



Anna vieras kokea Lappi myös makuina!

Paikallista raaka-ainesta tehdyt herkut ovat mielenterveyttä edistävää sekä ulkomaisille matkailijoille että lähettä tulleille vieraille.

Me tuottajat haluamme tarjota Sinulle parasta pöytään pantavaksi. Tutustu seuraavilla sivuilla olevaan tilaushinnoistoomme.

Soita, puh. +358 40 521 6235, niin kerromme lisää.



Grafi: Arto Ruoppa ja Jari Väätäinen

Food Bank – ruokaa läheltä

Loppuraportti

Food Bank – Loppuraportti

1. Hankeorganisaatio ja hanketunnisteet

Hankkeen nimi	Food Bank – ruokaa läheltä
Hankkeen kesto	1.4.2004 – 31.12.2007
Hankkeen tunniste - diaarinumero - hankenumero - ohjelma - toimintalinja	1498/3510-2002 4747 Pohjois-Suomen tavoite 1 maaseutu
Hankkeen toteuttaja	Tervolan kunta Keskustie 81 95300 Tervola
Projektipäällikkö	Inkeri Portti 1.4.2004 – 31.3.2005 Jaana Väisänen 15.4.2005 – 31.10.2007
Hankkeen ohjausryhmä - puheenjohtaja - rahoittajan edustaja - sihteeri - muut jäsenet - asiantuntijajäsen	Hanna Salminen, Tervolan kunta (2.11.2004 alkaen) sitä ennen vaihtuva henkilö Anne Ristioja, Lapin TE-keskus projektipäällikkö, Tervola Matti Alatalo, Alatalon Mylly Oy, Tervola Pentti Rantatorikka, Lapin Marjamatka Oy, Tervola Heikki Niemelä, Tervola Vilho Palosaari, Länsi-Lapin Ammatti-instituutti, Tervola Anne Närhilä, Meri-Lapin Herkut 2 –hanke, ProAgria Lappi / Kemi-Tornio alueen Kehittämiskeskus Jussi Veijola, Elintarvikekoordinaatiohanke, ProAgria Lappi

Sisällysluettelo

1	Hankeorganisaatio ja tunnisteet	2
2	Hankkeen tausta	3
3	Hankkeen tavoitteet	4
4	Hankkeen toiminta ja tuloksellisuus	4
5	Hankkeen osallistujamäärät ja työllisyysvaikutukset	13
6	Hankkeen talous	14
7	Tiedottaminen hankkeesta	15
8	Hankearviointia	15
9	Liitteet	16

2. Hankkeen tausta

Ruuan paikallisuus oli hanketta suunniteltaessa uusi nouseva aihealue elintarviketuotannon kehittämisessä. Tämä näkökulma sopi täydellisesti Lapin maaseudulle, jossa elintarviketuotanto ja työpaikat olivat vähenemässä nopeaa tahtia. Lähiruuan tuotannon ja kulutuksen kehittämisessä yhdistyivät sekä ympäristökelijät että tuotannon sosiaaliset ja eettiset vaikutukset.

Luonnontuotealalla elettiin myös nousukautta. Kosmetiikka- ja virvoitusjuomateollisuudella oli alkanut herätä kiinnostusta luonnontuotteiden hyödyntämiseen. Luonnontuotteiden kehittämätön keruuverkosto oli havaittu alan pullonkaulaksi. Tätä keruuverkostoa oli ryhdytty kehittämään jo Lapin muissa vastaavissa alueellisissa hankkeissa.

Alkuperäinen hankesuunnitelma keskittyi maatilayritystoiminnaltaan vahvan Tervolan elintarvike- ja luonnontuoteyritysten kehittämiseen, mutta hakuvaiheessa neuvoteltaessa Lapin TE-Keskuksen kanssa päädyttiin laajentamaan toiminta-aluetta kaikkiin Kemi-Tornio -alueen kuntiin.

2.1. Hankkeen kytkennät meneillään oleviin ja päättyneisiin hankkeisiin

Lappilaista vihannes- ja perunatuotantoa olivat kehittäneet aiemmin mm. Lapin Erikoisviljelyhanke, Lapin Laatuperunahanke ja Maatiaiskasvihanke. Näiden hankkeiden tuloksena vahvistuivat Meri-Lapin alueen mansikan, kaskinauriin ja puikulan tuotanto.

Myös luomutuotantoa ja luomutuotteiden markkinointia oli kehitetty Lapin Luomua lautaselle –hankkeessa ja sen jälkeen syntyneessä Lapin Luomu –markkinointihankkeessa (2001-2003). Näiden hankkeiden avulla tuotettiin Lapin luomutuotteille yhteinen ulkoasu pakkauksiin ja avattiin markkinointikanavia Etelä-Suomen vähittäiskauppoihin ja elintarvikeketjuihin.

2000-luvun alkupuolella kävi ilmeiseksi tarve koordinoida Lapin hajanaista hanketoimintaa elintarvike- ja alkutuotantosektorilla. Lapin elintarvikestrategian luomista ja alan kehittämisen koordinoimista varten ProAgria Lappi käynnisti vuoden 2004 alussa Elintarvikekoordinaatiohankkeen. Sen tuloksena julkistettiin Lapin elintarvikestrategia.

Food Bank –hanketta suunniteltaessa Kemi-Tornio -alueella oli meneillään toinen lähiruuan tuotantoa ja kulutusta oli kehittävä hanke – Meri-Lapin Herkut (2001-2004). Tässä hankkeessa painopisteitä olivat lähituotteiden saatavuuden parantaminen suurkeittiöasiakkaille, tuottajien ja kuluttajien vuoropuhelun lisääminen sekä Meri-Lapin Karitsan ja Lapin Puikulan tuotannon ja tuotteiden laadun parantaminen suurkeittiöasiakkaiden vaatimuksia vastaaviksi. Sen jatko, Meri-Lapin Herkut 2, käynnistyi yhtä aikaa Food Bank –hankkeen kanssa. Jatkohankkeen päätavoitteena oli luoda seudulle toimiva lähiruokaterminaali, joka jatkojalostaisi paikallisen raaka-aineen puolivalmisteiksi vähittäiskaupan ja suurkeittiöasiakkaiden käyttöön sekä edistää lähituotteiden markkinointia.

Luonnontuotealalla meneillään oli useita hankkeita, joista mainittakoon tuotantoa ja hankeyhteistyötä koordinoiva Luonnosta teolliseen tuotantoon II –hanke (2003-2006). Se kehitti keruutuotteiden raaka-ainetuotantoa, laadunhallintaa ja paransi luonnontuoteverkoston kykyä massatuotantoon sekä herätti teollisuuden luonnontuotteiden kysyntää. Food bank –hanke suunniteltiin kytkeytyväksi LTT-hankkeeseen siten, että se vahvistaisi raaka-aineen keruuverkostoa ja parantaisi sen laadunhallintakykyä. Lisäksi ajatuksena oli kehittää paikallista luonnontuoteyrityttä.

4. Hankkeen tavoitteet

Hankkeen tavoitteena oli luoda monipuolinen maataloustuotteiden ja luonnontuotteiden palveluverkosto ja puitteet yrittäjien markkinointiyhteistyölle. Hankkeen avulla pyrittiin lisäämään lähiruuan volyymia ja saatavuutta Kemi-Tornio alueella.

Hankkeen käynnistysvaiheessa päätettiin toimia yhteistyössä Meri-Lapin Herkut 2 –hankkeen kanssa, ja jakaa tehtäviä siten, että Food Bank –hanke keskittyisi enemmän alkutuotannon ja lähiruuan tuotannon kehittämiseen ja lisäämiseen, ja Meri-Lapin Herkut 2 puolestaan lähiruuan käytön ja saatavuuden parantamiseen jatkojalostuksessa ja suurkeittiöissä. Kun em. hanke oli päättynyt 2006, tämän työtä lähiruuan käytön lisäämiseksi suurkeittiösektorilla jatkettiin Food Bank –hankkeessa.

