



# Ruokayrittäjien **TOIMIALAPÄIVÄT**

Haagan kampus  
11.–12.4.



Uudenmaan liitto  
Nyländs förbund



FORUM  
VIRIUM  
HELSINKI

Haaga-Helia

Metropolia

Parhaat  
Lähtökäsitteet



Pyhäjärvi-instituutti



yrityssalo

PARGAS



PARAINEN



Eikeyno - liikenne- ja  
ympäristökeskus

LOUNAS-SUOMEN  
KOULUTUSKUNNAYHTIÖ



UKIPOLIS OY

European Commission  
European Regional Development Fund  
European Investment Bank



Mathantverkarna  
Ruoka-artsaanit



# Urban&Local

Tulevaisuuden kestävä  
ruokaekosysteemi



European unionin  
osarahoittama



Uudenmaan liitto  
Nylands förbund

FORUM  
VIRIUM  
HELSINKI



Haaga-Helia

Metropolia

Pesko  
LIIKETALOUSPISTO





# Tervetuloa tutustumaan Ruokayrittäjien toimialapäivien 12.4. sisältöön!

## Puheenvuorot

Ari Ruoho

Rilla Engblom

Margot Wikström & Airi Pettersson, Anna ja Jan Alm, Gunnel Englund

Tiia-Mari Eilola ja Taina Harmoinen, XAMK

Maarit Rockenfeller, Graani

Atlas Juvakka

Kati Pohjanmaa

Yhteistyössä

Haaga-Helia  
**HUNGRY  
FOR FINLAND**

Liity mukaan!



Ruokamatkailun LAB  
Mitä on ruokamatkailu?



**ARI RUOHO**

Ravintola Nokka

RAVINTOLA

*Nokka*

KEITTIÖPÄÄLLIKKÖ ARI RUOHO







METSÄSTÄ  
PÖYTÄÄN









# NOKASTA HÄNTÄÄN







# ALUSTA LOPPUUN





# RILLA ENGBLOM

Haaga-Helia

# 5 vinkkiä vastuullisuusviestintään

Lehtori Rilla Engblom, Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

12.4.2024



Esityksen kuvat ovat ilmaisista kuvapankeista (Pixabay CC0), jolle lähdettä erikseen mainita.



# Hauska tutustua!

 <https://www.linkedin.com/in/rillaengblom/>

- Toimin Haaga-Heliassa Haagan kampuksen kestävän kehityksen koordinaattorina sekä lehtorina erityisalueina vastuullinen matkailu ja elämystalous, vastuullinen johtaminen ja vastuullisuusviestintä.
- Pitkä kaupallinen työura takana:



# Kestävyyshaktoja ruoasta

- **Tiesitkö, että** jos ruokajäte olisi maa, se olisi Yhdysvaltojen ja Kiinan jälkeen kolmanneksi suurin kasvihuonekaasupäästöjen aiheuttaja?
- **Tiesitkö, että** yhden hampurilaisen poisheittäminen tuhlaa saman verran vettä kuin 90 minuutin suihku?

**30 %** Elintarvikealan osuus maailman kokonaisenergiankulutuksesta

**22 %** Elintarvikealan osuus maailman kaikista kasvihuonekaasupäästöistä

**1/3** Kaikesta tuotetusta ruoasta on hävikkiä (n.1,3 miljardia tonnia), joka maksaa maailmantaloudelle lähes 940 miljardia dollaria / vuosi

- Elintarvikkeiden tuhlausta on ehkäistävä ja kuluttajia on kannustettava valitsemaan ja kuluttamaan ruokaa kestävästi paikallisista lähteistä.





# Vastuullisuusviestintä

- ❖ Vastuullisuusviestinnän avulla organisaatio kertoo vastuullisista teoistaan, tuotteistaan ja palveluistaan omalle henkilöstölleen, ulkopuolisille sidosryhmilleen ja asiakkailleen.
- ❖ Organisaatiot miettivät itse millä tavoin vastuullisuus-vaatimukset niitä koskevat ja miten he niistä viestivät (olennaisuusperiaate/vaikuttavuus).
- ❖ Erilaiset sertifikaatit tai YK:n ohjenuorat voivat auttaa vastuullisuuden merkityksellistämässä sekä kasvattavat luottamusta.



# Miksi vastuullisuusviestintää?

- ❖ Vastuullisuusodotukset ja -vaatimukset kasvavat. Ympäristöön, työoloihin ja eettisiin kysymyksiin liittyvää lainsäädäntöä ja sääntelyä on tiukennettu.
- ❖ Tutkimusten mukaan kestävään liiketoimintaan panostavat yritykset saavat kilpailijoihinsa nähden 5-15 vuoden etumatkan.
- ❖ Selkeä vastuullisuusviestintä rakentaa luottamusta, tiivistää sitoutumista ja kasvattaa arvostusta eri sidosryhmien (työntekijät, kuluttajat, sijoittajat, yhteistyökumppanit) parissa.
- ❖ Vastuullisuuden laiminlyönti voi aiheuttaa maineen menetystä ja lisätä liiketoimintaan liittyviä riskejä.



# Suomalaiset kuluttajat pitävät vastuullisuutta tärkeänä



66 % pitää vastuullisuutta tärkeänä osana yritysten toimintaa



Lähes 50 % sanoo suosivansa kotimaisia tuotteita ja toimijoita

Eettinen valmistustapa on kuluttajille tärkein vastuullisuuskriteeri (32%)



65 % sanoo vastuullisuuden ohjaavan ostopäätöksiä



46 % pitää itseään osittain vastuullisena kuluttajana

Nuoret 18-24 v. ja yliopistokoulutuksen saaneet ovat tiedostavimpia kuluttajia



35 % kertoo suosivansa paikallisia tuotteita ja yrittäjiä



# Yritysvastuun viestinnän ja toiminnan yhtymäkohtia



# Miten voit parantaa vastuullisuusviestintääsi?

**HEIKKO:** Kerrot ostavasi paikallisia tuotteita aina, kun mahdollista

**PERUS:** Lista toimittajien nimistä

**HYVÄ:** Kartta, josta paikalliset toimittajasi näkyvät

**PAREMPI:** Lisäksi kuvia, joissa näkyy paikalliset tavarantoimittajat

**PARAS:** Kuvat ovat klikattavia ja linkitetty tarinoihin, joissa tavarantoimittajat kertovat omasta vastuullisuudestaan

# 1

## TEE SUUNNITELMALLISTA JA TAVOITTEELLISTA VIESTINTÄÄ

Vastuullisuusviestinnän tulee lähteä yrityksen strategiasta ja arvoista.

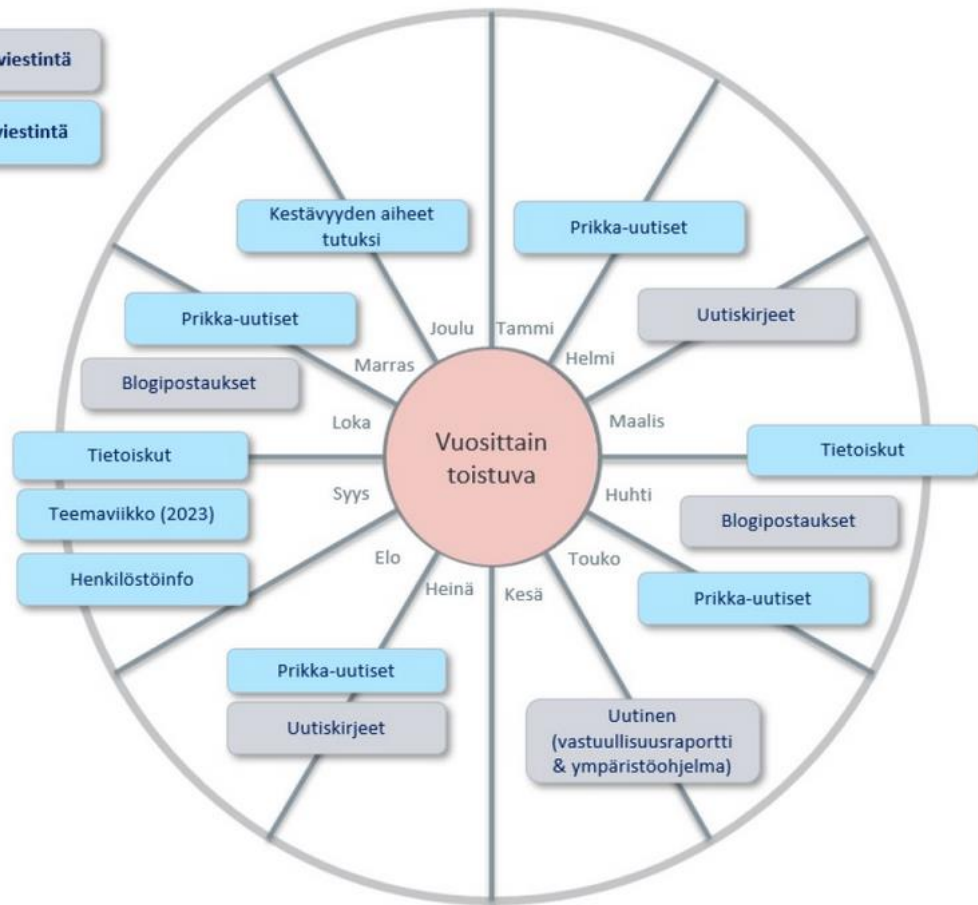
Vastuullisuusviestintä vaatii suunnitelmallisuutta ja johtamista siinä missä muukin viestintä.

