoinnin tavoitteista. Osa nimisuojuotteista on myyntivalmiita sellaisenaan läpi jakeluverkoston, mutta tuoretuotteiden osalta tilanne on toinen. Vastapaistetut Karjalan piirakat tai Kainuun rönttöset, pyyntituore Puruveden muikku tai paikanpäällä paistetut tai savustetut muikut maistuvat aivan erilaiselta, kuin kaupan kylmätiskistä noudettuna. Nimisuojuotteiden valmistajilla olisi myös mahdollisuus kehittää erikoistuotteita kiertuetta varten, sillä tavoitteena on että jokaiseen tapahtumaan olisi järjestettävissä suoratoimitukset tuoretuotteille.

Yhtenä mielenkiintoisena toteutusmallina voisi olla myös yhteisen menun laatiminen nimisuojuotteista. Raaka-aineina ja valmiina tuotteina myytävistä nimisuoja- tuotteista olisi kehitettävissä menu- kokonaisuuksia, jotka sopisivat vaativaankin makuun. Olipa toteutusmalli mikä tahansa tarvitaan kuitenkin laaja yhteishanke koordinoimaan toimintaa ja tukemaan yrittäjiä mm. tuoretuotteiden suoratoimituksissa ja yhteisissä markkinointipanostuksissa.

Janne Turunen
Kerimäen Kalatalo Oy



LIITE 8 (1/8)



HERKKUJA SUOMESTA

Facebook-kampanja

1.7.-22.8.2015

FlowHouse Oy

Herkkuja Suomesta -Facebook-kampanja

1.7.-22.8.2015

LIITE 8 (2/8)
FlowHouse

Kampanjan tavoitteet:

- Kampanjan tavoitteena oli testata nimisuojuuttujen tuotteiden taustalla olevia tarinaelementtejä kohderyhmien kanssa sosiaalista mediaa hyödyntäen ja samalla kasvattaa nimisuojuuttujen tuotteiden, Aitoja Makuja ja muiden projektiin osallistuvien Facebook-sivujen tunnettua.
- Olemassa olevien tykkääjien aktivointi ja tietoisuuden kasvattaminen uusien kohderyhmään kuuluvien käyttäjien ja potentiaalisten tykkääjien keskuudessa.

Kampanjaa varten toteutettiin yksi yhteinen äänestystoiminta perustuva kampanjasivu, joka lisättiin kolmelle Facebook -sivulle (Aitojamakuja.fi, Lähiruokaohjelma, LounaFood).

Kampanjasivulla esiteltiin kaikki nimisuojuutatut tuotteet sekä tarinat niiden takana, joista sivun vierailija pystyi valitsemaan oman suosikkinsa.

Kampanjasivulle ohjattiin päivityksien kautta sekä maksetulla Facebook-mainonnalla, jota kohdennettiin mm. sijainnin perusteella sekä henkilöille, jotka ovat kiinnostuneet lähiruoasta.





FACEBOOK-KAMPANJA 1.7.-22.8.2015

FlowHouse
LIITE 8 (3/8)



49 122

MAINOSNÄYTTÖÄ

SUOMALAISTA RUOKAA
Nimisuojatut tuotteet
PARHAIMHILLAAN

5005 SIVUSTO-
VIERAILUA



ANNETTUA
ÄÄNTÄ

MAINOKSEN
KATTAVUUS
19 843



104 %

KASVU

ORGAANISESSA
KATTAVUUDESSA



43 %

KASVU

SITOUTUNEI-
SUUDESSA

3 687 SIVUSTO-
KLIKKAUSTA

CTR 7,5 % =

0,08 €/KLIKKAUS



349 OSALLISTUI ARVONTAAN,
30 JAKOI KAMPANJAN

ETEENPÄIN, **271**

UUTTA TYKKÄÄJÄÄ

mmm.fi
ruokaa ja kummitarvikkeita

Facebook-kampanjan tulokset

Ääniä annettiin yhteensä **747 kappaletta** ja ne jakautuivat seuraavasti:

- Karjalanpiirakka, 295 ääntä
 - Kalakukko, 90 ääntä
 - Puruveden muikku, 75 ääntä
 - Lapin Poron kylmäsavuliha, 64 ääntä
 - Lapin Poron liha, 62 ääntä,
 - Kainuun Rönttönen, 59 ääntä
 - Lapin Puikula, 42 ääntä
 - Lapin Poron kuivaliha, 27 ääntä
 - Kitkan viisas, 19 ääntä
 - Sahti, 14 ääntä
- **Kampanjasivun vierailut:**
 - Kampanjasivulla vierailuita yhteensä 5005 ja 3907 yksittäistä kävijää.
 - Arvontaan osallistui yhteensä 349 henkilöä.
 - Kampanjaa jaettiin eteenpäin 30 kertaa Facebookissa ja Twitterissä (kampanjasivun Jaa sosiaalisessa mediassa -nappien kautta).

Facebook-sivujen tilastoa:

Aitojamakuja.fi

Päivityksen orgaaninen kattavuus (kuinka monelle yksittäiselle käyttäjälle päivityksiä on näytetty, kampanja-aikana 22 päivitystä, vrt. 22 edellistä päivitystä) = **26 339** vrt. 17 182, **kasvua 53 %**

Päivityksien sitoutuneisuus, eli kuinka moni yksittäinen käyttäjä teki toiminnon päivitystä kohtaan (kaikki klikkaukset)= **694** vrt. 629, **kasvua 10 %**

Lounafood.fi

Päivityksen orgaaninen kattavuus (kuinka monelle yksittäiselle käyttäjälle päivityksiä on näytetty, kampanja-aikana 17 päivitystä, vrt. 17 edellistä päivitystä) = **2787** vrt. 1024, **kasvua 172 %**

Päivityksien sitoutuneisuus, eli kuinka moni yksittäinen käyttäjä teki toiminnon päivitystä kohtaan (kaikki klikkaukset)= **109** vrt. 77, **kasvua 41 %**

Lähiruokaohjelma

Päivityksen orgaaninen kattavuus (kuinka monelle yksittäiselle käyttäjälle päivityksiä on näytetty, kampanja-aikana 15 päivitystä, vrt. 15 edellistä päivitystä) = **10 695** vrt. 5 682, **kasvua 88 %**