Hankkeen päätavoitteet olivat:

- lisätä elintarviketuotantoa ja niiden jalostusta Kemi-Tornio alueella
- perustaa maatalous- ja puutarhatuotteiden markkinointiorganisaatio
- tuotepörssi ja yhteiset pakkaukset
- lähiruokaverkoston perustaminen
- sitoa luonnontuotealan toiminnat osaksi paikallisia matkailu- ja elämispalveluita
- antaa koulutusta ja neuvontaa maataloustuottajille ja luonnontuotteista kiinnostuneille ihmisille
- edistää jo olevaa ja synnyttää uutta luonnontuotejalosteiden myyntiä paikallisesti ja alueellisesti
- luoda työskentely – ja varastointimahdollisuuksia yrityksille, jotka jatkojalostavat maatalous- puutarha- ja luonnontuotteita tai harjoittavat muuten alaan liittyvää toimintaa
- hyödyntää alueen luomuviljely- ja keruutuotantoresursseja

5. Hankkeen toiminta ja tuloksellisuus

Hankkeen johtoajatukseksi oli lähiruuan tuotannon ja saatavuuden lisääminen Kemi-Tornioalueella. Pääpaino toiminnassa oli alkutuotannon ja keruutuotannon kehittämisessä nykyaikaisen elintarvikeketjun tarpeita vastaavaksi. Hankkeen osallistujille pyrittiin tarjoamaan tarpeidenmukaista koulutusta ja neuvontaa niin viljelyssä, markkinoinnissa kuin luonnontuotteiden keruussa ja jatkojalostuksessa. Hankkeen toteutusaikana tuli kuitenkin ilmeiseksi, että elintarvikeyrittäjiä oli suhteellisen vaikeata saada koulutuspäiviin. Sen sijaan luonnontuoteturssit olivat suosittuja, koska ne vetivät alan harrastajia, joiden pääasiallinen toimeentulo tuli muun alan toiminnasta. Monipuolisen kurssivalikoiman avulla pyrittiin luomaan edellytyksiä kehittää harrastuksesta yritystoimintaa.

Pienyritysten markkinointiongelmien nousivat hankkeen toimintakauden loppua lähestyttäessä entistä tärkeämmiksi kehittämiskohteiksi. Syynä tähän olivat todennäköisesti elintarvikekaupan ketjuuntuminen ja kilpailun kiristyminen, sekä tiukentuneet vaatimukset tuotteiden turvallisuudesta ja toimitusvarmuudesta. Yrittäjien yhteistyö alkutuotannon piirissä toteutui hankkeen avustuksella puutarhakasvien lisäysmateriaalin ja pakkausten yhteishankintoina sekä hankkeen tekeminä selvityksinä. Tätä merkittävämmäksi kehittyi kuitenkin tuotteiden markkinointiyhteistyö. Yrittäjien yhteistoimituksilla pyrittiin tarjoamaan katkeamaton tuotteen tarjonta asiakkaille. Yhteisesiintymisellä pystyttiin myös antamaan vahvempi ja luotettavampi mielikuva asiakkaille.

4.1 Puikulantuotanto

Hanke aloitti toimintansa selvittämällä mahdollisuudet perunan kuorinnan uudelleenkäynnistämiseen Tervolassa. Vast'ikään oli Lapin Saven kiinteistössä toiminut perunankuorimo joutunut lopettamaan heikon kannattavuuden takia. Ajatukset kannattavan kuorimoyrityksen

perustamisesta kilpistyivät kovaan hintakilpailuun markkinoilla. Lisäksi selvitettiin Tervolan Kaisajoen teollisuushalliin kaavailun pakkaamo-yhteisvaraston perustamiskustannukset yhdessä Peräpohjolan Kehitys ry:n ja Pienyritysten aktivointihankkeen kanssa. Varastoinvestoinnit eivät myöskään olleet ajankohtaisia seudun viljelijöille. Viljelijöiden kanssa käytiin kuitenkin Pohjanmaalla tutustumassa perunatilojen varastointi- ja kauppakunnostustiloihin.

Puikulantuotannon tehoneuvonnasta (2004-2007) vastasi tutkija Antti Hannukkala MTT Lapin tutkimusasemalta. Kasvustotarkastusten perusteella tutkija antoi ohjeet ruttoruiskutuksille, havainnoi tautitilanteen ja antoi ohjeet korjuunjälkeiseen kuivatukseen ja varastointiin. Kahtena syksynä tuottajilta kerättiin myös perunanäytteet Puikula-perunan stressiä kuvaavan antosyaaniväriin esiintymisestä ja varastotautien laajuudesta. Varastonäytteiden keruu lopetettiin, koska viljelijät kokivat vähäiseksi em. tutkimuksen antaman lisäarvon, sillä tieto varastotaudeista tuli jälkikäteen.

Viljelijöiden välinen tuotannollinen yhteistyö ei kovin paljon lisääntynyt, sillä kullakin viljelijällä oli vakiintuneet omat toimintatapansa. Esimerkiksi siemenperunan yhteishankinta toteutettiin vain yhtenä vuonna. Hankkeen tehtäväksi nostettiin kuitenkin yhteisiä ongelmia. Hanke selvitti muun muassa, sopiiko paperi- vai muovikääre puikulan pakkausmateriaaliksi, ja millainen vaikutus perunan kauppakunnostustekniikalla on perunan säilyvyyteen varastossa ja myymälässä. Kokeen perusteella todettiin paperikääreeseen ehkä parantavan lievästi säilyvyyttä varsinkin yli 2 viikkoa kestävässä varastoinnissa. Valossa ja muovipakkauksissa säilytetty puikula pysyi kaupunkuntoisena noin 2 viikkoa. Pesty peruna tuntui säilyvän hiukan paremmin valossa pakkausmateriaalista riippumatta.

Tuotannollisen yhteistyön sijaan koettiin hyödylliseksi yhteinen markkinointiviestintä ja markkinointi. Hanke organisoivat myös Lapin Puikula –revontulipakkausten yhteishankinnan, tuotti hyllypuhujia irtomyyntipisteisiin sekä kuuden reseptilehtisen sarjan markkinoinnin tueksi.

Hankeessa luotiin yhdessä MTT:n kanssa ehdotus Lapin Puikulan tuotantosäännöiksi, jotka suojatun alkuperämerkin oikeudet omistava ProAgria hyväksyi ja otti käyttöön.

Hankeessa pyrittiin helpottamaan Lapin Puikulan pääsyä isojen elintarvikeketjujen valikoimiin rakentamalla kahdelle puikulantuottajalle laatu- ja neuvottelemalla elintarvikekukauppojen kanssa. Hanke järjesti Satotukku Oy:n vierailun Lapin Puikula –tiloille. Lapin Puikulan kilon pakkaus pääsi tamperelaisen Vihannespalvelu Kankaansivu Oy:n valikoimassa mm. valtakunnallisille K-Kauppapäiville.

Food Bank –hankeessa ryhdyttiin talvella 2005-6 kehittämään kuoripäällisestä Pikku-Puikulasta säilykettä. Pikku-Puikulaa syntyy Lapin Puikulan tuotannossa vuosittain noin tonnin verran hehtaaria kohti. Se ei perunakauppa-asetuksen mukaisesti ole ”perunaa”, eikä sillä sellaisenaan siis voi olla arvoa vähittäiskaupassa. Se on kuitenkin aiemmissa Lapin elintarvikehankkeissa ja keittiömestarien suulla todettu herkulliseksi ja käyttökelpoiseksi ravintolakäyttöön.

Tavoitteena oli kehittää tuote, josta ravintoloissa voi nopeasti valmistaa alkupaloja ja annoksia. Pikku-Puikulasäilykkeen valmistukseen haettiin yhteistyökumppania, ja alustavasti neuvoteltiin inarilaisen Pohjolan Pilkkeen kanssa. Pohjolan Pilke osti muutenkin Puikulaa ja pyöreätä perunaa Tervolasta, joten toimitussuhde oli jo olemassa. Yhteistyö Pohjolan Pilkkeen kanssa ei kuitenkaan toteutunut, sillä Inarin alueella toimiva Kerttu 2 –hanke sai jatkoaikaa ja yrittäjä koki pystyvänsä paremmin hyödyntämään paikallisen hankkeen resursseja tuotekehityksessä.

Pikku-Puikulan säilöntää kuitenkin kokeiltiin Lapin Ammattiopiston/Rovaniemen Ammattikorkeakoulun tuotekehityskeittiössä. Kokeiluissa testattiin autoklavointia, kolmivaihesteriloitinta ja happamuuden säätöön perustuvaa tekniikkaa. Kolmivaihesteriloitinta, Tervolassa valmistettuja maustettuja Pikku-Puikulasäilykkeitä maisteltiin yrittäjien kesken

hankkeen järjestämässä tuotekehitystapaamisessa Pohjolan Pirtillä syksyllä 2006. Kolmivaihesteriloidun Pikku-Puikulan maku oli hyvä, mutta ongelmana oli perunan liiallinen haurastuminen keitossa. Happokeitto antoi puolestaan makuvirheitä.