- ❖ Yrityksen tulee asettaa konkreettisia ja mitattavia tavoitteita vastuullisuusviestinnälleen. Muistettava myös mittarit ja seuranta.
- ❖ Tee SMART:teja vastuullisuusviestinnän tavoitteita.
  - **Specific:** Selkeästi määriteltä - mitä halutaan saavuttaa?
  - **Measurable:** Mitattavissa, jotta sen saavuttamista voidaan seurata.
  - **Achievable:** Saavutettavissa oleva ja realistinen ottaen huomioon resurssit, aika ja muut rajoitukset.
  - **Relevant:** Merkityksellinen ja linjassa organisaation strategisten tavoitteiden kanssa.
  - **Time-bound:** Aikarajallinen, selkeä määräaika tai aikataulu, jolloin sen pitäisi olla saavutettu.

# ESIMERKKI

## Vastuullisuusviestinnän vuosikello auttaa suunnittelussa.

- Esimerkki Ruokaviraston vuosittain toistuvasta vastuullisuusviestinnän aikatauluttamisesta.



# 2



## ÄLÄ VIHERPESSE

### Viherpesun seitsemän syntiä.

**Uusi EU:n viherpesudirektiivi hyväksytty:** Perusteettomat ympäristöväitteet ja muut harhaanjohtavat tuotetiedot kielletään. Vain hyväksytyihin sertifiointijärjestelmiin perustuvia tai viranomaisten laatimia kestävyysmerkintöjä saa käyttää.

#### 1. Piilotettu vaihtokauppa

- Tuotetta markkinoidaan ympäristöystävällisenä pienemmän pakkausmateriaalien käytön vuoksi, mutta ei mainita, että hiilijalanjälki on kasvanut, koska materiaalit tuodaan nyt ulkomailta.

#### 2. Todisteiden puute

- Älä käytä yleisiä termejä kuten "100 % luonnollinen" tai "ympäristöystävällinen" ilman todisteita.

#### 3. Epämääräiset termit

- Tuotetta markkinoidaan "luonnon asialla" täsmentämättä ympäristöhyötyjä.

#### 4. Tekaistut serfikaatit

#### 5. Merkityksettömät väittämät

- Tuotetta markkinoidaan CFC-vapaana huolimatta siitä, että CFC-yhdisteet kiellettiin jo 1970-luvulla.

#### 6. Pienempi kahdesta pahasta

- Markkinoidaan ympäristöystävällisenä tuotetta, joka on ympäristöystävällisempi kuin vaihtoehtonsa esim. sähköauto vs. polttomoottoriauto.

#### 7. Valheelliset väittämät

- "Luomutuote", josta vain pieni osa on luomua.
- "Hiilineutraali", jos päästöt vain kompensoidaan.



# ESIMERKKI

- ❖ Kuluttaja-asiamies katsoi Fronerin käyttäneen harhaanjohtavia ja kuluttajan ostopäätökseen vaikuttavia ympäristövittämiä Aino-jäätelön pakkauksessa ja some-markkinoinnissa.
- ❖ Viestinnässä käytettiin vihreää merkkiä, jossa oli lehtisymboli ja teksti ”Vastuullisempi pakkaus+” Merkin ohessa ei kerrottu, että se oli Fronerin itse kehittämä, eikä se siten ollut minkään ulkopuolisen tahon myöntämä.
- ❖ Froneri sitoutui muuttamaan markkinointiaan kuluttaja-asiamiehen edellyttämällä tavalla.

KOTIMAA

29.8.2023 klo 11:54



## Aino-jäätelö kuluttaja-asiamiehen hampaissa

Kuluttaja-asiamies kiinnitti huomiota Froneri Finland oy:n Aino-jäätelön ympäristövittämiä sisältäneeseen markkinointiin.



# 3

## VIESTI AVOIMESTI JA REHELLISESTI

Ole läpinäkyvä. Yrityksiltä ei odoteta täydellisyyttä vaan rehellisyyttä. Kerro rehellisesti omasta toiminnastasi, tuotteistasi ja arvoistasi.

- ❖ Vastuullisuusviestintä perustuu tekoihin, viestien taustalla tulee olla todisteita ja lisätietoa helposti saatavilla.
- ❖ Tuo esiin vastuullisuussertifikaattisi. Kerro kriteerit niiden saamiseen tai linkitä alkuperäiseen lähteeseen.
- ❖ Viestinnän tavoite ei ole kertoa ainoastaan mieluisista lopputuloksista tai luvuista, vaan avata myös kielteisiä vaikutuksia ja kehitysprosessia matkan varrelta.
- ❖ Kerro myös epäonnistumisistasi ja kerro mitä teet sen eteen.
- ❖ Dialogia tulee käydä asiakkaiden kanssa vaikeistakin kysymyksistä ja niihin on vastattava esim. Q&A-sisältöjen kautta verkkosivuilla.

# ESIMERKKI

## Varustelekan kehittämiskohdat: VASTUUTTOMUUSDUUNI

Varustelekan tavoitteena on vaatimattomasti maailmanvalloitus eli Total World Domination. Se onnistuu kuitenkin aika huonosti, jos ei ole planeettaa, mitä valloittaa. Vaikka me ollaan hyvien puolella, meillä on vielä paljon tekemistä ennenkuin päästään tituleeraamaan itseämme vastuulliseksi firmaksi.

### PÄÄSTÖJEN VÄHENTÄMINEN: LOGISTIIKKA



Me tiedetään, että meidän päästöt koostuu käytännössä kahdesta asiasta: tuotteiden tuottamisesta ja tilausten lähettämisestä asiakkaille ympäri maailmaa. Jälkimmäiseen syynä on lentorahti, josta pitäisikin päästä lähes kokonaan eroon. Tällä hetkellä tutkitaan vaihtoehtoja järjestää logistiikka Atlantin taa muilla keinoin.



### PÄÄSTÖJEN VÄHENTÄMINEN: TUOTANTO

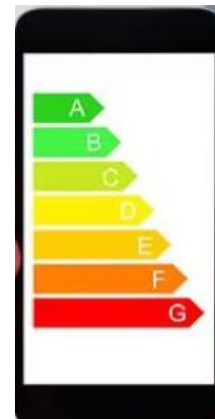
Toinen iso syntisäkki on tosiaan tuotteiden valmistuksesta syntyvät päästöt. Koska me teetetään itse tuotteita, jotka vastaa noin puolta meidän myynnistä, meillä on hyvät mahdollisuudet vaikuttaa ja tehdä asiat paremmin. Nää tavarat pitäis saada siis valmistettua päästöttömällä energialla ja vähemmän ympäristöä kuormittavista materiaaleista. Lisäks tarkoituksena on siirtää tuotantoa entisestään Eurooppaan, vaikka tuotteiden rahtaus tehtaalta meidän varastoon onkin vain pieni osa kaikista päästöistä.