Päivityksien sitoutuneisuus, eli kuinka moni yksittäinen käyttäjä teki toiminnon päivitystä kohtaan (kaikki klikkaukset) = 498 vrt. 277, **kasvua 78 %**

Orgaaninen kattavuus kasvoi keskimäärin 104 % ja sitoutuneisuus kasvoi 43 % kampanjan aikana

Kampanjoiden mainosraporteissa käytetään seuraavia tunnuslukuja:

- **Mainoksen kohderyhmä:** Mainoksen mahdollinen kattavuus kampanjaan tehtyjen kohdennuksien perusteella (Facebook-mainostyökalu).
- **Mainosbudjetti:** Mainoskuluja varten varattu kokonaisbudjetti.
- **Mainoksen kattavuus:** Mainoksen nähneiden yksittäisten henkilöiden määrä.
- **Mainoksen näyttökerrat:** Mainoksen näyttökerrat yhteensä. Jos yhdelle ihmiselle mainos on näytetty 2 kertaa, on näyttökertoja yhteensä 2.
- **Mainoksen sivustoklikkaukset:** Mainoksen saamien sivustoklikkausten kokonaismäärä.
- **Sivustoklikkauksen hinta:** Mainoksesta kampanjasivulle ohjanneen yksittäisen klikkauksen hinta (Cost per Click).
- **Tulosprosentti:** Kuinka moni mainoksen nähneistä klikkasi sivustolinkkiä (perustuu mainonnalle määriteltyyn tulokseen).
- **Osuuuspisteet:** Arvio siitä, kuinka hyvin mainokselle valittu kohderyhmä reagoi mainokseen eli kuinka osuva mainos on kohderyhmälle.

*Klikkauksen hinta vaihtelee mainostyyppien välillä. Klikkaushinnalla tarkoitetaan tässä kaikkia kampanjan mainoksia kohtaan kohdistuneita klikkauksia tai toimintoja (mm. linkin klikkaukset, mainoksen klikkaukset, tykkäämiset, kommentit, jaot)

**Facebook-mainonnassa määritellään ensin mainoskampanjan tavoitteena, jolloin lopullinen hinta on x €/mainoskampanjan tavoite. Tavoitteena voi olla esimerkiksi sivutyttöä, ohjaus yrityksen sivuille – linkin klikkaus tai sitoutuminen sivujulkaisuun, jossa hintaan laskettavia toimintoja voivat olla klikkaus, tykkäys, kommentointi tai päivituksen jakaminen.

Facebook-mainoskampanja 6.7.-16.8.2015

LIITE 8 (7/8)
FlowHouse

Jokaiselle Facebook-sivulle mainoskampanja, jonka tavoitteena oli saada kävijöitä kampanjasivulle – mainontaa kohdennettiin mm. sijainnin perusteella sekä henkilöille, jotka ovat kiinnostuneet lähiruosta.

Kokonaisuudessaan mainoskampanja toimi erittäin hyvin, yhden **sivustoklikkauksen** ollessa **0,08 €** sekä **7,51%** mainoksen nähneistä käyttäjistä **klikkasi** kampanjasivulle. Mainontaa on näytettiin **19 843 FB-käyttäjälle** yhteensä **49 122 kertaa**. Mainokset keräsivät myös hyvin kommentteja sekä tykkäyksiä käyttäjiltä (yhteensä 110 tykkäystä, 14 kommenttia)

The image shows two side-by-side screenshots of Facebook advertisements for 'LähiRuokaohjelma'. Both ads feature a carousel of food images and identical text: 'Feta-juusto ja Prosciutto di Parma - kinkku ovat maailmalla tunnettuja mutta tunnetko tarinat suomalaisten nimisuoja tuotteiden takana? Äänestä suosikkiasi ja voita kesän parhaat tuotepaketit ja herkut itsellesi'. The left ad shows 'Karjalanpiirakka', 'Kalakukko', and 'Kainuun R...' while the right ad shows 'Kalakukko', 'Kainuun Ronttonen', and 'Lapin'. Both ads include a progress bar for '12 107 henkilöä tavoiteltu' and a 'Mainosta jatkassa' button. Interaction buttons for 'Tykkää', 'Kommentoi', and 'Jaa' are visible at the bottom of each ad.

	Aitoja makuja	Lähiruokaohjelma	LounaFood	Yhteensä
Kattavuus	9 148	10 629	4 052	19 843
Näyttömäärä	19 197	22 104	7 821	49 122
Sivustoklikkaukset	1 127	2 062	498	3 687
Hinta / tulos	0,11 €	0,06 €	0,10 €	0,08 €
CTR (tulosprosentti)	5,87 %	9,33 %	6,37 %	7,51 %
Budjetti	125 €	125 €	50 €	300 €
Osuuuspisteet	10 / 10	10 / 10	10 / 10	

SUOMALAISET NIMISUOJA- TUOTTEET



Lapin Puikula (SAN)

Lapin Puikula on pohjoinen perunan paikallislajike. Puikulaa on viljelty vuosisatoja Lapissa, jonka erityisolosuhteet antavat perunalle sen erinomaisen maun ja aromin.

Kuva Marjo Särkkä-Tirkkonen



Lapin Poron liha (SAN)

Pohjoisen ruoka-aitan ehdoton raaka-aine on poro, tuo puolivilli metsäneläin, jossa on yhä ainutlaatuinen riistan maku. Kun tiedetään, että poro valitsee ravintonsa erittäin tarkkaan, on luonnollista, että myös sen liha on erinomaista. Lautaselle päätyessään poro on enemmän kuin lihaa. Se on ruskassa liekehtivää puronvartta, vaivaiskoivikossa tuivertavaa tuulta, vapautta – kokonainen arktinen maailma ja kulttuuri.

Kuva Erkki Viero



Lapin Poron kuivaliha (SAN)

Lapin Poron kuivaliha kuivataan vuosisatoja jatkuneella perinteisellä tavalla ulkona helmi-huhtikuussa. Pohjoisen ilmaston suuret kevättalven lämpötilan vaihtelut mureuttaa lihan ja antaa sille luonnon aromikkuuden.