Hankkeeseen osallistui neljä puikulantuottajaa, joista kolme Tervolasta ja yksi Sallasta.

4.2 Vihannestuotanto

Vihannestuotantoa kehitettiin kouluttamalla yrittäjiä ja testaamalla uusia viljelytekniikoita, tuotantovälineitä ja lajikkeita ja organisoitiin istukassipulien hankintaa yhteisostoina. Hanke edisti vihannesten markkinointia neuvottelemalla tukkukauppojen kanssa sekä välittämällä tuotenäytteitä sekä niille että jatkojalostajille. Hankkeeseen osallistui kahdeksan vihannestuottajaa.

Kemi-Tornioalueen puutarha- ja vihannestiloilla viljellään pääasiassa nippusipulia, kaskinaurista ja porkkanaa. Yhdellä kauppapuutarhalla viljelyssä on myös erilaisia kaaleja. Puutarhatilat myyvät tuotteensa joko torilla tai vähittäiskauppaan. Tuotanto on kaskinauriin- ja porkkanantuotantoa lukuunottamatta pienimuotoista. Esimerkiksi nippusipulista tuotetaan suuri osa muovikatteessa. Kateviljely vaatii runsaasti käsityötä, ja siksi tuotantopinta-alat ovat pysyneet pieninä.

Sipulintuotannon uudelleenherättämiseksi Tervolaan ja Kemi-Tornioalueelle annettiin hankkeessa merkittävä sysäys. Hankkeessa käynnistyi keväällä 2005 vuoden kestänyt koulutusarja, jossa vihannestuottajia opastettiin sipulintuotannon viljelytekniikoihin, jatkojalostukseen, markkinointiin ja talouteen. Koulutus ostettiin Elomestari Oy:ltä. Koulutukseen osallistui viisi henkilöä, joista yksi käynnisti v. 2006 sipulintuotantotilan Pelloon.

Koulutukseen liittyi koeviljelmä, joka toteutettiin yhteistyössä Länsi-Lapin Koulutuskuntayhtymän Louen yksikön, S.G.Nieminen Groupin ja Plastiroll Oy:n kanssa. Viljelmällä koeviljeltiin kepasipulilajikkeita ja ryvässipulia avomaalla, biohajoavassa kalvossa ja muovissa. Viljelmän ryvässipulikannat saatiin MTT:n geenipankkiviljelmältä. Ryvässipulisato päättyi seuraavana vuonna lisäysaineistoksi kurssin osallistujien omille sipulinviljelmille.

Vihannes- ja marjantuottajille suunnattu kasvinsuojeluruiskutuskoulutus keväällä 2005 keräsi runsaan osallistujajoukon. Osallistujista tosin vähemmistö oli varsinaista kohderyhmää.

Vuonna 2006 hanke organisoivat suuren istukassipulien yhteishankinnan, josta tuottajat saivat merkittävää hintaetua. Muutamille sipulintuottajille hankittiin myös salottisipulin istukasta, koska salottisipuli tuntui kiinnostavan lappilaisia ravintoloita. Lappilainen salottisipuli ei kuitenkaan osoittautunut kilpailukykyiseksi ulkomaisen suurikokoisemman salottisipulin rinnalla. Kaikki ryvässipuli puolestaan myydään edelleen kuluttajille suoramyyntinä.

Kun Kesko toi markkinoille luomuporkkanasoseen syystalvesta 2006, ja sen kysyntä osoittautui hyväksi, alkoi tuotteen valmistaja Tuoreverkko haeskella uusia vaihtoehtoisia soseraka-aineita. Hanke toimitti Tuoreverkolle kevättälvella 2007 koesoseutukseen paikallista luomukaskinaurista ja -lanttua. Asiakas oli tyytyväinen soseiden makuun, ja niinpä yhteistyön jatkokehittely siirtyi tuottajien vastuulle.

4.3 Mansikantuotanto

Hanke on lisännyt ja kehittänyt mansikantuotantoa alueella täsmäneuvonnalla ja kehittämällä mansikan markkinointia ja tilalla tehtävää jatkojalostusta. Hankkeeseen osallistui kahdeksan mansikantuottajaa.

Hankkeessa organisoitiin mansikantuottajien yhteishankintoja: taimia, pakkauksia ja etikettejä, sekä yhteisesiintymisiä ja -mainoksia alueen lehdissä. Viljelijöiden välinen

vuorovaikutus lisääntyi selvästi hankkeen kuluessa. Alueen lehdet uutisoivat kiitettävästi paikallisen mansikan satonäkymiä ja tekivät viljelijähaastatteluita.

Mansikantuottajien kanssa toteutettiin vuonna 2005 paseerausprojekti, jossa jatkojalostettiin pakastetuksi mansikkasoseeksi 625 kilo Lapin mansikkaa. Projektia varten yrittäjät vuokrasivat Elotuli-hankkeelta paseerauskoneen. Jatkojalostuspisteenä oli Länsi-Lapin Koulutus kuntayhtymän Louen yksikön keittiö. Meri-Lapin Herkut 2 –hanke puolestaan jatkojalosti soseesta Meri-Lapin Tuoremansikkahillon, jota se markkinoi tunturihotellien ravintoloihin. Matkailuyritykset eivät kuitenkaan katsoneet lappilaisuuden antavan riittävästi lisäarvoa tässä tuotteessa.

Kolme yrittäjää investoi keväällä 2006 kahteen pieneen paseerauskoneeseen, jotka tuotiin USA:sta. Hanke avusti maahantuonnissa, paseerauksen tekniikan ja tietotaidon hankinnassa, sekä järjesti valmiiden tuotteiden hygienianalyysit Rovaniemen Elintarvikelaboratoriossa. Nämä yrittäjät paseerasivat mansikkaa vuonna 2006 yhteensä noin 250 kg, mutta seuraavana vuonna vain muutamia kiloja. Yrittäjät myivät tuotteet joko pakasteina tai hillona suoraan kuluttajille. Ravintola-asiakkaille tuotetta meni hyvin vähän. Tuotannon vähäisyys vuonna 2007 johtui huonosta satovuodesta ja tuoremarjan kasvaneesta kysynnästä.

Mansikantuottajien neuvontapalvelut käsittivät pääasiassa tihkukasteluneuvontaa (ProAgria Oulun Kirsti Voho ja Marjaosaamiskeskuksen asiantuntija Martti Toivola) sekä kasvinsuojeluneuvontaa kasvukauden aikana. Mansikantuottajia opastettiin myös kasvien laadunvalvontarekisteriin liittymisessä ja viivakoodien käyttöönnotossa. Hanke järjesti yhden mansikantuotannon peruskurssin. Kurssille osallistui kymmenen henkilöä.

4.4 Hunajantuotanto

Seudun hunajantuottajille hanke tarjosi vuosittain yhden koulutustapahtuman tai tapaamisen. Kouluttajana ja neuvojana käytettiin Suomen Mehiläishoitajain Liiton koulutuspäällikkö Lauri Ruottista. Lauri Ruottisen ohjauksessa toteutettiin muun muassa kaksi vuotta kestänyt konttitalveutuskokeilu, jossa selvitettiin mehiläisyhteiskuntien talvehtimisen onnistumista lämpötilasäädelyssä kontissa. Konttitalveutuksesta raportointiin Mehiläinen-lehdessä kahteen otteeseen. Hanke raportoi konttitalveutuksen tuotantokustannusvertailun ja tulokset hankkeeseen osallistuneille mehiläishoitajille.

Ruottinen opasti vuonna 2005 järjestetyssä tapaamisessa mehiläishoitajia ns. nopean kevään kasvatustekniikkaan. Tässä tekniikassa yhdyskunnat talvehtivat sulkuristikolla varustetussa pesässä kahden emon kanssa, jotta ne keväällä vahvistuisivat nopeasti keruukuntoisiksi kasvukauden alkaessa. Kokemukset nopean kevään kasvatustekniikasta vaihtelivat, mutta pääosin tekniikka sai myönteistä palautetta mehiläishoitajilta.

Mehiläishoitajien aloitteesta järjestettiin vuonna 2006 koulutuspäivä mehiläisemojen keinosiemennyksestä Teuvo Kolmosen luona. Tapahtuma sai runsaasti julkisuutta Pohjolan Sanomissa olleen lehtijutun ansiosta. Mehiläishoitajista ei toistaiseksi kukaan ole lähtenyt opiskelemaan keinosiemennystä pitemmälle. Keinosiemennyspalveluita varmasti tarvittaisiin Pohjois-Suomen alueella.