# 4

## KÄYTÄ TARINOITA JA KUVIA YMMÄRRETTÄVYYDEN LISÄÄMISEKSI

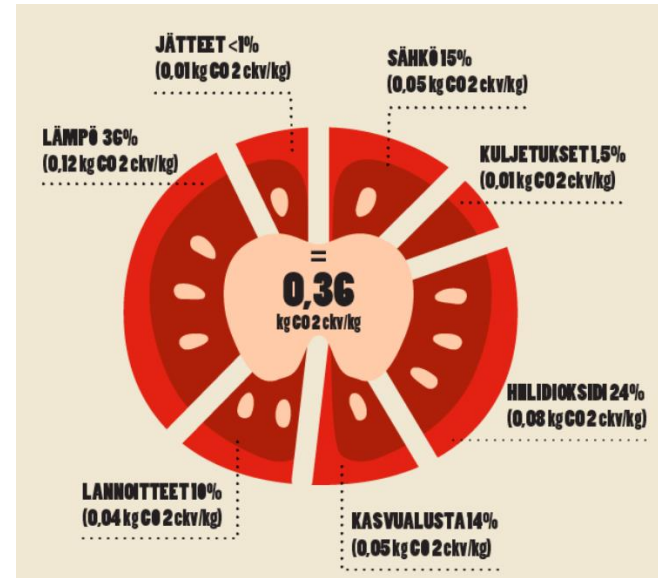
Näytä tärkeimpiä tuloksia ja kehittämiskohteita tekstin lisäksi esim. videoiden, kuvien, infograafien ja vertauksien kautta.

- ❖ **Paranna uskottavuutta, kiinnostavuutta ja muistettavuutta käyttämällä tarinankerrontaa, kokemuksia ja tunteita**
  - Kerro tarinoita itsestäsi, yrityksestäsi, kumppaneistasi ja alueesta, jolla toimit
  - Kannusta asiakkaitasi kertomaan tarinoita yrityksestäsi ja kumppaneitasi kertomaan tarinoita yhteistyöstänne
  - Huomioi henkilöiden monimuotoisuus
- ❖ **Muista todentaa tekosi faktoihin perustuen**
  - Tee käsitteet ymmärrettäviksi ja tarjoa mahdollisuus lukea lisää
  - Vinkki! Värikoodaa hiilijalanjälki pylväinä samaan tapaan kuin kodinkoneiden energiatehokkuus



# ESIMERKKI

## NAMS TOMAATTI

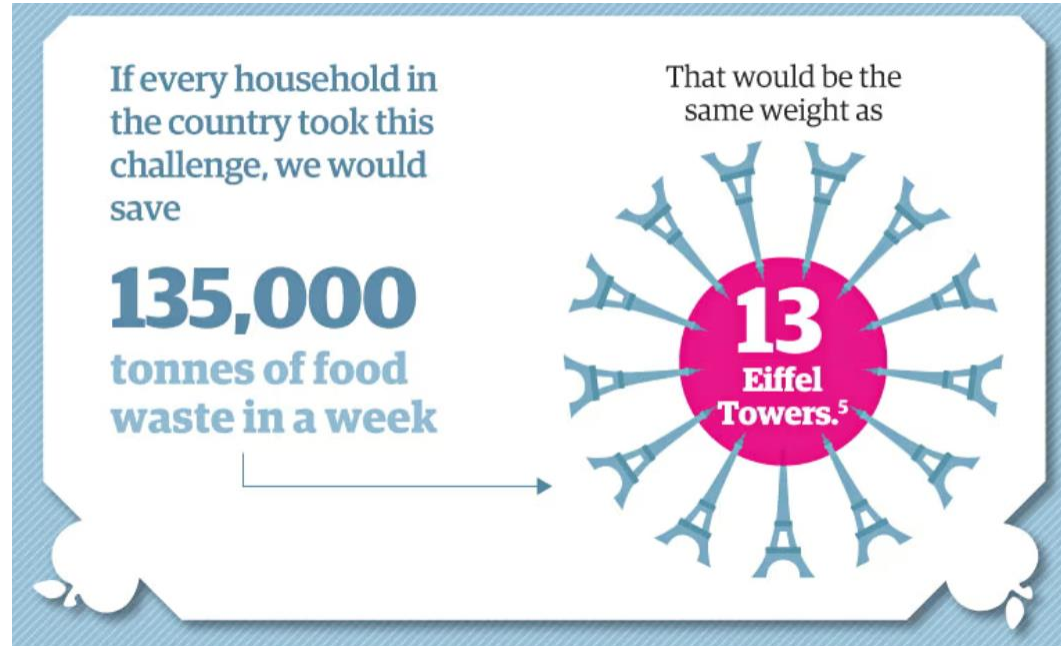


=> tomaatin matka + hiilijalanjälki

# ESIMERKKI

## Guardian: LIVE BETTER FOOD WASTE CHALLENGE

Asioiden esittämistä  
ymmärrettävämmässä  
muodossa.



# 5

## VASTUULLISUUSVIESTINTÄ KUULUU KAIKILLE

Anna ääni työntekijöillesi

- ❖ Kun työntekijät otetaan mukaan prosessiin, vastuuntunto lisääntyy, ja koko yritys sitoutuu todellisen muutoksen aikaansaamiseen.
- ❖ Ylpeät ja tyytyväiset työntekijät ovat tärkeimpiä ja aidoimpia lähettiläitä.

“Vastuullisuuden toteutus pitää lähteä organisaation sisältä. Sen pitää olla läsnä ihmisten dna:ssa – sisältähän se voima lähtee.”  
– **Minna Cousins, Vaasan**

“Osaavat työntekijät luovat painetta. Ihmiset haluavat tehdä merkityksellistä työtä, sellaista, jolla on yhteiskunnallista merkitystä. Yritys ei voi saada parhaita työntekijöitä töihin ilman vastuullisuutta.”  
– **Laura Juvonen, Teknologiateollisuus**

# ESIMERKKI

## Linnanmäen hupimestarit ja -lähettäiläät äänessä

### Recently posted videos



Haku Linnanmäen kesätöihin on auki sunnuntaihin saakka! 🧐  
Linnanmäen toiminnan tarkoituksena on kerätä varoja lastensuojelutyöhön tarjoamalla ainutlaatuisia huvipuistoelämyksiä asiakkaillemme. Työpanoksellaan kaikki hupimestarit tukevat lastensuojelutyötä. 💜 Tunnetko sinä tulevan hupimestarin? Haku Linnanmäen huvikaudelle 2022 päättyy 30.1.2022. Voit tutustua lisää Linnanmäen kesätöihin tästä: <https://lnkd.in/gtgK6Kp>





# Vastuullisuus- viestinnän 5 vinkkiä!

1. TEE SUUNNITELMALLISTA JA TAVOITTEELLISTA VIESTINTÄÄ
2. ÄLÄ SORRU VIHERPESUUN
3. VIESTI AVOIMESTI JA REHELLISESTI
4. KÄYTÄ TARINOITA JA KUVIA YMMÄRRETTÄVYYDEN LISÄÄMISEKSI
5. VASTUULLISUUSVIESTINTÄ KUULUU KAIKILLE



**KIITOS!**



**MARGOT WIKSTRÖM  
AIRIN TILALEIPOMO  
ÖFVERGÅRDS  
GUNNEL ENGLUND**

Mathantverk – vad är det?  
Artesaaniruoka – mitä se on?

**Margot Wikström**

Mathantverkare | Ruoka-artesaani

Verksamhetsledare | Toiminnanjohtaja

Mathantverk i Finland Rf | Suomen Artesaaniruoka Ry



**Definition** Unika produkter från småskaliga producenter i Finland

**Määritelmä** Ainutlaatuisia tuotteita suomalaisilta pientuottajilta

“Artesaaniruoka luo ainutlaatuisia tuotteita, joissa on paljon makua, jotka ovat laadukkaita ja joilla on selkeä identiteetti. Nämä valmistetaan pääosin paikallisista raaka-aineista, huolella jalostaen, pienissä erissä ja usein omalla tilalla. Artesaaniruoan tuntomerkinä on ammattiomainen käsin tekeminen läpi koko tuotantoketjun. Tämä takaa terveellisiä tuotteita ilman turhia lisäaineita - tuotteita, joiden alkuperä on jäljitettävissä. Artesaaniruoka nostaa esiin perinteet ruuanlaitossa, jalostaa näitä perinteitä ja luo innovatiivisia tuotteita”.

Mathantverk skapar unika produkter med rik smak, hög kvalitet och tydlig identitet. Dessa tillverkas av i huvudsak lokala råvaror som förädlas varsamt, i liten skala och ofta på den egna gården.