Jo 1555 Olaus Magnus, kirjassaan Pohjoisten kansojen historia, tiesi kertoa käytännöllisen retkimuonan herkkyydestä.

Kuva Birgitta Partanen



Lapin Poron kylmäsavuliha (SAN)

Lapin Poron kylmäsavuliha tuotetaan, jalostetaan ja pakataan Suomen poronhoitoalueella. Vapailla luonnonlaitumilla kasvaneet porot, vuosisatojen aikana kerätty tietotaito jalostamisesta ja savustamisesta, hiekkosuolaus ja viikon kypsytys leppä-, koivu- tai katajapurusta kytösavumenetelmällä tekevät Lapin Poron kylmäsavulihasta sen, mikä se on: murean, aromikkaan aivan oman, erityisen maun omaavan poronlihatuotteen.

Kuva Birgitta Partanen



Kitkan viisas (SAN)

Kuusamo ja Posio ovat kuuluisia puhtaista, kalarikkaista suurista vesistöistä. Näissä vesissä asuu myös kuuluisa ”kitkan viisas”, pieni ja maukas muikku, joka on saanut perimätiedon mukaan lempinimensä Venäjän vallankumouksen

aikaan. Noihin aikoihin myös Koillismaalta lähti ihmisiä rakentamaan sosialistista ihannevaltiota, mutta joku hoksasi nimetä tämän pienen kalan Kitkan Viisaaksi, koska se oli tarpeeksi fiksu ettei lähtenyt, vaikka olisi itään päin virtaavia jokia pitkin päässyt myös mukaan. Alueen arktisten olosuhteiden ja vesistöjen vähäravinteisuuden takia Kitkan viisas on useimpia muita makean veden muikkukantoja huomattavasti pienempi ja sen ruoto ei kovetu vaan se säilyy pehmeänä.

Kuva MMM:n kuva-arkisto



Puruveden muikku (SMM)

Puruveden muikku, tunnettu herkku jo vuosisatojen ajan ja seudun vaurauden lähteenä aina Ruotsin vallan ajoilta lähtien. Puruveden muikun erikoisuutena on sen ruodon pehmeys, soveltuen erityisen hyvin ruotimatta syötäväksi paisto-, savu- ja keittomuikuksi. Puruveden muikkujen hopeinen värisävy johtuu järven poikkeuksellisen kirkkaasta vedestä. Puruveden muikun maine perustuu myös alueen perinteisiin pyyntimenetelmiin kuten nuottaukseen. Kalojen paikantamis- ja pyyntitaidot ovat satojen vuosien ajan siirtyneet sukupolvelta toiselle. Syksyn pimeisiin öihin ajoittuu harvinainen, mutta kirkasvetiselle Puruvedelle ominainen kuutamolla tapahtuva kalastus, jolloin muikut nousevat aivan veden pintaan.

Kuva Marjo Särkkä-Tirkkonen



Kainuun Rönttönen (SMM)

Leivällä ja leipomuksilla on Kainuussa keskeinen sija aterioissa. Tarina kertoo, että ennen vanhaan, kun ruoasta oli todella pulaa ja isännän piti lähteä kevättalvella savottaan, niin emäntä raapi puolukkatiinun pohjalta viimeiset puolukat,

keräsi laarin pohjalta niin ikään viimeiset perunat ja leipoi survoksen ruis-kuoreen. Näin syntyi rönttönen. Entisaikaan sokeria ei ollut tai sitä oli hyvin vähän. Kainuun Rönttönen vastasi makeankaipuuseen. Makeus saatiin perunan imellyttämällä. Hapattaminen sai aikaan kuoren kuohkeuden ja mehevän maun ja leivinuunin arinalla rönttöset paistettiin ainutlaatuisiksi rapeakuorisiksi leivonnaisiksi.

Kuva Hilla Martikainen



Kalakukko (APT)

Kuopio tunnetaan kalakukosta, joka on kautta aikojen ollut hyvä tuliaisen ja retkieväs. Kalakukossa on leipä, kala ja liha samassa paketissa. Perinteinen savolainen kalakukko on soikea tai pyöreä. Se nautitaan lämpimänä ja

avataan päältäpäin, eli leikataan kansi auki, sitten leikataan kukonkuoresta viipaleita ja otetaan lusikalla täytettä ja voita päälle. On makuasia tykkääkö kalakukon täytteenä muikuista vai ahvenista. Parhaimmat kukot voi ostaa kalakukkoleipomosta, torilta tai kauppahallista.

Kuva Minna Junttila



Karjalanpiirakka (APT)

Aitoja oikeita karjalanpiirakoita jokainen rakastaa! Karjalanpiirakka on todellista kansallisruokaa. Uunituoreet, tuoksuvaiset, juuri voidellut piirakat saavat veden herahtamaan kielelle. Karjalanpiirakoissa

maistuu rukiin puhtaat maut. Sopivat juhlaan, arkeen, välipalaksi, pääruuan yhteyteen. Herkullisuuden ja perinteisyyden lisäksi karjalanpiirakat ovat myös terveellisiä. Karjalanpiirakat maistuvat sellaisenaan, mutta päälle voi laittaa munavoita tai leikkeleit.

Kuva Hilla Martikainen



Sahti (APT)

Sahti, ainutlaatuinen etno-olut, valmistettu perinteisistä raaka-aineista ilman lisäaineita. Valmistaa sahtia ei suodateta eikä pastöroida, vaan se nautitaan tuoreoluenä. Sahti on maailman epätavallisimpia ja selkeimmin erottuvia

mallasjuomia sekä yksi Länsi-Euroopan viimeisistä alkuperäisistä oluista. Sahtia on käytetty ja käytetään edelleen juhlaoluenä ja osana elävää maaseutukulttuuria kotialueellaan Kanta- ja Päijät-Hämeessä sekä Pohjois-Satakunnassa ja Etelä-Pohjanmaalla.