Runsaan hunajavuoden 2006 takia olivat markkinointiin liittyvät kysymykset hunajantuottajien mielissä hankkeen viimeisenä toimintavuonna. Hankkeessa ryhdyttiinkin kahden hunajantuottajan kanssa kehittämään uusia hunajatuotteita. Syntyi Lapin Makea –tuoteperhe, jonka tuotteet sisälsivät tyrnin ja hillan siemenöljyjä. Siemenöljyt hankittiin torniolaiselta Aromtech Oy:ltä. Hanke suunnittelutti tuoteperheelle pakkaukset ja niitä koemarkkinointiin Tampereella järjestetyillä Rovaniemen Markkinoilla. Tampereella neuvoteltiin myös paikallisten jälleenmyyjien kanssa yhteistyöstä. Tästä eteenpäin tuotteiden markkinointi siirtyi yrittäjien vastuulle.

4.5 Luonnonyrttien keruu ja jatkojalostus

Luonnontuotealan kehittämisessä oli tavoitteena vahvistaa keruuverkostoa, jotta raaka-aineen saatavuus olisi riittävää teollisuuden tarpeisiin. Hankkeen aikana kävi kuitenkin ilmeiseksi, ettei luonnontuotealalla kysynnän ja tarjonnan suhde toiminut vielä siinä mitassa, että hanke voisi kannustaa alan harrastajia kaupalliseen keruuseen. Teollisuuden kysyntä niistä tuotteista, joita Kemi-Tornioalueella pystyttiin laajassa mitassa keräämään (esim. mesiangervonkukka), oli satunnaista, ja keruuteknologia (esimerkiksi mustikanverson keruussa) oli vasta kehittymässä. Hankkeen avulla pystyttiin kuitenkin parantamaan alan pienyritysten raaka-aineiden saatavuutta.

Hanke rakennutti keväällä 2006 Tervolan nuorten työpajalla kaksi isoa kevytrakenteista yrttikuivuria, joiden yhteinen kuivuriala oli noin 10 m². Niiden avulla oli mahdollista kuivata suurempia määriä yrttejä. Kuivureita lainattiin korvauksetta hankkeen osallistujille.

Hankkeen kurseilla kauppayrtyttöimintamerkkejä suoritti vuonna 2004 kymmenen henkilöä, vuonna 2005 20 henkilöä ja vuonna 2006 seitsemän henkilöä. Vuonna 2007 järjestettiin vain jatkokurssi kauppayrttien poiminnan peruskurssit suorittaneille. Yhteensä poimintamerkkejä suoritti 37 henkilöä. Yrttien massakeruutapahtumia järjestettiin kaikkina vuosina.

Yrttiraaka-aineiden käsittely- ja jatkojalostuskursseja järjestettiin vuosina 2004, 2006 ja 2007. Ensimmäisillä kurseilla koulutettiin alan harrastajia yrttien kuivaukseen, uuttamiseen sekä yrttiöljyjen ja keittosalvojen valmistukseen. Viimeisenä vuonna koulutuksissa valmistettiin emulsiovoiteita ja lotioneita (maitoja), keittosalvoja, saippuuita sekä shampoota. Tuotevalikoiman monipuolistaminen tuli mahdolliseksi, kun kosmetiikan raaka-aineita ja pakkauksia alettiin hankkia ulkomailta. Tuotteistuskursseilla hyödynnettiin erittäin paljon alueen omia tuotteita, kuten hunajaa, kehäkukkaa, porkkanaa, mesiangervonkukkaa sekä katajaa ja koivua. Hanke organisoi kurssien jälkeen raaka-aineiden yhteishankintoja, joten alan yrittäjyyttä suunnittelevat harrastajat saivat merkittävää hintaetua. Tuotteistuskursseille osallistui yhteensä 26 henkilöä.

Uusia yrttituotteita markkinoitiin vuonna 2007 yhdessä Oula-hankkeen kanssa Peräpohjolan Markkinoilla ja Meri-Lapin Ruokamessuilla. Elo-syyskuussa 2007 koottiin kolmen tervolalaisen luonnontuoteyrittäjän kanssa heidän tuotteistaan Mettänpiika-hoitotuoteperhe, jotta tuotteita olisi helpompi tarjota markkinoille. Hanke tilasi graafinen suunnittelija Maria Raappanalta tuoteperheen etikettimallit ja organisoi yhteispakkausten valinnan. Tuoteperhettä esiteltiin Lapin Safarit Oy:lle lokakuussa 2007.

Luonnontuotealan kehittämisessä oli merkittävänä toimintamallina hankkeiden välinen tiedonvaihto ja yhteistyö. Luonnosta teolliseen tuotantoon –hanke ja sen jälkeen Elintarvike- ja luonnontuotealan koordinaatiohanke, joissa Irja Mäkitalo ProAgria Lapista toimi hankevetäjänä, kokosi vuosittain (2004-2007) luonnontuotealan hankkeiden vetäjät kaksipäiväisiin suunnittelu- ja tiedotustapaamisiin. Food Bank –hanke osallistui yhdessä Oula-hankkeen kanssa Keminmaan Pohjanrannassa järjestetyn luonnontuotetapaamisen järjestämiseen kevättalvella 2007.

Hankkeessa luotiin yhdessä Lapinniitty Oy:n Anne Tuomivaaran kanssa kehittämissuunnitelma Keminmaan kunnan omistaman luonnonkauniilla paikalla sijaitsevan Juopperin kartanon muuttamiseksi luonnontuotealan ja matkailun keskuksiksi, joka toimisi Mikkelin Kenkäveron tai Hämeenkyrön Frantsilan Kehäkukan tapaan. Ajatusta tuki sekin, että Lapinniitty Oy ja Lapponia Exotic –luonnontuoteyritykset olivat jo pitkään toimineet vuokralaisina Juopperissa. Suunnitelma esitettiin Keminmaan kunnanhallitukselle ja valtuustolle, mutta asia ei edennyt kunnan hallinnossa.

4.6 Sienten ja luonnonmarjojen keruu ja jatkojalostus

Lapin turistiravintoloiden aterioissaan yleisimmin käyttämät tuotteet ovat luonnonsienet ja puolukka. Sieniraaka-aine ei kuitenkaan yleensä tule Lapista, vaan joko Etelä-Suomesta tai kauempaa. Hankkeen ensisijaiseksi tavoitteeksi nousi sienten saatavuuden parantaminen ravintola-asiakkaille, ja toissijaiseksi sienten keruun aktivoinnin. Hankkeen yhteistyökumppanina toimivat Lapin Martat.

Sienten keruuseen ja käsittelyyn koulutettiin vuonna 2004 yhdeksän henkilöä. Koulutuksia suunniteltiin pidettäväksi myös vuonna 2006, mutta kuiva kasvukausi heikensi sienten kasvua, ja niinpä koulutukset jouduttiin siirtämään vuodelle 2007. Hankkeen toimintasuunnitelmaan sisältyneet keittiöpäälliköille suunnatut sienipäivät Rovaniemen Tuoretukussa eivät myöskään toteutuneet, sillä yritys lopetti toimintansa talvella 2006.

Sienten jatkojalostuksessa otettiin huomioon se, että ravintolakeittiöt ovat tottuneet nopeasti valmistettaviin eineksiin ja raaka-aineisiin. Sienisäilykkeiden jatkojalostuksessa hyödynnettiin Elotuli-hankkeen tuotekehityskeittiön mahdollisuuksia sekä Suomen parhaita elintarvikemikro biologian asiantuntijoita. Tuotekehityskeittiössä työskenneltiin kolme kertaa vuosina 2006 ja 2007.

Korvasieni- ja haaparouskusäilykkeiden kehittämisessä hyödynnettiin kolmivaihesterilointi- ja happamuudensäätötekniikkaa, joissa ryöpätyt sienet pakattiin vakuumiin keittopusseihin ja keitettiin. Säilykkeitä varastoitettiin 3-5 kk huoneenlämmössä ja tuotteiden mikrobiologinen laatu, suolapitoisuus, pH ja veden aktiivisuus määritettiin Rovaniemen Elintarvikelaboratoriossa. Rouskusäilykkeiden aistinvaraista laatua arvioitiin ja verrattiin markkinoilla olevaan vastaavaan säilykkeeseen ”omalla porukalla” sekä LAO:n henkilökunnan kanssa keväällä 2007. Parhaimmaksi ja aromikkaimmaksi osoittautui happamuudensäätötekniikalla tehty rouskusäilyke.