Kännetecknet för mathantverk är att människans hand och kunnande är med i hela produktionskedjan. Detta ger hälsosamma produkter utan onödiga tillsatser, produkter som går att spåra till sitt ursprung.

Mathantverket lyfter fram mat med tradition, vidareutvecklar metoderna och skapar innovativa produkter

# Förädlad säljbar produkt

## Jatkojalostettu myytävä tuote

Minskning av svinn

Bättre lönsamhet

Sysselsättning

Korta transportsträckor

Försörjningssäkerhet

Hävikin vähentäminen

Parempi kannattavuus

Työllistäminen

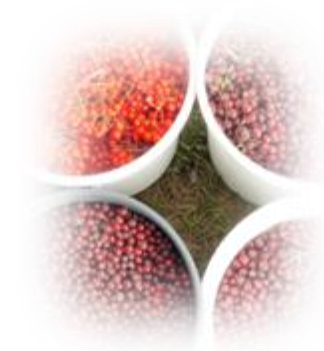
Lyhyet kuljetukset

Huoltovarmuus



# Hur skiljer den sig från vanlig produktion? Miten se eroaa tavallisesta tuotannosta?

- Råvaran alltid av bästa kvalitet
- Förädlingen på gården
- Småskalighet
- Transparens
- Försäljningen sker nära
- Inga tillsatsämnen
- Paras mahdollinen raaka-aine
- Jalostus omalla tilalla
- Pienimuotoisuus
- Läpinäkyvyys
- Myynti tapahtuu lähellä
- Ei lisäaineita



# Mathantverkets branscher

## Artesaaniruoan toimialat

- Mejeriprodukter
- Bageriprodukter
- Charkuteriprodukter
- Fiskprodukter
- Bär och fruktprodukter
- Grönsaksprodukter
- Innovativt mathantverk
- Meijerituotteet
- Leipomotuotteet
- Lihajalosteet
- Kalajalosteet
- Marja- ja hedelmätuotteet
- Vihannestuotteet
- Innovatiiviset tuotteet





# Föreningen Mathantverk i Finland Rf Suomen Artesaaniruoka Ry

- Grundad 2017
- 120 medlemmar
- Mathantverkare och organisationsrepresentanter i styrelsen
- Perustettu 2017
- Jäseniä 120
- Hallituksessa ruoka-artesaaneja ja organisaatioiden edustajia



**Mathantverkarna  
Ruoka-artesaanit**

# FM i mathantverk

## Artesaaniruoan SM kilpailut

- Arrangerats sedan 2016
- Nästa tävling 2025

- Järjestetty vuodesta 2016
- Seuraavat 2025



# Certifierat mathantverk

## Sertifioitu artesaaniruoka

- Möjlig i hela Finland
- Medlemsförmån
- Fortlöpande ansökningstid
- I kraft 3 år
- Mahdollista koko Suomessa
- Jäsenetu
- Jatkuva hakuaika
- Voimassa 3 vuotta



# Anslut dig som medlem Liity jäseneksi



Mathantverkarna  
Ruoka-artsaanit

- [www.mathantverkarna.fi](http://www.mathantverkarna.fi)
  - Bli medlem-knapp
  - 25€/år
  - [Info@mathantverkarna.fi](mailto:Info@mathantverkarna.fi)
  - Facebook Mathantverk i Finland
  - Medlemsbrev
- [www.mathantverkarna.fi/lang=fi](http://www.mathantverkarna.fi/lang=fi)
  - Liity jäseneksi - painike
  - 25€/vuosi
  - [Info@mathantverkarna.fi](mailto:Info@mathantverkarna.fi)
  - Facebook Suomen Artesaaniruoka
  - Jäsenkirjeet

# Tack för att du lyssnade Kiitos kun kuuntelit

- Margot Wikström
- Mathantverkare
- Medlem i föreningen
- Verksamhetsledare
- Pargas
- 040-7350593

- Margot Wikström
- Ruoka-artesaani
- Yhdistyksen jäsen
- Toiminnanjohtaja
- Parainen
- 040-7350593





# AIRI PETTERSSON

Airin tilaleipomo



# **ANNA & JAN ALM**

Öfvergårds



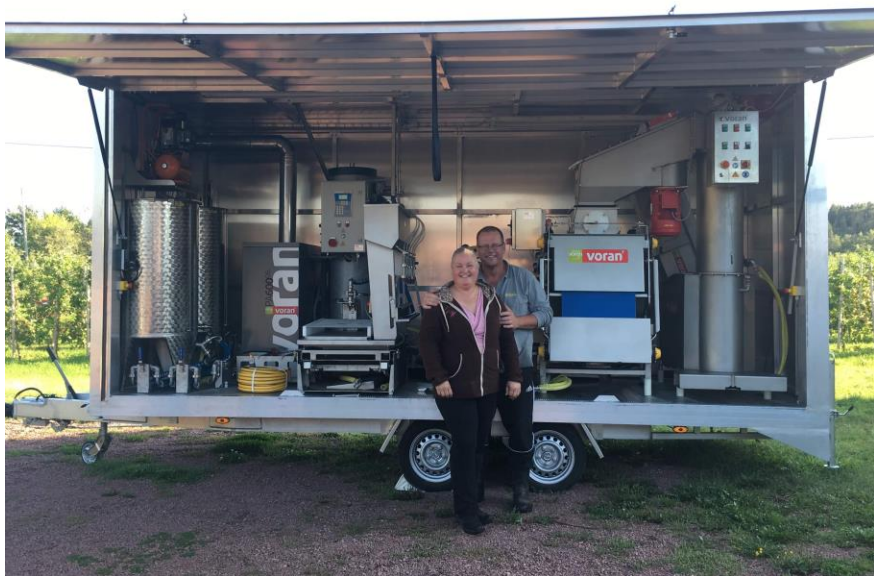
Öfvergårds, Anna & Jan Alm





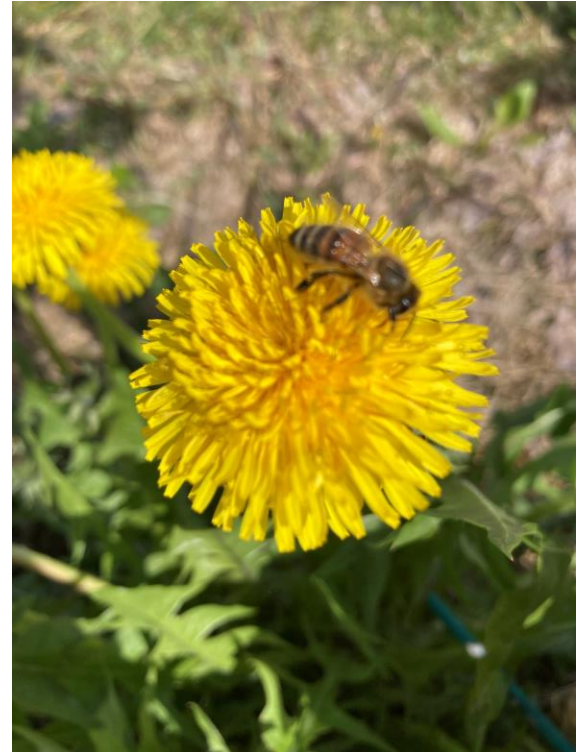
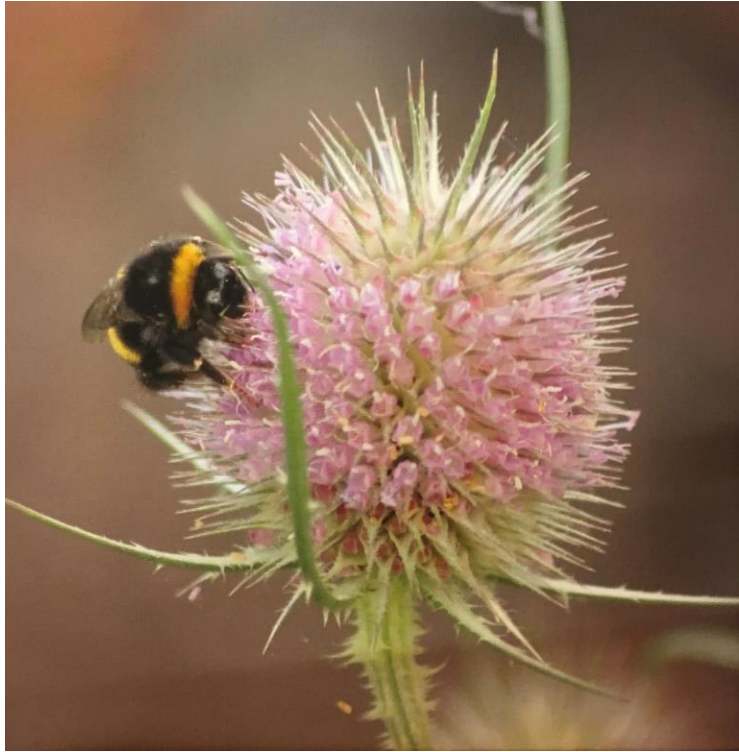


















# Finska kocklandslaget – Olympiskt Guld 2024



## SUOMEN KOKKIMAAJOUKKUE X ÖFVERGÅRDS

### OLYMPIATASON RAAKA-AINE

Suomen kokkimaajoukkue voitti kultaa IKA Culinary Olympics -kisoissa Stuttgartissa helmikuussa 2024.