Kuva MMM:n kuva-arkisto



Suomalainen Marjalikööri, Suomalainen Hedelmälikööri (SMM)

Finsk Bärlikör, Finsk Frukttlikör, Finnish berry liqueur, Finnish fruit liqueur

Suomalainen marjalikööri tai suomalainen hedelmälikööri on valmistettu Suomessa kasvaneista marjoista ja hedelmistä. Pohjan puhtas luonto ja valoisa kesäyöt luovat tuotteisiin ainutlaatuista aromikkuutta, raikkautta ja väriä aistimme iloksi. Liköörit valmistetaan liköörimestarin ammattitaidolla uuttamalla marjoja tai hedelmiä alkoholissa, kunnes juoma kypsyy ja saavuttaa täyteläisen maun ja kauniin värin. Nauti suomalaista marjalikööriä tai suomalaista hedelmälikööriä sellaisenaan, käytä juomasekoitukseen ja cocktaileihin, tai lorauta ruokaan korostamaan aitoja suomalaisia makuja.



Kuva HAMK/Lepaa

Suomalainen Vodka (SMM)

Finsk Vodka, Vodka of Finland

Suomalainen vodka on maailmanlaajuisesti arvostettu alkoholijuoma, joka valmistetaan tislaamalla kotimaisesta viljasta tai perunasta sekä puhtaasta suomalaisesta vedestä. Vodka on perinteisesti kirkasta ja väritöntä, mutta sitä voidaan myydä myös maustettuna. Puhdastaan makunsa vuoksi suomalainen vodka pääsee oikeuksiinsa huurteisena snapsina, mutta se sopii erinomaisesti myös cocktaileihin ja juomasekoitukseen.



Kuva Kuvaplugi.fi

Taustaa nimisuojajärjestelmästä

Euroopan unionin nimisuojajärjestelmä koostuu neljästä eri suojausjärjestelmästä, joihin kuuluu Euroopassa yhteensä lähes n. 1400 tuotetta:

- Maataloustuotteissa ja elintarvikkeissa on yli 1300 tuotetta,
- väkevissä alkoholijuomissa 350,
- viineissä 1750 ja
- maustetuissa viinituotteissa viisi eri tuotetta.

Järjestelmä tuo erityisesti esille tuotteen maantieteellistä alkuperää sekä perinteisyyttä. Nimisuojaus on tavaramerkkien tavoin immateriaalioikeuksia suojaava väline ja järjestelmä, mutta tavaramerkeistä poiketen se on heti voimassa kaikissa EU-maissa ja sopimuksin myös kolmansissa maissa. Tähän esitteeseen on koottu suomalaiset nimisuojatut tuotteet. Muista eurooppalaisista nimisuojat tuotteista mm. Champagne, Cognac, Prosciutto di Parma-kinkku, Feta- ja Mozzarella -juustot ovat monelle suomalaisellekin tuttuja.



MAVI:

www.mavi.fi/fi/tuet-ja-palvelut/yrittaja-kauppa-teollisuus/nimisuoja/Sivut/default.aspx



aitojamakuja.fi:

www.aitojamakuja.fi/nimisuoja.php?sm=2



DOOR-tietokanta:

ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html?locale=fi



E-BACCHUS - tietokanta:

ec.europa.eu/agriculture/markets/wine/e-bacchus/



E-SPIRITS-DRINKS-tietokanta

ec.europa.eu/agriculture/spirits/index.cfm?event=searchIndication

Nimisuoja info alkoholijuomien valmistajille 20.12.2016

Nimisuoja järjestelmä – elintarvikkeiden laatujärjestelmä paikallisuutta korostamassa

Erityisillä ja tiettyyn maantieteelliseen alkuperään liittyvillä maataloustuotteilla, elintarvikkeilla ja alkoholituotteilla on olemassa EU:n laatujärjestelmä, jonka tavoitteena on auttaa ko. tuotteiden valmistajia välittämään kuluttajille tietoa tuotteiden ominaispiirteistä ja tuotannon ominaisuuksista. Tällä laatujärjestelmällä suojataan alkuperänimityksiä ja maantieteellisiä merkintöjä, jotka kuvaavat näiden lisäarvoa tuovia ominaisuuksia.

Nimisuoja tuotteet valmistetaan tietyllä tuotanto- tai valmistustavalla, tietyistä raaka-aineista tai tietyllä alueella. Nimisuoja korostaa tuotteiden erityisyyttä, perinteisyyttä tai laatua. Elintarvikkeiden nimisuoja haetaan suoja mm. alueelle tai maalle tyypillisiä tuotteita kohtaan ja yrityksille oikeutta käyttää vakiintunutta tuotenimeä.

Mitä hyötyä EU:n nimisuoja järjestelmästä on yritykselle?

Nimisuoja voi korostaa juoman alkuperää, se kertoo esimerkiksi, että raaka-aine (marjat, hedelmät, vilja, peruna tai vesi) on suomalaista. Kuluttajat ovat kiinnostuneita paikallisista, aidoista ja vastuullisesti tuotetuista tuotteista, joiden alkuperä tunnetaan. Sillä voi korostaa myös perinteisyyttä, esim. Sahdin perinteistä, satoja vuosia vanhaa valmistustapaa ja sen kuulumista osana tiettyjen maakuntien juhlaperinteeseen.

Nimisuoja on valvottu laatujärjestelmä, jolla taataan, että tuotteet ovat luvattun mukaisia. Esimerkiksi Suomalaisen Marjaliköörin marja- ja hedelmäraaka-aineet tulee olla suomalaisia sekä valmistuksen pitää pullotusta lukuun ottamatta tapahtua Suomessa.

Jokainen yritys, joka valmistaa järjestelmän kriteerit täyttävää nimisuoja tuotetta, voi ottaa käyttöönsä olemassa olevan ko. alkuperänimityksen tai maantieteellisen merkinnän. Uutta nimisuoja merkintää haetaan aina kollektiivisesti esim. yritysryhmänä tai yhdistyksenä.

Järjestelmään liittyminen ja unionin tunnuksen eli nimisuoja logon käyttö on ilmaista.

Nimisuoja tuotteille voi hakea myös tukea menekinedistämiseen sekä kansallisista että EU:n varoista.