Sienisäilykkeiden kehittämisessä oli ollut tarkoitus hyödyntää Rovaniemen Ammattikorkeakoulun arviointipaneelia, mutta koska paneelin koulutus oli vasta alkanut keväällä 2007, sitä ei pystytty hyödyntämään.

Tuotekehitysprojektissa oli mukana yksi luonnontuoteyrittäjyyttä suunnitteleva henkilö.

Hanke ylläpiti syyskesällä 2004 luonnonmarjojen keruuasemaa Koulutuskuntayhtymä Lappian Louen yksikössä. Luonnonmarjojen sato jäi vuonna 2004 kuitenkin kovin vähäiseksi, joten suuria määriä marjaa ei asemalle tullut. Keruuasematoimintaa ei jatkettu, koska keruumäärät eivät olleet riittäviä oman aseman ylläpitoon, ja koska seudulla (Rovaniemi-Kemi-Tornio) oli useita muita luonnonmarjoja vastaanottavia pisteitä.

4.7 Lähiruuan markkinointi

Kuten jo edellä mainittiin, tekivät Meri-Lapin herkut 2 – ja Food Bank –hankkeet vuonna 2004 työnjaon, jossa suurkeittiötä palvelevan lähiruokaverkoston ja toimitustermiinalin luominen määriteltiin Meri-Lapin Herkut 2 –hankkeen toimenkuvaan, ja alkutuotannon kehittäminen Food Bank –hankkeen tehtäväksi. Asiakassuhteiden kehittäminen suurkeittiösektorin suuntaan painottui siten hankkeen loppukauteen, jolloin MLH2-hanke oli jo päättymässä tai päättynyt.

Hanke osallistui Meri-Lapin Ruokamessujen suunnitteluun ja toteutukseen vuosina 2005-2007. Hankkeeseen osallistuvien yrittäjien myyntiä messuilla ja markkinoilla pyrittiin helpottamaan tarjoamalla myyntipalvelua sekä tarjoamalla ilmaisia tai subventoituja myyntipaikkoja. Hanke oli mukana vuosittain Tervolan Maaseudulta Käsin –messuilla, sekä vuonna 2004 Luppohankkeen järjestämällä paikoilla Ruoka 2004 –messuilla Helsingissä, Levin Porofestareilla syksyllä 2005 ja Rovaniemen Kehitys Oy:n järjestämällä Rovaniemen Markkinoilla Tampereella keväällä 2007. Syksyllä 2007 osallistuttiin Elintarvikekoordinaa

tiohankkeen ja Osuuskauppa Arinan järjestämään Makuja Lapista –kampanjaan, jossa S-Marketien valikoimiin tuli kahdeksi viikoksi lappilaisia tuotteita. Hankkeen yrittäjistä kaksi pääsi kampanjaan mukaan, ja hankevetäjä kävi esittelemässä heidän tuotteitaan neljässä marketissa. Yhteistyö Osuuskauppa Arinan kanssa jatkuu toivottavasti tulevien markkinointihankkeiden avulla.

Hanke kokosi vuosina 2005-2007 yrittäjiä tiimitapaamisiin kehittämään yhteismarkkinointia ja yhteistyötä. Ensimmäinen lähiruuan tuottajien yhteistyökokousta järjestettiin Palogårdenilla Haaparannalla yhdessä Landsbygdslyftet-hankkeen kanssa, ja toinen Torniossa Pohjolan Pirtillä. Näissä yhteistyökokouksissa kehkeytyi ajatus yhteisen lähiruokahankkeen synnyttämisestä. Ajatus yrittäjävetoisesta Interreg-hankkeesta, jossa keskityttäisiin lähiruuan näkyvyyden parantamiseen ja markkinointiyhteistyöhön, jäi toivottavasti edelleen muhimaan, vaikka Haaparannan kunta ilmoitti vetäytyvänsä hankkeen osarahoituksesta.

Tuotannonalojen sisäiset yhteistyötapaamiset muodostuivat vuodesta 2005 alkaen suosituiksi tapahtumiksi ja lisäsivät tuottajien välistä vuorovaikutusta. Mansikantuottajatiimi kokoontui kolmasti, hunajantuottajatiimi kahdesti ja Tampereen valloitusprojektin tiimi kolmasti.

Food Bank –hankkeessa ryhdyttiin kevästä 2006 asti rakentamaan yrittäjien kanssa nykyaikaisen elintarvikekaupan vaatimusten mukaista toimitusketjua pellolta pöytään. Siinä yrittäjät ottivat käyttöönsä laatujärjestelmän, niille haettiin kauppaan ja kuljetukseen sopivia myynti- ja kuljetuspakkauksia, luotiin tilauskirja ja etsittiin mahdollisuuksia sähköisen tilausjärjestelmän käyttöönottoon. Lisäksi suunniteltiin ja toteutettiin menekinedistämismat eriaaleja. Lapin Kaskinauriin tuottaja ja kolme Lapin Puikulan tuottajaa sekä em. tuotteiden markkinointiyhtiö otti käyttöön Laadun Portaat –laatujärjestelmän. Reseptikokoelma, jossa hyödynnettiin Lapin Puikulaa, kaskinaurista ja hunajaa, ja siitä tehdyt reseptilehtiset valmistuivat marraskuussa 2006. Uusi painos reseptilehtisistä tehtiin helmikuussa 2007, jolloin ulkoasua muutettiin siten, että reseptien taustat sopivat sekä kahden kilon että yhden kilon pakkauksille.

Tämän toimintamallin avulla pyrittiin antamalla asiakkaalle varmuus yritysten luotettavuudesta ja toiminnan laadusta sekä parantamaan tuotteiden imagoa ja käyttökelpoisuutta.

Marraskuussa 2006 Lapin Puikulaa, Lapin Kaskinaurista ja Lapin Hunajaa oli esillä valtakunnallisilla K-kauppiaspäivillä tamperelaisen vihannestukun valikoimassa. Yhteistyö vihannestukun kanssa käynnistyi Lapin Puikulan ja aluksi myös Lapin Hunajan osalta.

Hanke toteutti alkuvuonna 2007 ravintolakampanjan, jossa 25:lle alueen ravintolalle ja julkiselle suurkeittiölle (n. 25) lähetettiin tilauskirja, jonka avulla saattoi tilata keskitetysti yhdellä puhelinsoitolla seudulla tuotettuja raaka-aineita yhteistoimituksina. Tilauskirjan lähetyksen jälkeen keittiöihin otettiin yhteyttä puhelimitse. Tilauskirjassa olivat Lapin Puikula, luomukaskinauris ja -porkkana, salottisipuli, hunaja ja mansikkasose. Kampanja jäi lyhyeksi kokeiluksi, sillä vain muutamia tilauksia saatiin lähinnä julkisen sektorin suurkeittiöihin. Tuotenäytteitä vietiin neljään ravintolaan. Heikko tulos johtui todennäköisesti suureksi osaksi siitä, ettei vihanneksia ja perunaa voitu tarjota esikäsiteltyinä.

Alkutuottajien markkinointiosaamisen parantamiseksi hanke järjesti vuonna 2006 kolmipäiväisen myyntikurssin pienyrityksille, johon osallistui yhteensä kymmenen henkilöä, mutta vain kolme heistä oli läsnä kurssin kaikki päivät. Koulutus ostettiin Rope-yhtiöltä. Osallistujissa oli luonnontuotealan yrittäjyydestä kiinnostuneita, leipomoyrittäjiä, kauppapuutarhayrittäjiä sekä mansikan-, juures- ja puikulantuottajia.

4.8 Tapahtumien aikataulut

TE-Keskukselle lähetetyistä väliraporteista selviävät koulutusten ja tapahtumien ajankohdat sekä niiden osallistujien määrä. Alkuperäiseen tekstiin on tehty pieniä selventäviä muutoksia.