Restaurant of Nations -kilpailusarjan jälkiruoka-annos oli rakennettu Öfvergårdsin tilan omenoiden ympärille. Annoksessa oli tilan Discovery- ja Collin -lajikkeiden mehuista valmistettuja komponentteja: marmeladia, sorbetia, moussea, marenkia sekä herkullinen omenatäyte briossin sisällä.

Suomen kokkimaajoukkueen joukkueenjohtaja Katja Tuomainen kertoo: "Inspiroiduin Ahvenanmaan omenoista maistettuani Öfvergårdsin tilan tuotteita. Halusimme ehdottomasti tuoda tämän upean kotimaisen raaka-aineen koko maailman nähtäväksi kisa-annoksessamme."



Indulge in a tribute to Finland's apple orchards, with a dessert course that harmonizes sweet, tangy, and crisp flavors.

Nordiska mästerskapen i Mathantverk 2022  
Eva-Lotta äppelmust - **Guld**  
Zonga äppelmust – **Silver**



Svenska mästerskapen i Mathantverk 2023  
Äppelglögg – **Silver**  
Santana äppelmust – **Brons**  
Rubinola äppelmust – **Brons**

Finska mästerskapen i Mathantverk 2017  
Discovery äppelmust – **Guld**  
Picklade äppelskott – **Guld** (ett samarbete)

Finska mästerskapen i Mathantverk 2018  
Rubinola äppelmust - **Guld**

Finska mästerskapen i Mathantverk 2019  
Santana äppelmust - **Guld**

Finska mästerskapen i Mathantverk 2020  
Zonga äppelmust - **Silver**

Finska mästerskapen i Mathantverk 2021  
Äppelglögg - **Brons**

Finska mästerskapen i Mathantverk 2022  
Zonga äppelmust - **Guld**

Finska mästerskapen i Mathantverk 2023  
Jylyred äppelmust - **Guld**





# Tack!



Anna & Jan Alm  
Öfvergårds  
Vesterbacken 76  
22330 Tjudö

Tel: +358-457-5957757 (Anna)  
Tel: +358-457-3421267 (Jan)  
[info@ofvergards.ax](mailto:info@ofvergards.ax)  
[www.ofvergards.ax](http://www.ofvergards.ax)  
[www.facebook.com/ofvergards](https://www.facebook.com/ofvergards)  
[www.instagram.com/ofvergards](https://www.instagram.com/ofvergards)



**GUNNEL ENGLUND**

Smeds


# Smeds, Gunnel Englund

**Ruokayrittäjien toimialapäivät**

**11.-12.4**

**Helsinki**





# Yritystarina ja sertifioinnin merkitys yrityksessä

# Smedsin tilan historia

- 1800-luvun loppupuolella Smeds oli valtion omistama kruununluotsin tila. Vuoteen 1872 asti tilallisina olivat Johan ja Jonas Jonasson.
- 1872 hallintaoikeus siirrettiin Anders Gustav Anderssonille (isoisäni isoisälle). Hän oli esittänyt vaatimuksen tilasta koska Johan ja Jonas eivät olleet huolehtineet vastuistaan sekä olivat antaneet tilan rapistua .
- 1876 kuoli Anders Gustavin vaimo Maria Lovisa Johansdotter.
- 1877 Anders Gustav möi Smedsin tilan toiseksi vanhimmalle pojalleen Anders Wilhelmille. Tähän hänellä oli vanhimman pojan Gustav Adolfin suostumus sekä kolmen alaikäisen lapsen Karl Magnusin, Maria Sofian ja Johanneksen holhoojan suostumus.
- 1884 tila myytiin Karl Magnus veljelle.
- 1923 Smeds luovutettiin Karl Fredrik Englundille.
- 1964 Knut Fredrik otti tilan haltuunsa.
- 2001 tilan hallinta siirtyi minun nimiini.
- Poikani Joakim odottaa vuoroaan, rakastaa isoja koneita 😊



# Tarinani

## Miksi yrittäjä?

Geenit löytyy selkärangasta

Määrätietoisuus

Rakastan työntekoa

Haluan kehittää asioita ja toimintaa

Kekseliäisyys vie eteenpäin

Sukutilani Smeds on minulle sydänasia

Elämän perusasiat kuten ruuan hankkiminen, koti, työ ja perhe ovat minulle tärkeimmät

## Tuotteet

Aloitin marjoista / marjahilloista

Viljat

Omenat

Kilpaileminen

Lisää marjoja

Valmiita annoksia lautaselle tarinan keraa asiakkaille

Makeisia

Tuotteiden sertifiointi

# Ylpeydenaiheeni

1. Perhevoima
2. Omenatarha
3. Omenatuotteet/-jalosteet
4. Asiakkaitani
5. Saariston henki
6. Artesaaniruokakilpailujen saavutuksia
7. Tuotteitani Michelin-ravintolassa VÅR
8. Lyhyt elintarvikeketju pellosta pöytään
9. Sertifioituja tuotteita



# Tulevaisuus

Uusia tuotteita

Viljatuotteita

Tuotteita missä sekä omenaa että vihanneksia

Joka kesä uusi virvoitusjuoma

Ruokatuotteiden arvon nostaminen

Kehittää Osuuskunta Pellinge Menyn toimintaa

Jatkaa yhteistyön muiden yrittäjien kanssa

Laajentaa toiminta-alueen

Jatkaa perinneruokien valmistamisen, esim määmiä



# Sertifiointi

1. Laatutakuu
2. Uusien asiakkaiden tavoittelu
3. Yrityksen kehittäminen
4. Tuloja
5. Yhteisöllisyys
6. Pienen yrittäjän mahdollisuus loistaa



Lilla Skärknäckebrödet  
SMÅK AV PELLINGE  
Pikkunäkkileipä



SMEDS  
— 1872 —



LM

Tillverkare • Valmistaja  
Gunnel Englund, Gamla Söderbyvägen 55, 07390 Pellinge  
050 526 8426, [gunnel.englund@smedsgunnel.fi](mailto:gunnel.englund@smedsgunnel.fi), [smedsgunnel.fi](http://smedsgunnel.fi)

Innehåller: Vatten, råg, spelt, kummin, salt. Bakat på rot.  
Sisältää Vesi, ruis, speltti, kumina, suola. Juureen leivottu.

Bäst före / Parasta ennen:

Vikt / Paino:

Kiitos – Tack!