Nimisuoja tuotteet mielletään laadukkaiksi ja niiden hinta on tutkimusten mukaan keskimäärin 1,7 – 2,3 kertainen vastaaviin tavanomaisiin tuotteisiin verrattuna (Chever ym. 2012).

Nimisuojauksesta voi olla hyötyä etenkin vientituotteiden brändämisessä ja markkinoinnissa. Kotimaan markkinoilla merkistä koetaan olevan hyötyä erityisesti matkailukontekstissa.

Suojaus on voimassa koko EU:n alueella.

Järjestelmän valvonta

Valvovana viranomaisena on alkoholituotteissa Sosiaali- ja terveysalan lupa- ja valvontavirasto Valvira, elintarvikkeissa Elintarviketurvallisuusvirasto Evira. Tarkastukseen kuuluu esim. Sahdin osalta kantavierreväkevyyden, alkoholipitoisuuden, pH-arvon ja uutepitoisuuden valvonta. Vuosittaisilla tarkastuksilla tarkistetaan mm. reseptit, raaka-ainekäyttö, raaka-aineiden ostot ja käyttö, kirjanpito ja valmistajan suorittama omavalvonta.

Eviralta löytyy hyvä ohje nimisuojat tuotteiden valmistajille (Elintarvikkeiden nimisuojan valvontaohje 2015); https://www.evira.fi/globalassets/tietoa-evirasta/lomakkeet-ja-ohjeet/elintarvikkeet/pakkausmerkinnat/nimisuojan_valvontaohje_pikapaivitys_21102015_.pdf

Muista ilmoittaa paikalliselle elintarvikealan viranomaiselle, että valmistat nimisuojat tuotetta. Olemassa olevan alkoholituotteen muuttaminen nimisuojat tuotteeksi ilmoitetaan nimenmuutoksella Valviraan (samalla vanha tuote poistuu). Nimessä tulee tällöin olla kaupallisen nimen lisäksi ko. nimisuojat tuotteen nimi. Nimisuojat tuotteita koskeva valvonta toteutetaan osana normaalia elintarvikevalvontaa.

Tuottajan omavalvonta

Sahdin valmistaja laatii valmistusvalvonnastaan omavalvontasuunnitelman. Lisäksi vaaditaan valmistajalta määräajoin valmistusilmoitus sekä toimitusilmoitus. Vuosittain panimoissa ja jakeluyrityksissä pitää toteuttaa näytteiden otto, mikä suoritetaan tuotteiden valmistuksen omavalvontasäännösten ja tuotteen erittelyn mukaisuuden varmistamiseksi. Tässä yhteydessä on todettava, että valmistuksessa noudatetaan perinteistä valmistustapaa.

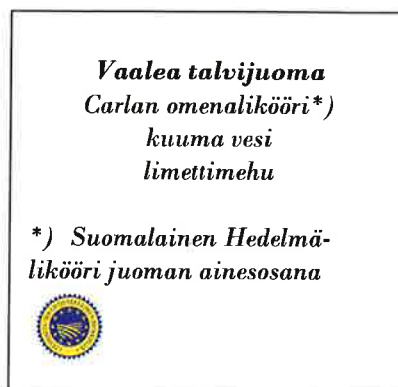
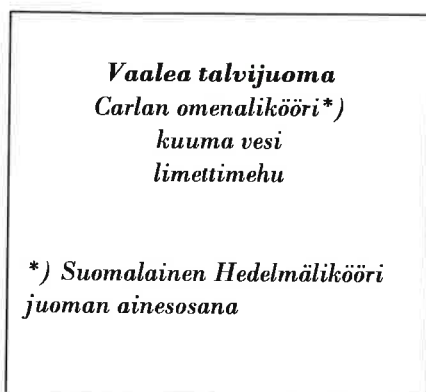
Suomalaisen Marjaliköörin, Suomalaisen Hedelmäliköörin tai Suomalaisen Vodkan valmistaja noudattaa myös omavalvontasuunnitelmaa, kirjaa valmistuskirjanpitoon tuotteessa käytetyt raaka-aineet, apuaineet ja osoittaa samalla valmistavan tuotteensa ko. kriteerien mukaisesti.

Viestintä asiakkaille

Tuotteen erityisyys kannattaa tuoda esille viestinnässä. Muista kertoa Sahdin valmistukseen liittyvästä perinteestä, Suomalaisen Marjaliköörin raaka-aineiden alkuperästä ja valmistusmaasta ja Suomen ilmaston erityispiirteistä, joka antaa tuotteelle sen oman arominsa tai kerro Suomalaisen Vodkan valmistamiseen käytetystä puhtaasta suomalaisesta vedestä jne.

Nimisuojasta kilpailukykyä hankkeessa on tuotettu muutamia esimerkkejä markkinointitoimenpiteistä likööreille mm. malli markkinointisuunnitelmasta ja tarinaesimerkki tuotteelle (liitteenä) sekä esimerkkejä liköörien käyttämisestä ruokaresepteissä. Nämä löytyvät www.hamk.fi/nimisuoja -sivulta.

Myös ravintoloille kannattaa kertoa tuotteiden erityisyydestä. Nimisuojat tuote ainesosana voidaan tuoda esiin myös ruoka- tai juomalistalla. Juomalistalla tieto merkitään esim. listan/sivun alalaitaan ja juoma, jossa nimisuojat tuotetta on, viitataan asteriskilla. Nimisuojat tuote pitää ilmaista aina perusmuodossa ” Suomalainen Marjalikööri” ja avattava, että nimisuojat tuote on juoman ainesosana. Halutessaan voi liittää nimisuojalogon. Kuluttajaa ei saa siis johtaa harhaan luulemaan, että ko. drinkki on nimisuojat tuote.