1.4. – 30.6.2004	Hankkeen käynnistäminen ja tiedotus eri kohderyhmille, yhteisesiintyminen Tampereella kolmen lappilaisen hankkeen kanssa.
	Hankkeen toiminta-alueen laajentaminen Kemi-Tornion Kehittämiskeskuksen alueelle ja yhteinen työsuunnitelma Meri-Lapin Herkut –hankkeen kanssa.
	Yrttikoulutukset 23 – 24.6. Tilakäyntejä 14 kpl.
1.7. – 31.12.	Kartoitettiin pääkaupunkiseudun tukkukauppojen kiinnostusta lappilaisiin tuotteisiin ja tarjottiin sisäänostajille tilakierros.
	Luonnontuotteiden keruutempauksia 2 kpl (16). Yrttikoulutus (8), sienikurssi (9). Kaksipäiväinen yrttien käsittely ja jatkojalostuskurssi (8).
	Pienyrittäjyyden aktivointihankkeen kanssa selvitys perunakuorimon käynnistämiseksi. Aloitettiin MTT:n kanssa perunatuotannon täsmäneuvonta.
	Kartoitettiin yrittäjien kiinnostus hankintarenkaaseen. Kartoitettiin yrittäjien kiinnostus yhteisvarasto/suoramyyntihallin rakentamiseen Tervolaan. Organisoitiin uuden maaseutumatkailutuotteen testaustapahtuma.
	Osallistuminen myyntitapahtumiin: Rovakadun elonkorjuujuhla, Maaseudulta käsin –messut Tervolassa, Meri-Lapin Syyssatoa pöytään, Ruoka 2004 –messut Helsingissä LUPPO-hankkeen järjestämänä, Meri-Lapin ruokamessujen 2005 suunnittelu.
	Mehiläisten talveutuskoe aloitettu hunajatuotannon varmentamiseksi. Suunnitelma sipulintuotantokurssin käynnistämiseksi.
1.1.- 30.6.2005	Hankevetäjä vaihtui.
	Järjestettiin yrittäjien vierailu perunantuotantotiloilla Pohjanmaalla (4). Käynnistettiin sipulin tuotanto- ja markkinointikurssi (5), jonka opintopäiviä kaudella 3 kpl. Perustettiin sipulintuotannon demonstraatioviljelmä koulutuskuntayhtymä Lappian Louen yksikön pellolle. Ruiskuttajakurssi (10). Tilakäyntejä 6.
	Organisoitiin mansikantuottajien yhteishankinnat. Tihkukastelulannoituksen neuvonta ProAgrialta 2 tilalla.
	Raportti mehiläisten talveutuskokeesta. Neuvontapäivä mehiläishoitajille Torniossa (2).
	Aktiivista tiedotusta toiminnasta paikallislehdissä.
1.7.-31.12.2005	Raportointijaksolla keskityttiin lähiruuan markkinointiin ja mansikan tuotekehitykseen.
	Sipulintuotanto- ja markkinointikurssin koulutuspäiviä 3 (10). Demonstraatio- viljelmällä vertailtiin ruoka- ja ryväsipulin viljelyä eri tekniikoilla. Projekti raportoitiin yritysrahoittajille ja kurssilaisille. Hunajantuottajille 1 koulutuspv.(6), jossa suunniteltiin ja opiskeltiin "Nopean kevään kasvatustekniikan" hyödyntämistä. 2 luonnontuotteiden poimintakurssia (20) ja 2 massakeruutapahtumaa. Hanke vastasi mesiangervonkukan kuivauksesta ja toimituksesta Kemin Seudun 4H:lle.
	Mansikantuottajien kanssa toteutettiin paseerausprojekti, jossa jatkojalostettiin pakasteeksi 625 kiloa Lapin mansikkaa. Tuotteen markkinointi ja jatkojalostus hilloksi MLH 2-hankkeen tehtävänä. Yrittäjiä mukana 7 kpl.
	Osallistuttiin markkinointitapahtumiin: Maaseudulta Käsin, Meri-Lapin Ruokamessut, CM-Lähiruokakampanja ja Levin Porofestarit. Tuotenäytteitä välitettiin ravintola-asiakkaiden kokeiltaviksi.
	Yrittäjien suunnittelupalaverit: perunantuottajat (3), mansikantuottajat 2 krt (5) ja (7), ja lähiruuan markkinoinnista kiinnostuneet yrittäjät yhdessä Landbygdslyftet-hankkeen kanssa (10).
1.1.-30.6.2006	Raportointikaudella hankkeessa keskityttiin lähiruuan markkinointiin. Alueen yrittäjien kanssa kehiteltiin Interreg-hanketta lähiruuan tunnettuuden ja markkinoinnin parantamiseksi. Hankesuunnittelu keskeytyi Haaparannan kunnan vetäytymisen takia. 3 tuottajalle rakennettiin laatuja järjestelmät, jotta varmistettaisiin tuotteiden pääsy kauppaan, ja 3 tuottajaa avustettiin kasvisten laadunvalvontarekisteriin liittymisessä.
	Hanke osallistui Lapin Puikulan tuotantosääntöjen luomiseen. Hanke pyrki tuotemerkin vahvistamiseen yhdenmukaistamalla myyntipakkausten ulkoasua ja irtomyyntipisteiden hyllypuhujia.
	Hankkeessa kehitettiin säilöntämenetelmiä pikkupuikulalle ja sienille.
	Mansikantuottajien kanssa sovittiin kesän yhteismarkkinoinnista ja tiedottamisesta. Hanke avusti yrittäjiä yhteishankintojen tekemisessä ja paseeratun mansikan jatkojalostuksessa vaadittavan tietotaidon ja koneistuksen hankinnassa. Hanke välitti biohajoavaa kalvoa, uusia sipulilajikkeita ja –lajeja kokeiltaviksi sipulintuotantotiloille. Hankkeessa organisoitiin mittava sipulintuotantokurssin yhteishankinta, jonka avulla siemenkustannuksia saatiin merkittävästi alennettua.

	Hanke järjesti huhtikuussa 2006 Lapin Marjamatkan kanssa kaksipäiväisen suoramyyntitapahtuman.
1.7. – 31.12.2006	Raportointikaudella käynnistettiin markkinointiprojekti, jonka tavoitteena oli kehittää siihen osallistuvien yritysten tuotteet ja tarjontaketju nykyaikaisen vähittäiskaupan vaatimusten mukaiseksi. Hankkeen avulla tehtiin toimitussopimus tamperelaisen tukkukaupan kanssa sekä valmistettiin myynnin tukimateriaalia. Tuotteet olivat esillä valtakunnallisilla K-kauppiaspäivillä Tampereella.
	Hanke järjesti 3-päiväisen myyntikurssin pienyrityksille (10). Koulutus ostettiin Rope-yhtiöiltä. Kesällä järjestettiin luonnontuotteiden keruukurssi (7) ja jatkojalostuskurssi (3). Puikulantuottajille tehtiin tilakohtaisia tuotantokustannuslaskelmia. Mehiläishoitajille järjestettiin emojen keinosiemennyspäivä (4).
	Hanke organisoi seudun mansikantuottajien (7) yhteisesiintymiset mediassa, ja suunnitteli yhteisetiketit ja käyntikortit. Mansikan paseerausta aloittaville yrityksille (3) tarjottiin neuvontaa ja testattiin tuotteiden hygieniataso.
	Hankkeeseen osallistuvat yritykset olivat mukana markkinointitapahtumissa: Maaseudulta Käsin, Meri-Lapin Ruokamessut ja Pohjanrannan Joulumarkkinat. Jatkojalostusyrittäjien kanssa käytiin opintoretellä Ruoka2006 –messuilla.
	Hankkeessa selviteltiin ja kerättiin kokemuksia biohajoavan kalvon ja sipulilajikkeiden menestymisestä. Pikkupuikulan säilöntätekniikoiden kehittäjä jatkettiin ja haettiin jalostuksesta kiinnostunutta yrittäjää.
1.1. – 30.6.2007	Hanke toteutti alkuvuonna ravintolakampanjan, jossa 25:lle alueen ravintolalle ja julkiselle suurkeittiölle (n. 25) lähetettiin tilauskirja, jonka avulla saattoi tilata seudulla tuotettuja raaka-aineita yhteistoimituksina. Kampanjan avulla saatiin 3 tilausta suurkeittiöihin ja tuotteita käytiin esittelemässä 4 ravintolakeittiössä.
	Kahden hunajantuottajan kanssa kehitettiin uusia tuotteita Lapin Makea –tuotemerkin alle ja koemarkkinoitiin niitä sekä paikallisesti että Etelä-Suomeen.
	Hanke osallistui Tampereella pidettäviin Rovaniemen Markkinoihin, joilla myytiin Lapin Puikulaa ja Lapin Makea –tuotteita. Hunajatuotteiden jälleenmyynnistä neuvoteltiin herkkukauppojen kanssa.
	Luonnontuotesektorilla kehiteltiin luonnontuotepohjaisia emulsiovoiteita, saippuota ja shampoita, jotta lappilaista yritysvalikoimaa saataisiin monipuolisemmaksi. Hanke selvitti myös raaka-aineiden ja pakkausten hankintamahdollisuuksia ulkomailta. Luonnontuotealan yrityksen perustamista suunnittelevia osallistujia (2) neuvottiin ja ohjattiin eteenpäin.
	Mansikantuottajia neuvottiin omavalvontasuunnitelmien ja uusien elintarvikesäännösten osalta. Organisoitiin yhteishankintoja ja järjestettiin tihkukasteluneuvontapäivä. Yhteistyöpalaveriin 9.3. osallistui 7 yrittäjää.
	Hanke järjesti keväällä 2 fytoterapia- ja voideturssia (10), mansikantuotannon peruskurssin 16.4. (10), 19.6. kauppayrittäjäkurssin (3) sekä 20.6. saippua- ja shampookurssin (5).
1.7. – 31.10.2007	Hanke oli mukana Maaseudulta Käsin –messuilla (4) sekä Meri-Lapin Ruokamessuilla (9). Ruokamessuilla hanke organisoi salaattinäyttelyn ja osallistui salaattikiilpailun järjestämiseen.
	Hanke järjesti heinäkuussa kihokin poimintatempauksen (5), elokuussa sienikurssin (6) sekä syyskuussa saippua- ja shampookurssin (7).
	Mansikantuotannossa ei onnistuttu toteuttamaan suunniteltuja yhteismyyntipisteitä erittäin heikon marjasadon takia. Hanke osallistui kuitenkin vihannes- ja marjantuottajien yhteismyyntipisteen avaamiseen Haaparannan Rajalla-alueelle. Myyntipisteeseen toimitettiin kahden hankkeen osallistujan tuotteita ja avustettiin pisteen markkinoinnissa Suomen alueella.
	Kolmen luonnontuoteyrittäjän kanssa koottiin Mettänpiika-hoitotuotesarja ja sille suunniteltiin yhteinen ulkoasu. Hanke avusti tuotteiden esittelyssä Lapin matkailuyrityksille.
	Osallistuttiin Elintarvikekoordinaatiohankkeen ja Osuuskauppa Arinan järjestämään Makuja Lapista –kampanjaan, johon sisältyi kahden hankkeeseen osallistuvan yrityksen tuotteita. Tuotteita esiteltiin neljässä S-Marketissa Lapin alueella. Laatuja järjestelmiä rakennettiin kahdelle yritykselle.