**TIIA-MARI EILOLA  
& TAINA  
HARMOINEN**  
XAMK



# Ruokatuliaisten tuotteistaminen

Taina Harmoinen & Tiia-Mari Eilola  
Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu, Xamk

12.4.2024



Euroopan unionin  
osarahoittama



Etelä-Savon  
maakuntaliitto



# Keitä olemme?

## Tiia-Mari Eilola

- YTM, matkailututkimus
- TKI-asiantuntija Xamkin Vastuulliset ruokapalvelut -tutkimusryhmässä
  - Paikallisten ruokatuliaisten tuotteistaminen -hanke 2022-2023
  - Food Souvenir from Saimaa – matkalla kansainvälistymiseen -hanke 2024 ->
- Työura: matkailualan kehittämishankkeet, Xamkilla vuodesta 2021



## Taina Harmoinen

- MMM, kodin teknologia
- TKI-asiantuntija, Xamkin Vastuulliset ruokapalvelut -tutkimusryhmässä
  - Eurooppalaisesta klusteriverkostosta tukea eteläsavolaisille ruoka-alan yrityksille -hanke
- Työura: valtionhallinto, neuvontajärjestö, yksityisyrittäjä
- Mikkelin ammattikorkeakoulussa 2013
  - Xamkissa ->





**Kuinka moni on ostanut ruokaan liittyvän tuliaisen/matkamuiston viimeisimmältä ulkomaanmatkaltaan?**

# Miksi olemme täällä tänään?

- Vinkkejä ruokalahjojen tuotteistamiseen!
- Paikallisten ruokatuliaisten tuotteistaminen -hanke 1.10.2022-15.10.2023



**Makuelämykset matkamuuistoiksi  
– Opas ruokalahjojen  
tuotteistamiseen**



Tiia-Mari Elliott ja  
Taina Harmoinen (toim.)

**MAKUELÄMYKSET  
MATKAMUUSTOIKSI**

**OPAS RUOKALAHJOJEN  
TUOTTEISTAMISEEN**

**XAMK**  
Kaakkois-Suomen  
ammattikorkeakoulu

# Rakkaalla lapsella on monta nimeä

- Ruokalahja, ruokatuliainen, ruokavieminen, ruokamatkamuisto...
- Ruokatuote, joka on kehitetty ensisijaisesti matkamuistoksi tai tuliaistuotteeksi/lahjaksi



# MIKSI ruokalahjoja kannattaa tuotteistaa?

## Matkailijalle

- Ruokamatkailu on ollut ja on edelleen nousussa.
- Tiedostava ruokamatkailu.
- Ruokatuliaisit ovat suosittuja – varsin helppoja tulla.
- Matkan muistelu jälkikäteen.

## Alueelle

- Alueen matkailumarkkinoinnin tueksi: tunnettuutta, alueen profilointiin.

## Yrittäjälle

- Valmistajalle ja myyjälle lisämyyntiä, kannattavuutta.
- Mahdollisuus epäsuoraan vientiin.



# MITÄ tuotteistetaan?

## Ruokamatkamuiston edellytykset

- Alueeseen liittyvä makumuisto: raaka-aine, valmistustapa
- Tuotteen säilyvyys: huoneenlämmössä
- Koko: käsimatkatavara (maks. 100 ml), mielellään kevyitä, pieniä maisteluannoksia
- Matkustuksen kestävyys: tuote ja pakkaus
- Raaka-aine: tuttu ja turvallinen ↔ uniikki, viranomais määräykset (Tulli)



# KENELLE?

## Asiakas – missä myydään?

### Matkailija

- Ruoka suosittu matkamuiisto kaikille.
- Ruoan rooli tapahtumissa ja festivaaleilla korostuu.
- Autenttisuus ja paikallisuus korostuvat matkailijalle.
- Tarinat entistä suuremmassa roolissa.

### Myyntipaikka

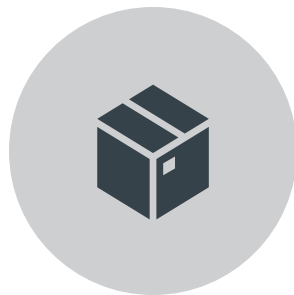
- Valmistustilojen yhteydessä: valmistaja myy itse
- Ravitsemispalvelun yhteydessä
- Matkamuiistomyymälässä
- Lentokentällä
- Verkkokaupassa



# Elämyksellinen tuote



SISÄLTÖ ELI  
ITSE TUOTE



PAKKAUS



TARINA

# Sisältö eli itse tuote

- Paikallinen, laadukas raaka-aine
- Innovatiivinen ja uniikki yhdistelmä
- Traditionaalisuus; perinteiset valmistusmenetelmät, ”sukureseptit”
- Kansainväliselle matkailijalle; kuivatutuote, huomioi vientirajoitukset!

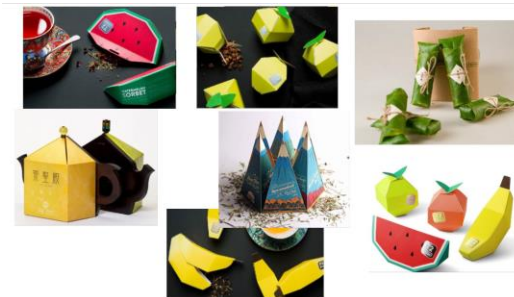


Kuva: Visit Saimaan kuvapankki



# Pakkaus

- Pakkauksen perustehtävät: suojaa tuotetta (elintarvike), kestää matkalaukussa
- **Millainen pakkaus herättää ostajan huomion? Pakkauskin on viesti!**
- Mitä on otettava huomioon esim. pakkauksen koon ja materiaalien osalta?
- Kallein pakkaus ei ole aina ympäristöystävällisin vaihtoehto!
- Riittävät pakkausmerkinnät
- Ulkomaiset asiakkaat – englanniksi!



# Tarina

- Kiinnostaa matkailijoita
- Auttaa erottautumaan kilpailijoista
- Kiinnittää tuotteen alueeseen, esim. D.O.Saimaa -tuotteet
- Tarina voi liittyä paikkaan, tuotteen valmistukseen, raaka-aineeseen, tuottajaan, historiaan jne.
- Miten tuoda tarina esiin?
- Digitaaliset ratkaisut tarinan kertomisessa: AR, VR, videot (mieti tuoko lisäarvoa!)



# World Food Gift Challenge 2023 – 2. sija



## Nokiakka

The jury found it was a wonderful quality, tasty and original set of conserves made with local products. The use of bold colours on the gift box was considered to be delightfully modern both in branding and design. Taste and texture of the two products were remarked upon as being of very high quality by all jury members.

Kuvat: IGCAT, lisätietoa <https://igcat.org/world-food-gifts-2023/>

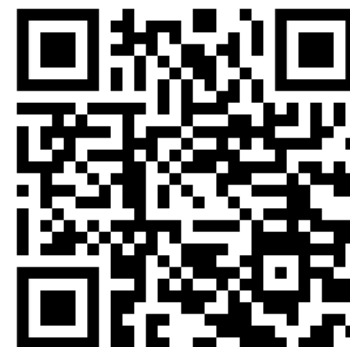
# World Food Gift Challenge 2023 – Best storytelling



The jury acknowledged this gift for its exemplary branding that characterises Catalan art and storytelling related to the role of *Masias* in rural life. The jury felt the price-quality relationship was excellent and the bottles perfect for transporting also in a hand-luggage. The colourful, well thought out cartoon character on each bottle was very much appreciated because it told a story both about Catalonia and the product inside.

Kuvat: IGCAT, lisätietoa <https://igcat.org/world-food-gifts-2023/>

# Lisää vinkkejä ruokalahjojen tuotteistamiseen



[Makuelämykset  
matkamuistoiksi. Opas  
ruokalahjojen tuotteistamiseen  
- Theseus](#)



**TULOSSA 11/2024**

**Suomen ruokalahjakilpailu**



# Kiitos!

Food Souvenir from Saimaa – matkalla kansainvälistymiseen -hanke

**Tiia-Mari Eilola** [tiia-mari.eilola@xamk.fi](mailto:tiia-mari.eilola@xamk.fi)

Eurooppalaisesta klusteriverkostosta tukea eteläsavolaisille ruoka-alan yrityksille -hanke

**Taina Harmoinen** [taina.harmoinen@xamk.fi](mailto:taina.harmoinen@xamk.fi)



**Euroopan unionin  
osarahoittama**



**Etelä-Savon  
maakuntaliitto**





**Tunne huominen - All for the future.**





# **MAARIT ROCKENFELLER**

Graani

# *Graani*

suoramyyntin digityökalut tuottajille



*Graani*



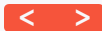
# Maarit Rockenfeller

Ruusulan tilan yrittäjä & Graanin perustaja.

Yli 20 vuotta yrittäjyyttä: alkutuotanto, markkinointi & digitaalinen myynti.

Tilan kehittämisen tavoitteet:

1. myynti ennakkoon & myynnin riski alas
2. hinnat ylös & lisää kannattavuutta
3. vahva brändi, tunnettuus ja asiakaskunta.