Esimerkit nimisuojuatuote juomalistassa

Ruuassa tai annoksessa tulee myös olla kyseistä ainesosaa riittävästi antamaan ruualle erityisen makuvivahteen. Samassa annoksessa ei saa käyttää lisänä vastaavaa ”tavallista” ainesosaa. Tarkemmin tästä asiasta löytyy EU:n komission antamasta tiedonannosta: Suuntaviivat suojatun alkuperänimityksen (SAN) tai suojatun maantieteellisen merkinnän (SMM) saaneita tuotteita ainesosina sisältävien elintarvikkeiden merkinnöistä (2010/C341/03); <https://www.evira.fi/globalassets/elintarvikkeet/valmistus-ja-myynti/elintarvikkeista-annettavat-tiedot/pakkausmerkinnat/suuntaviivat-ainesosien-ilmoittamisessa.pdf>

Myös Suomen ainutlaatuinen pohjoinen sijainti kannattaa hyödyntää markkinoinnissa, erityisesti Euroopan ulkopuolella. Vain Suomi ja Islanti sijaitsevat valtioina kokonaan 60 leveyspiirin pohjoispuolella. Vientirytyksille on markkinointimateriaalia esimerkiksi <http://www.arcticfoodfromfinland.fi/> sivuilla.

Nimisuojuasta kertova merkintä osana pakkausta

Jokainen yritys, joka valmistaa kriteerit täyttävää nimisuojuatuotetta, voi käyttää rekisteröityä alkuperänimitystä tai maantieteellistä merkintää pakkauksessaan. Maataloustuotteilla, elintarvikkeilla ml. Sahlilla tulee merkinnän lisäksi pakkauksessa olla unionin tunnus eli pyöreä nimisuojuologo. Tislatuilla alkoholijuomilla (alkoholipitoisuus >15 til-%, ml. Suomalainen Hedelmä/Marjalikööri) myyntinimitykseen voi lisätä unionin tunnuksen, mutta se ei ole pakollinen ((EU) N:o 716/2013, 22 artikla; <http://publications.europa.eu/fi/publication-detail/-/publication/f29d29ad-0c06-11e3-8d1c-01aa75ed71a1/language-fi>).



Unionin tunnuksen nimisuojuatuotteille; aito perinteinen tuote, suojattu maantieteellinen merkintä ja suojattu alkuperänimitys.

Myyntinimike, alkuperänimitys/maantieteellinen merkintä ja mahdollinen unionin tunnus merkitään etikettiin samaan näkökenttään. Tuotteen tulee vastata ko. nimisuojuatuotteen kriteereitä. Nimisuojuatun nimen tulee olla pakkauksessa aina nimisuojujärjestelmään rekisteröidyssä perusmuodossa, esim. Suomalainen Hedelmälikööri.



Esimerkkikuva nimisuojuamerkinän käytöstä etiketissä

Pakkauksmerkinnöissä on mahdollista käyttää myös tekstiä "suojattu maantieteellinen merkintä" tai "aito perinteinen tuote", mutta nämä merkinnät eivät ole pakollisia.

Unionin tunnuksat (nimisuojualogot) on saatavilla ja ladattavissa ilmaiseksi sivulta;

http://ec.europa.eu/agriculture/quality/schemes/index_en.htm. Halutun kieliversion saa valikkona pienestä laatikosta logon vieressä. Logot oltava joko värillisiä tai mustavalkoisia, mustavalkoisia tunnuksia voi käyttää vain, jos pakkauksen muut painatukset ovat mustavalkoisia. Logon on oltava halkaisijaltaan väh. 15 mm, pienissä pakkauksissa 10 mm. Tarkat ohjeet ja kokovaatimukset löytyvät Komission täytäntöpanoasetuksesta (EU) N:o 668/2014, liite X; <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/PDF/?uri=CELEX:32014R0668&from=fi>.

Suomalaiset nimisuojujuomatuotteet ja niiden kuvaukset EU:n nimisuojujärjestelmässä

HUOM. Suomalaisen Marjaliköörin, Suomalaisen Hedelmäliköörin ja Suomalaisen Vodkan osalta nimisuojuuksen tuote-eritelmiä on päivitetty. Tekniset asiakirjat ovat EU:ssa hyväksyttävänä ja ne saattavat vielä tarkentua.

Sahti

Sahti valmistetaan perinteen mukaisista raaka-aineista, joihin kuuluvat ohramaltaan lisäksi muu viljamallas ja vilja (ruis, ohra, vehnä ja kaura) sekä usein humala. Alkoholikäymiseen käytetään leiviniivaa tai kerättyä hiivaa.

Valmistus tapahtuu lisäämällä vesi maltaan ja viljan joukkoon siten, että veden lämpötila on alussa noin 40 astetta ja viimeisessä lisäyksessä noin 100 astetta Celsiusta (imellyttäminen/mäskääminen). Kuumennusajat vaihtelevat lyhyestä kuumennuksesta perusteelliseen keittämiseen. Vierre erotetaan kuurnassa tai saavissa (siivilämmö) ja vierteen sekaan voidaan lisätä humalaa. Valmistuksen apuaineina on perinteisessä menetelmässä käytetty siivilöinnissä katajaa ja rukiin olkia.

Vierre käytetään valmiiksi sahdiksi hiivan (leivinihiiva tai kerätty hiiva) avulla. Käyminen tapahtuu pintahiivamenetelmällä, jossa pääkäyminen on noin 3 vrk huoneenlämmössä tai viileämmässä ja varastoiminen viileässä vähintään viikon. Sahdin alkoholi muodostuu yksinomaan siitä sokerista, joka on syntynyt valmistuksessa käytetyistä maltaista ja niiden ohella käytetyistä muista viljatuotteista.

Sahdin tekotavat ja raaka-aineet ovat perinteisesti hieman vaihdelleet eri paikkakunnilla, mutta yllä mainitun ohjeen rajoissa. Noin 50 litran sahtiannokseen käytetään noin 20 kg viljamaltaita ja 50 g hiivaa.

Sahdin perinteinen luonne perustuu perinteiseen valmistustapaan. Se on valmistettu perinteisistä raaka-aineista ilman lisäaineita. Valmistaa sahtia ei suodateta eikä pastöroida, vaan se nautitaan tuoreoluenaa.