5. Hankkeen osallistujamäärät ja työllisyysvaikutukset

5.1 Osallistujat

Vuosien 2004-2007 aikana hankkeeseen osallistui yhteensä yli 50 yritystä tai henkilöä. Vuosittain osallistujia oli noin nelisenkymmentä. Yrityksistä valtaosa oli maatilayrityksiä, mutta hankkeen loppua kohti hankkeeseen alkoi tulla mukaan myös jatkojalostuksen tai markkinoinnin parissa toimivia maaseutuyrityksiä. Seuraavassa listassa osallistujalukumäärät on tilastoitu myös kunnittain riippumatta siitä, miten suurella rahallisella ja/ tai vastikkeettomalla panoksella kukin osallistuja on ollut hankkeessa.

	2004	2005	2006	2007
- maa- ja puutarhatiloja, ml. hunajantuotanto	14	15	20	22
- yksityisiä henkilöitä	22	21	14	16
- maaseutuyrityksiä (jatkojalostus ja markkinointi)	2	3	4	8
- muun alan yrityksiä	0	2	2	2
Yhteensä	38	41	40	48
Kunnittain				
Kemi	3	3	9	7
Keminmaa	0	0	6	7
Simo	2	6	2	4
Tervola	27	15	13	16
Tornio	3	9	6	7
Muu kunta	3	8	4	7

5.2 Hankkeen työllisyysvaikutukset

Syyskuussa 2007 tehdyn palautekyselyn mukaan (15 vastaajaa, vastanneita 19 %) yrittäjät katsoivat hankkeella olleen positiivista vaikutusta yrityksensä liiketoiminnan ja asiakassuhteiden saamisen kannalta. Yksi kahdeksasta kysymykseen vastanneesta yrittäjästä piti hankkeen vaikutusta suurena, ja viisi koki hankkeen vaikuttaneen jonkin verran. Kaksi ilmoitti hankkeen vaikuttaneen vähän tai ei ollenkaan. Sanallisissa arvioissa yrittäjät olivat saaneet uusia asiakkaita tai tietoa uusista yhteistyökumppaneista ja asiakkaista, tai lisänneet tuotevalikoimaansa.

Yrittäjät eivät kuitenkaan itse kokeneet oman yrityksensä työvoiman tarpeen lisääntyneen tai vähentyneen hankkeen vaikutuksesta. Yksi yrittäjä perusteli työvoiman määrän vähentyneen kustannussyistä hankekaudella. Vain yksi yrittäjä ilmoitti työvoiman tarpeensa lisääntyneen hankkeen ansiosta. Työvoiman tarve -kysymykseen vastasi kymmenen yrittäjää.

Hankevetäjän oman arvion mukaan hanke edesauttoi kahden uuden naisyrittäjävetoisen luonnontuotteita jatkojalostavan yrityksen syntymistä Tervolaan. Molemmat yrittäjät osallistuivat useisiin luonnontuotteiden käsittelyn ja jatkojalostuksen koulutustapahtumiin. Toinen yrittäjästä hankki varsinaisen luonnontuoteyrittäjäkoulutuksensa Rovaniemen Koulutus kuntayhtymän oppilaitoksessa.

Hanke edesauttoi myös Tervolan Kurkiaura Oy:n syntyä. Yritys remontoi Tervolan entisen työväentalon ja käynnisti siinä tilausravintolan ja rieskaleipomon. Yritys on hyödyntänyt hankkeen avulla luotuja yhteistyöverkostoja ja pyrkii hyödyntämään lähiruokaa. Sipulintuotanto- ja markkinointikurssin ansiosta hanke edesauttoi yhden uuden yrityksen syntymistä. Tämänkin yrittäjän kohdalla alan peruskoulutus oli hankittu muualla. Pellon kuntaan sijoittunut puutarhayritys ryhtyi viljelemään ja jatkojalostamaan sipulia.

Hankkeen toimenpiteiden avulla lisättiin myös marja- ja vihannestuottajien tuotantopinta-aloja, ja sen myötä kausityövoiman tarvetta. Tuotannon lisäksi näkyi erityisesti

mansikantuotannossa.

Hankkeen toimenpiteiden avulla pyrittiin ylläpitämään alkutuotantoyrittäjien työllisyyttä parantamalla tuotteiden menekkiä ja näkyvyyttä paikallismarkkinoilla, laajentamalla markkina-aluetta Etelä-Suomeen sekä kehittämällä yritysten toimintatapoja, tuotteita ja markkinointiviestintää sopivaksi nykyaikaisen vähittäiskaupan vaatimuksiin.

Hankkeen vaikutuksesta Meri-Lapin alueelle ja muualle Lappiin syntyi yhteensä 3,4 uutta työpaikkaa, joista miestyöpaikkoja 1,1 htv ja naistyöpaikkoja 2,3 htv. Hanke tuki työpaikkojen pysyvyyttä 7,7 htv:n verran.

Hankkeen aikana työllistyneet

- Inkeri Portti, Rovaniemi, hankevetäjä 1.3.2004 – 31.3.2005
- Jaana Väisänen, Tornio, hankevetäjä 15.4.2005 – 31.10.2007
- Helena Huhta, Tervola, n. 2 kk, harjoittelija 2004 ja hankeavustaja 2005
- Laura Seppälä, Tornio, 2 vk, hankeavustaja 2007

6. Hankkeen talous

Hankkeen hallinnosta vastasi Tervolan kunta. Kuntarahoituksen järjestämisestä vastasi Kemi-Tornion Kehittämiskeskus. Hankkeen kirjanpidosta huolehti Tervolan kunnan pääkirjanpitäjä Matti Tapio. Tilintarkastajana oli Rauno Lohi Audiator Oy:stä.