*Graani*

# Graanin tarina





# Graani syntyi kokemuksesta & tahdosta lisätä kotitilan kannattavuutta

Graanissa yhdistyvät yli 100 vuoden **kokemus suoramyynnistä**,  
**markkinoinnin asiantuntemus** ja **digimyynnin tehokkaat ratkaisut**.  
Edellisten yhdistelmästä syntyi Graani - tuote, joka **mullistaa**  
tuottajalle ja ostajalle suoramyynnin **sujuvuuden ja helppouden**.



*Graani*

# Haaste & ratkaisu



< >



# Tuottajan haaste

Tuottajien kannattavuus on heikko. Tuottajat haluavat suoramyyynnillä parempaa hintaa, kannattavuutta ja varmistaa menekin. Heitä kuitenkin puuttuvat tehokkaat suoramyyntin työkalut ja myyntin osaamista.





# Kuluttajan haaste

Kuluttajat (Suomessa n. 51%) haluavat ostaa suoraan tuottajalta, mutta kokevat, että tuottajien löytäminen, oston ajoitus ja kaupankäynti tuottajan kanssa ovat vaikeita käytännössä.

*Tietoykkönen Oy: Graani kuluttajatutkimus (n=1000), 2021.*







# Yhteiskunnan haaste

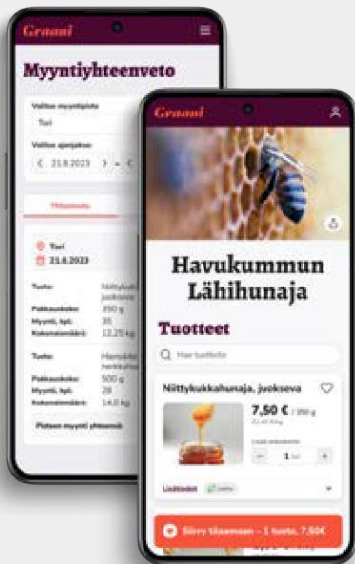
Ruokaketjut ovat pitkiä ja kuluttavat maapallon resursseja tarpeettomasti. Kriisissä pitkät ruokaketjut hajoavat ja huoltovarmuus kärsii. Kriisit ovat lisääntymässä ja niiden uhka on suuri.



# Graani ratkaisee

Graanilla alkutuotannon kaupankäynti on helppoa, tehokasta ja nopeaa kaikille - tuottajalle, ostajalle ja kenelle tahansa paikasta ja kanavasta riippumatta.

Tuottajalle Graani tarjoaa tehokkaat digimyyntin ja -markkinoinnin *työkalut*.. Asiakas löytää tuottajan ja ostaa helposti. *Kuka tahansa* myy sadon tai saaliin vaivatta. *Yhteisölle* Graani lisää huoltovarmuutta ja kriisinsietokykyä, koska tarjonta ja kysyntä kohtaavat tehokkaasti.





# Graanin kilpailuetu

Graani on ylivoimaisen nopea ottaa käyttöön, super helppo käyttää ja halvempi, kun kilpailijat. Se paketoit digitaaliset suoramyynnin työkalut toimialalle räätälöidyllä tavalla. Graani mullistaa suoraan tuottajalta ostamisen helppouden myyjälle ja ostajalle!



*Graani*

# Mikä Graani?





# Lupaus: Tehoa & helppoutta suoramyyntiin

Graani ei ole uusi myyntialusta! Graani on tuottajien kehittämä suoramyynnin työkalu puhelimesta. Graani automatisoi ja tehostaa suoramyyntiä ja toimii sieltä, missä olet.



# Graani ei ole...

1. Markkinapaikka, jossa useat tuottajat myyvät tuotteitaan kootusti samalla sivulla.
2. Välittäjä, joka kokoaa yhteen ja myy tuottajien tuotteita.
3. Logistiikan toimittaja.



*Graani*



# Graani on...

1. Työkalu, joka tukee tuottajan nykyisen suoramyyntin johtamista ja organisointia.
2. Selainpohjainen sovellus, jolla onnistuu suoramyynti ja -markkinointi kanavasta riippumatta.
3. Tuottajille räätälöity: yksinkertainen, helppo käyttää ja edullinen.



***Graani***



# Graani + REKO = yhteistyön voimaa

*Graanilla REKO toimii aivan kuten ennenkin, mutta helpommin!*

Graanilla tuottaja pääsee eroon turhasta työstä tilausten kointiin ja myyntiyhteenvetoihin liittyen. Samalla varmistuu, että algoritmit eivät blokkaa tilauksia ja että asiakkaat, jotka eivät käytä Facebookia voivat tilata REKO-jakoon tuotteita.

Graani - nopeaa ja helppoa kaupankäyntiä ostajalle ja tuottajalle!

**Graani**



*Graani*

# Ominaisuudet tuottajalle



# Ominaisuudet - tuottajan Graani



## Oma verkkokauppa

Esittele tuotteesi tyylikkäästi ja helposti omassa verkkokaupassa. Rakenna helposti tehokkaita digitaalisia ostopolkua somesta, REKO:sta tai muista digikanavista. Ota vastaan tilauksia automaattisesti ja hallitse myyntejä helposti. Vähennä turhaa työtä ja sählinkiä myyntiin liittyen sekä helpota asiakkaan ostamista.

## Reaaliaikaiset myyntiyhteenvedot

Sinulla on myynnin langat käsissä reaaliaikaisesti. Myyntipistekohtainen ja totaalimyynien yhteenveto antavat kuvan myynneistä valitsemallesi ajalle napin painalluksella. Tiedät, missä myynti menee määrissä ja euroissa. Datalla johdat myyntiä, tuotantoa tai sadonkorjuuta tehokkaasti. Tärkeät myynnin luvut helposti ja reaaliaikaisesti yhdessä paikassa. Lisää läpinäkyvyyttä, johdettavuutta ja tulosta.

## Raportointi

Raportoitavat myynnin tiedot ovat tallessa ja helposti löydettävissä yhdestä paikasta. Hoida ikävät raportoinnin rutiinit tehokkaasti ja vaivattomasti. Vähemmän raportoinnin tuskaa, lippulappua ja esimistä.

## Automaattinen asiakasrekisteri (tulossa)

Automaattinen asiakasrekisteri kerää asiakastiedot puolestasi. Asiakkaiden profilointi auttaa osuvan suoramarkkinoinnin toteuttamisessa. Osuvasti kohdistettu markkinointi on tehokasta ja auttaa asiakasta ostamaan oikea-aikaisesti. Sinä ja asiakas voitatte. Lisää markkinoinnin ja myynnin tehoa sekä asiakastytyvääsyyttä.

## Markkinoinnin työkalut (tulossa)

Suora kontakti asiakkaaseen mahdollistaa, että muutamalla napin painalluksella markkinoit ajankohtaiset tuotteet kohdistetusti, nopeasti, kustannustehokkaasti sekä oikea-aikaisesti. Digitaalinen ostopolku syntyy Graanissa helposti, joka tekee Sinulle myymisestä ja asiakkaalle ostamisesta helpompaa.

## Nopea asiakaspalaute (tulossa)

Tiedä heti mitä asiakkaat ajattelevat ja varmista tyytyväisyys. Kehitä toimintaasi palautteiden avulla. Mittaa onnistumista, reagoi ajoissa ja johda tiedolla. Käsittele reklamaatiot ja palautteet hallitusti ja prosessin mukaisesti yhdessä paikassa. Prosessi auttaa hoitamaan ikävätikin palautteet helposti ja pitämään tiedot tallessa.

# Miksi tuottaja valitsee Graanin?

## 1 Kokoa myynnit & hoitaa myynnin rutiinit

Vapauta aikaasi myynnin rutiineista, jotka Graani hoitaa puolestasi. Vähemmän toimistotunteja ja puhelimeen vastaamista - ja sinulla jää aikaa oleelliseen.

## 2 Superhelppo käyttää - mistä ja milloin tahansa

Helppo suoramyynnin työkalu puhelimesi. Käyttöönotto vie noin 30 minuuttia! Myy sieltä, missä olet - pellolta, veneestä tai metsästä.

## 3 Tuottajien kehittämä - juuri sitä, mitä tarvitset

Me ymmärrämme tuottajan arjen haasteet, koska Graani on tuottajien kehittämä. Graanissa on olennainen, eikä mitään ylimääräistä. Ei myyntialusta, vaan tuottajien tarpeisiin räätälöity sovellus.