Sahdilla on pitkät perinteet, jopa tuhansia vuosia se on säilyttänyt tekotapansa sukupolvesta toiseen, vaikka kirjallisia todisteita ei olekaan kovin kaukaisilta ajoilta. Sahtia on käytetty ja käytetään edelleen juhla-juomana ja osana elävää maaseutukulttuuria kotialueellaan Kanta- ja Päijät-Hämeessä sekä Pohjois-Satakunnassa. Sahdin tekotapa on käsityövaltainen ja siihen liittyy myös omia valmistusvälineitä, joista ainakin puukuurna on omintakeinen. Varhaisin kirjallinen maininta sahdin perinteisestä luonteesta ja maantieteellisestä esiintymisestä on vuodelta 1792. Sahti lukeutuu maailman epätavallisimpiin ja selkeimmin erottuviin mallasjuomiin, ja se on yksi Länsi-Euroopan viimeisistä alkuperäisistä oluista.

Sahdivierteen kantavierreväkevyyden on vähintään 19 Plato-astetta, alkoholipitoisuus on 6-12 til-%. Sahdin pH on alle 5. Väri vaihtelee raaka-aineiden käytön mukaan vaalean keltaisesta tumman ruskeaan. Sahti on sameaa, koska se on suodattamatonta. Korkean jäännössokeripitoisuutensa vuoksi sahti on tuoreena maultaan makeahkoa.

(<http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2001:125:0005:0006:FI:PDF>).

Suomalainen Marjalikööri ja Suomalainen Hedelmälikööri

Suomalainen Marjalikööri, Suomalainen Hedelmälikööri, Finsk Bärlikör, Finsk Fruktlikör, Finnish berry liqueur ja Finnish fruit liqueur on vähintään 15 til-% alkoholijuoma, jossa sokeripitoisuus on vähintään 100 g/l (likööriä koskevat yleiset vaatimukset (EY) N:o 110/2008; <http://eurlex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/PDF/?uri=CELEX:32008R0110&from=FI>).

Tuotteen erityisyys perustuu raaka-aineena käytettyihin suomalaisiin marjoihin ja hedelmiin, niiden tulee olla Suomessa viljeltyjä tai Suomessa luonnonvaraisina kasvaneita. Uuttamisessa käytetään maatalousperäistä etyylialkoholia tai -tislettä, sen ei tarvitse olla suomalaista.

Tuotteen väri ja maun on tultava pääasiallisesti raaka-aineena käytetyistä marjoista tai hedelmistä, mutta aromien lisääminen on tasalaatuisuuden vuoksi mahdollista. Tuotteet on valmistettava Suomessa, mutta pullotus voidaan kuitenkin tehdä myös Suomen ulkopuolella. (Asetus

alkoholiuomista ja väkiviinasta 22.12.1994/1344 (päivitetty 12.2.2015/108),
<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1994/19941344>).

Likööriä on valmistettu Suomessa jo 1900-luvulta lähtien ja tuotteita valmistetaan yhä samalla perinteisellä tavalla. Suomen pohjoinen sijainti ja pitkät valoiset kesäpäivät antavat siihen käytetyille raaka-aineille oman erityisen arominsa.

Suomalainen Vodka

Suomalainen Vodka, Finsk Vodka, Vodka of Finland valmistaminen perustuu kotimaisen etanolin käyttöön, joka on saatu hiivalla käyttämällä suomalaisesta viljasta ja/tai perunasta ja tislataan. Valmistuksessa käytetyn veden tulee olla myös suomalaista pohjavettä tai lähdevettä, jota ei ole jatkokäsittely suodattamalla tai muulla tavoin. Vodka valmistetaan tislamalla. Suomalaisen Vodkan metanolipitoisuuden tulee olla alle 10 g/hl (huom. kireämpi vaatimus kuin vodkalla) ja tuotteen alkoholipitoisuuden vähintään 37,5 til-%. ((EY) N:o 110/2008;
<http://eurlex.europa.eu/legalcontent/FI/TXT/PDF/?uri=CELEX:32008R0110&from=FI>).

Suomalainen Vodka on väritön ja läpinäkyvää. Siihen voidaan lisätä hedelmistä, marjoista, vihanneksista tai mausteista saatuja aromeja juoman maustamiseksi. Suomalainen Vodka valmistetaan Suomessa, mutta pullotus voidaan kuitenkin tehdä myös Suomen ulkopuolella. (Asetus alkoholijuomista ja väkiviinasta 22.12.1994/1344 (päivitetty 12.2.2015/108),
<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1994/19941344>).

Lisätietoa

Aitoja makuja sivusto, kuluttajille ja yrityksille tietoa nimisuojuuksesta, <http://www.aitojamakuja.fi>

Chever, T., Renault, C., Renault, S. & Romieu, V. 2012: Value of production of agricultural products and foodstuffs, wines, aromatized wines and spirits protected by a geographical indication (GI) Tender no Agri-2011-Eval-04. Final report.

DOOR-tietokanta, nimisuojuatut maataloustuotteet ja elintarvikkeet, 1554 kpl (tarkemmat tuotetta koskevat tiedot löytyvät Official Journal Publications-linkkien alta),
<http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html>

E-Bacchus, rypälewiinit 371 kpl; <http://ec.europa.eu/agriculture/markets/wine/e-bacchus/index.cfm?event=resultsPTradTerms&language=EN>

E-Spirit-Drinks, väkevät juomat 258 kpl (huom. ei sisällä tuotteiden erityistietoja);
<http://ec.europa.eu/agriculture/spirits/index.cfm?event=searchIndication>

Maaseutuviraston (Mavi) sivut nimisuojuasta (merkinnän hakeminen, oppaita, lainsäädäntöä);
<http://www.mavi.fi/fi/tuet-ja-palvelut/yritykset-kauppa-teollisuus/nimisuoja/Sivut/default.aspx>

Tämä aineisto on tuotettu maa- ja metsätalousministeriön rahoittamassa Nimisuojuasta kilpailukykyä -hankkeessa (2015-2016) (<http://www.mavi.fi/fi/Documents/nimisuojuasta-kilpailukyky.pdf>)

Nimisuojasta kilpailukykyä –hanke

Koordinaatio Helsingin yliopiston Ruralia-instituutti

Yhteyshenkilö Marjo Särkkä-Tirkkonen

marjo-sarkka-tirkkonen@helsinki.fi, p. 044 5906849

LUETTELO INDIKAATTOREISTA TIEDOTUS- JA MENEKINEDISTÄMISOHJELMIEN VAIKUTUSTEN ARVIOINTIA VARTEN

Loppuraportti 1.1.2015 -31.12.2016

1. Tuotosindikaattorit

esim. järjestettyjen tapahtumien lkm, esitettyjen televisio/radiomainosten ja julkaisujen lehti- tai verkkomainosten lkm.