Kustannukset	Koko budjetti	2004	2005	2006	2007	Yhteensä
Palkat ja sivukulut	135077	27309	37159	36139	37929	138536
Ostopalvelut	66311	8820	16789	19652	13798	59060
Matkat	24232	7426	5728	5240	4504	22899
Vastikkeettomat suor. Vuokrat	8867	1862	2379	2411	1900	8552
Tstokulut	9017	1346	2401	3339	3376	10462
Tstokulut	5879	1548	1499	306	613	3966
Muut kustannukset	16640	7618	5414	5602	3759	22393
Yhteensä	266022	55929	71369	72690	65879	265867
Hankkeen tulot:			-425	0	0	-425
Yhteensä		55929	70944	72690	65879	265442

Rahoitus			2004	2005	2006	2007	Yhteensä	
EU + valtio	75,0 %	199503	41944	53208	54514	49190	198856	74,9 %
Kunnat	15,0 %	39917	8392	10642	10906	9977	39917	15,0 %
Yksityinen rahalli	6,7 %	17735	3731	4716	4858	4812	18117	6,8 %
Yksityinen vastikkeeton	3,3 %	8867	1862	2379	2411	1900	8552	3,2 %
		266022	55929	70944	72690	65879	265442	

7. Tiedottaminen hankkeesta

Hanke tiedotti toiminnastaan sidosryhmilleen ja yrittäjille Food Bank tiedottaa – hankekirjeellä, joita vuosina 2005 – 2007 postitettiin kolme kertaa vuodessa.

Hanke käytti aktiivisesti paikallisia lehtiä tiedotuskanavana. Hankkeen kurssi-ilmoitukset julkaistiin pääasiassa Lounais-Lappi-lehdessä sekä tarvittaessa Jokipostissa ja Pohjolan Sanomissa. Kurssien markkinoinnissa hyödynnettiin lisäksi puffijuttuja sekä alueradiota.

Hankkeen tiedottamisstrategiana oli näkyminen yrittäjien ja osallistujien kautta. Yrittäjien näkökulma oli selvästi paikallista mediaa kiinnostava. Tapahtumista ja koulutuksista tiedotettiin lehdistötiedotteiden avulla. Lehtijuttuja julkaistiin 28 kpl. Lehtijutut ovat liitteessä 9. Hankkeella ei ollut omia nettisivuja.

Hankkeen vetäjä tiedotti hankkeen tavoitteista ja toiminnasta osallistuvien kuntien elinkeino- ja maaseutupäälliköille Food Bank tiedottaa –kirjeen avulla. Hankevetäjä kävi myös esittelemässä hanketta Tornion maaseutupäälliköille ja Kemin elinkeinopalvelutoimiston henkilökunnalle.

8. Arviointia

Hankkeen monialaisuus oli toisaalta etu ja toisaalta haitta. Monialaisuus toi mahdollisuuksia yrittäjien yhteismarkkinointiin sekä uusien eri raaka-aineita sisältävien tuotteiden kehittämiseen. Toisaalta yksittäisen tuotannonhaaran tai yrittäjän kanssa ei pystytty suunnitelmalliseen pitkäjänteiseen kehittämiseen. Osallistujista melko suuri osa oli yrittäjiä, ja niinpä kaikkien kanssa ei ehditty olla riittävästi vuorovaikutuksessa. Näin ollen jäi hankkeen anti osalle yrittäjistä varsin vähäiseksi.

Kyselyssä, joka lähetettiin syyskuussa 2007 80:lle hankekirjeen postituslistalla olevalle, toimintaan osallistuneilta pyydettiin palautetta hankkeen toiminnasta. Palautelomakkeen palautti viisitoista osallistujaa.

Hankkeen antamien neuvontapalveluiden laatua pidettiin hyvinä tai kohtalaisina. Suurin osa vastanneista oli saanut mansikantuotannon tihkukastelu- ja kasvinsuojeluneuvontaa sekä laatujärjestelmä- ja markkinointineuvontaa.

Järjestetyt lyhytkurssit saivat osallistujilta hyvän palautteen. Hanke tarjosi varsinkin luonnontuotealan harrastajille monipuolisen koulutuspaketin, mikä näkyi osallistujien sitoutumisena. Kouluttautuminen johti siihen, että muutama osallistuja ryhtyi suunnittelemaan oman yrityksen perustamista. Kurssipalautteessa kuitenkin toivottiin vielä kattavampaa ja laajempaa koulutusta.

Pitempikestoisen täsmäkoulutuksen järjestäminen yrittäjille osoittautui kuitenkin vaikeaksi, sillä yrittäjillä ei tuntunut olevan aikaa kouluttautumiseen. Heidän näkökulmastaan yrityskohtainen neuvonta olisi ilmeisesti ollut tarkoituksenmukaisempaa.

Tiimityöskentelystä pidettiin. Palavereissa yrittäjät tutustuivat paremmin toisiinsa, ja uusia ideoita syntyi. Tiimityöstä oli hyötyä erityisesti markkinoinnin ja yhteishankintojen organisoinnissa. Palautteessa tapaamisia toivottiin järjestettävän useammin. Hankkeessa yrittäjät kokoontuivat 1-2 kertaa vuodessa.

Hanke järjesti toimintakautenaan muutamia lyhyitä retkiä. Niitä osallistujat olisivat toivoneet lisää, sillä retkillä koettiin saatavan enemmän kokemusperäistä tietoa toisilta retkeläisiltä kuin mitä varsinaiset retkikohteet antavat.

Lähiruuan kysynnän kasvattamisesta ja ylläpidosta seudulla on syytä antaa kiitos myös paikallislehdille ja alueradiolle. Mediaa kiinnostivat eniten paikallisten erikoistuotteiden, kuten

Lapin Puikulan, hunajan ja mansikan tuotanto sekä lähiruokaan ja yrittäjyyteen liittyvät uutiset.

Tulevaa hankesuunnittelua varten palautekyselyssä osallistujilta pyydettiin toiveilistaa kehittämiskohteista hankkeissa. Kahdentoista kehittämiskohteen listaan tuli vastaajilta 18 rastia. Tärkeimpinä kehittämiskohteina (kolme rastia) vastaajat pitivät yrittäjien markkinointi- ja tuotannollista yhteistyötä sekä kasvituotteiden jatkojalostuksen kehittämistä. Toiseksi eniten ääniä (kaksi rastia) kehittämiskohteista saivat kotieläintuotteiden jatkojalostus ja luonnontuotteiden jatkojalostus, tavarantoimittajien ja vähittäiskaupan/suurkeittiöiden välinen yhteistyö, sekä maaseudun matkailupalvelut.

Seuraavassa on perusteltu hankkeessa toteuttamatta jätetyt hankesuunnitelmaan kirjatut toimenpiteet:

- Maatalous- ja puutarhatuotteiden markkinointiorganisaation perustaminen

Vähittäiskaupan kehitys on johtanut siihen, että valtakunnallisille ketjuille tuotteita toimittavien markkinointiorganisaatioiden määrä on vähentynyt selvästi. Pienet tuottajavetoiset organisaatiot ovat sulautuneet isompiin yksiköihin. Hankkeiden välisen työnjaon mukaisesti Meri-Lapin Herkut 2 –hanke pyrki käynnistämään seudulle lähiruokaterminaalin, mutta yrittäjää valmiille liiketoimintakonseptille ei löytynyt. Food Bank –hankkeessa kehitettiin kausituotteiden yhteismarkkinointia sekä yrittäjäyhteistyötä Etelä-Suomeen suuntautuvassa kaupassa.

- Luonnontuotealan toiminnan sitominen osaksi paikallisia matkailu- ja elämyspalveluita

Elämyspalveluiden tarjoaminen ei ollut hankkeen koulutustarjonnassa mukana, mutta luonnontuotealan tuotteistuskoulutusten myötä alkoi kehittyä ajatuksia luonnontuotteiden valmistukseen ja käyttöön liittyvistä matkailupalveluista. Vuonna 2007 Tervolassa pidetyssä uuden matkailuhankkeen ideapalaverissa kerrottiin paikallisille matkailuyrittäjille mahdollisista uusista luonnontuotepalveluista, ja idea herätti kiinnostusta. Edellytyksiä elämyspalveluiden tarjoamiseen on muodostumassa lähivuosina.

9. liitteet

- Raportti mansikan paseerausprojektista
- Raportti mehiläisten konttitalveutuksesta
- Raportti mehiläiskoulutuksista
- Raportti sipulin koeviljelystä
- hankkeen kuva-aineisto (puikulan reseptiliput, julisteita ja logot)
- lehtijutut pdf-versioina

Liitteet sekä loppuraportti ovat luettavissa Tervolan kunnan kotisivuilla ositteessa:

www.tervola.fi