- Järjestettyjä tapahtumia 22 kpl
- lehti- tai verkkomainokset 1 kpl

2. Tulosindikaattorit

lehdissä julkaistujen maksuttomien artikkeleiden lkm, verkkosivustolla vierailleiden lkm, Facebook-sivujen tykkäysmäärä, tapahtumiin osallistuneiden ammattilaisten/asiantuntijoiden/maahantuojien/kuluttajien lkm (seminaarit, työpajat, maistelutilaisuudet jne.), televisio/radiomainosten ja lehti- tai verkkomainosten avulla saavutettujen ammattilaisten/asiantuntijoiden/maahantuojien/kuluttajien lkm, tuottajiin yhteyttä ottaneiden ammattilaisten/asiantuntijoiden/maahantuojien/kuluttajien lkm, mediaseuranta-aineiston arvo

Artikkelit

- 15 kpl
- tiedotteet verkkomedioissa 15 kpl

Verkkosivustoilla vierailleiden määrä

- Aitojamakuja.fi:n nimisuojasivusto ja Ruralia-instituutin sivustot, joilla esitelty hankkeen tuotoksia:
 - yhteensä 755 kävijää

Tapahtumiin osallistuneiden ammattilaisten/asiantuntijoiden/maahantuojien/kuluttajien lkm

Tapahtuma	Osallistujien lkm
Esitys nimisuojusta Elintarvikepäivillä 5.5.2015 (esityksessä n. 50 henkilöä, koko tapahtuma 800 osallistujaa)	50
Infopiste Farmarimessuilla 2.-4.7.2015 Joensuussa (koko messuilla 70 000 kävijää)	70 000
Esitys Rapu&Muikku tapahtumassa 31.7.2015, Mikkeli (n. 10 000 kävijää)	10 000
Herkkujen Suomi 2015 infopiste (koko tapahtumassa 50 000 kävijää)	50 000
Esitys nimisuojusta Food from Finland verkostoitumisillassa 27.8.2015	49
KT-hankkeiden infopiste Puutarha-alan ammattilaismessut 2015 , Lepaa (koko tapahtumassa 9 038 kävijää)	9038

13.5.2015 Lepaalla asiantuntijatyöpaja (juoma-alan ammattilaisia+lehdistöä), yht. 12 hlöä	12
Esitys nimisuojusta Maataloustieteenpäivät 12.1.2016, Helsinki (n. 500 osallistujaa)	500
Herkkujen Suomi 2016 infopiste (35 000 kävijää)	35 000
Loppuseminaari 19.12.2016, Helsinki (34 osallistujaa)	34
yhteensä (henkilöä)	174 683

Radiohaastattelut (maksuton)

- 5 kpl

Nimisuojakampanja Facebookissa 1.7.-22.8.2015

- Aitojamakuja, Lähiruokaohjelman ja LounaFoodin facebook-sivujen tunnuslukuja ko. kampanjan ajalta:

	Aitoja makuja	Lähiruokaohjelma	LounaFood	Yhteensä
Kattavuus	9 148	10 629	4 052	19 843
Näyttömäärä	19 197	22 104	7 821	49 122
Sivustoklikkaukset	1 127	2 062	498	3 687
Hinta / tulos	0,11 €	0,06 €	0,10 €	0,08 €
CTR (tulosprosentti)	5,87 %	9,33 %	6,37 %	7,51 %
Budjetti	125 €	125 €	50 €	300 €
Osuvuus pisteet	10 / 10	10 / 10	10 / 10	

3. Vaikutusindikaattorit

alan myyntikehitys, tuotteen kulutuksen kehitys, muutos unionin laatujärjestelmien tunnusten tunnistamisessa, muutos unionin laatutuotteiden tuotekuvassa, tietoisuuden lisääntyminen unionin maataloustuotteiden luontaisesta arvosta ja muista ansioista, kuluttajien luottamuksen lisääntyminen

Alan myyntikehitys

Karjalanpiirakan osalta tuottajat arvioineet, että ko. tuotteen osalta myynnin arvo lisääntynyt n. 10 %.

Nimisuojasta kilpailukyky- hanke on tuonut runsaasti näkyvyyttä Puruveden muikulle ja Kerimäen Kalatalon kautta kulkevat kalamäärät ovat kasvaneet tasaisesti. Puruveden muikun menekin ja hintatason kehittymistä on kuitenkin hyvin vaikea arvioida hankkeen aikajänteellä.

Yleinen kiinnostus Puruveden muikkua kohtaan on myös selvästi lisääntynyt hankkeen aikana, mikä näkyy erilaisten kalakauppaan liittyvien toimijoiden lisääntyneinä yhteydenottoina. Tämä heijastuu suoraan asiakkailta tulevaan kysyntään, joka välittyy alkutuottajille kalan jälleen myyjien kautta. Kerimäen kalatalo onkin omalta osaltaan pyrkinyt vastaamaan tähän kysyntään.

Tietoisuuden lisääntyminen unionin maataloustuotteiden luontaisesta arvosta ja muista ansioista, kuluttajien luottamuksen lisääntyminen

- Aitojamakuja.fi-sivustolle koottu tietoa nimisuojat tuotteita valmistavista ja myyvistä yrityksistä
 - Lukumäärä hankkeen lopussa 40 kpl
- Aitojamakuja.fi-sivustolla on myös vapaasti tulostettavissa oleva esite nimisuojasta
- Facebook-kampanjan sivuilla vierailtiin yhteensä 5005 kertaa (3907 eri kävijää)
- Kilpailuun suosituimmasta nimisuojat tuotteesta annettiin 747 ääntä
 - näistä palkintoarvontaan antoi yhteystietonsa 349 henkilöä.