## 4 Vähentää myynninriskiä, lippulappuja ja sähkölinkkiä

Myy tuotteet ennakkoon ja vähennä myynnin riskiä. Samalla hallitset hintaa ja hävikkiä tehokkaasti.

## 5 Lisää myynnin tehoa, ennakointia ja tulosta

Graanilla suoramyynnin teho, ennakointi ja johtaminen paranevat. Ja samalla Sinä teet enemmän tulosta, varmemmin ja vähemmällä vaivalla.

## 6 Kaikki myynnin data yhdessä paikassa

Myyntitiedot mobiilisti mukana. Löydät myynnit eur oissa ja määrissä reaaliaikaisesti, jotta tiedät missä mennään. Graani arkistoi tiedot, josta löydät tiedot helposti kirjanpitoa varten.



**Graani**

*Graani*

# Hinnoittelu



# Graani on edullinen!

**Graanin veloitus** on toistaiseksi jatkuvan pilottikäytön ajan 1 % **Graanin kautta kulkeneesta liikevaihdosta**. Ei kiinteitä kuluja. Maksat toteutuneesta myynnistä.

Myöhemmin veloitus on 1 - 6 % Graanin kautta kulkeneesta liikevaihdosta. Hinnoittelu päätetään pilottikäyttäjien palaute huomioiden.



*Graani*

# Ominaisuudet ostajalle



< >

# Ostajan Oma Graani

**Graani helpottaa suoraan tuottajalta ostamista.**

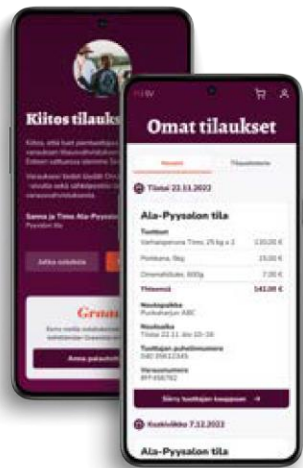
Tutkimuksemme mukaan yli 50 % suomalaisista ostaa suoraan tuottajalta. Eniten ostavat ylemmät toimihenkilöt, yrittäjät, yli 100 k euroa vuodessa tienaavat ja opiskelijat.

Oston esteitä ovat tuottajien hankala löydettävyys ja tavoittaminen sekä ostamisen vaikeudet.

Tietoykkönen Oy / Tutkimus lähiruuan ostamisesta (2021) n=1000



# Ominaisuudet – ostajan Oma Graani



## Ostajan Oma Graani

Ostajan Oma Graani syntyy automaattisesti ensimmäisen oston yhteydessä. Tietosi ovat tämän jälkeen tallessa ja säästyt tietojen syöttämiseltä jokaisen tilauksen yhteydessä. *Oma Graanista näkyvät tilaustiedot, noudot ja kuitit kaikilta Graania käyttäviltä tuottajilta.*

## Muistutukset nou doista

Oma Graani muistuttaa lähestyvistä noudosta, jotta noutojen muistaminen olisi helppoa kiireisen arjen keskellä. Oma Graanista löydät kätevästi tilauksen, tuottajan ja noutopaikan tiedot, kun niitä tarvitset.

## Ostot ja kuitit tallessa

Oma Graani arkistoi ostotiedot ja kuitit tulevaa asiointia ja uusintaostoja varten. Tilauksenhistoriassa kuitit ja tiedot ovat tallessa ja järjestyksessä automaattisesti.

## Tuottajien löytäminen (tu lossa)

Graani helpottaa tuottajien löytämistä. Graani kartalla näkyvät tuottajat, joilta ostaminen on helppoa ja vaivatonta. Hakutuloksesta tai kartalta pääset suoraan tuottajan verkkokauppaan.

## Vahti & ennakkotilaus (tu lossa)

Vahti ilmoittaa, kun seuraamasi tuottajan kausi alkaa tai haluamasi tuote on saatavana. Ennakkotilauksella varmistat saatavuuden tuotteille, joilla on suuri kysyntä.

## Anna palautetta & reklamoi (tu lossa)

Oma Graanissa arvioit ostamiasi tuotteita, lähetät palautetta tuottajalle ja teet reklamaation helposti. Asiointi tuottajan kanssa on helppoa, läpinäkyvää ja ennakoitavaa.





# Yhteys

Maarit Rockenfeller,

Perustaja

[maarit@graani.fi](mailto:maarit@graani.fi)

+358 400 241 700





**ATLAS JUVAKKA**

Posintra



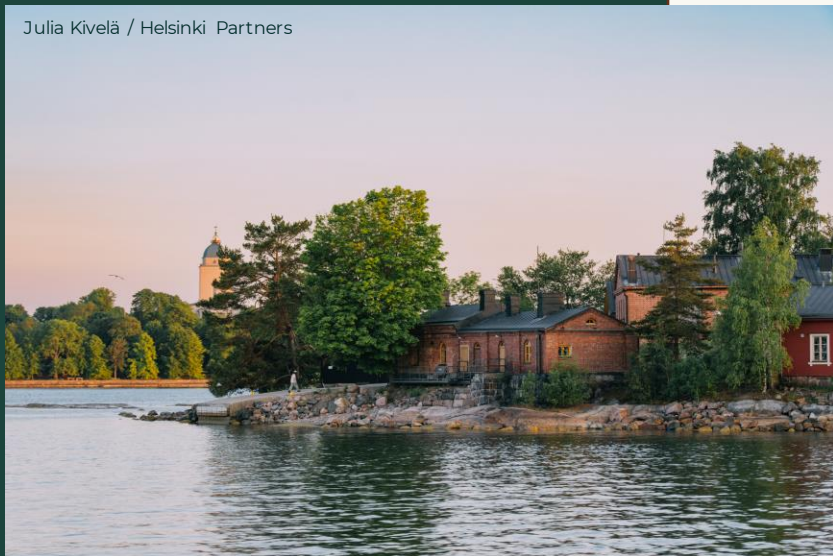
Uudenmaan liitto  
Nylands förbund

Atlas Juvakka

# Vastuullisuussertifikaatit kilpailuetuna

# Esityksen sisältö

Julia Kivelä / Helsinki Partners



## **Carbon Neutral Experience 2.0**

– Hanke lyhyesti

## **Sustainable Travel Finland**

– Kestävän matkailun kehittämispolku

## **Vastuullisuussertifikaatit**

– Sertifikaatin hyödyt ravitsemistoimialalle

## **CNE2.0 työpajat ja tapahtumat**

– Ilmoittautuminen



Uudenmaan liitto  
Nylands förbund

# Carbon Neutral Experience 2.0 (CNE2.0)

- Toteutetaan ajalla 1.8.2023–31.7.2025
- Rahoitetaan Uudenmaan liiton AKKE-rahoituksella (80 %)  
+ Oma rahoitus ja kuntarahoitus
- Mukana olevat kunnat: Helsinki, Raasepori, Tuusula, Porvoo, Hyvinkää, Espoo, Vantaa, Hanko, Sipoo, Lohja, Siuntio, Inkoo ja Nurmijärvi

Toteuttajat:

**Posintra**

  
Haaga-Helia

YRKESHÖGSKOLAN  
**NOVIA**

  
Uudenmaan liitto  
Nylands förbund



# Uudenmaan matkailuala hiilineutraaliksi vuoteen 2030 mennessä

- 1. Uudenmaan hiilineutraalin matkailualan edistäminen tiiviissä yhteistyössä sidosryhmien kanssa**
  - Yhdessä yritysten, kuntien, oppilaitosten ja hankkeiden kanssa
- 2. Datat hyödyntäminen vähähiilisen matkailun edistämiseksi**
  - Alkukartoitukset sekä hiilijalanjäljen mittaaminen
- 3. Osaamisen kehittäminen ja kestävä kasvun tukeminen**
  - Sustainable Travel Finland -työpajat sekä syventävät koulutukset ja työpajat

*Edistetään Uudenmaan edelläkävijäasemaa ja kilpailukykyä vastuullisena kohteena*



# Toimenpiteet



## **STF-työpajat**

STF-ohjelman edistäminen, kiertotalousosaamisen lisääminen, hiilijalanjäljen mittaaminen ja päästöjen vähentäminen



## **Syventävät työpajat ja hackathonit**

Kiertotalousosaamisen, muutoskyvykkyyden ja varautumisen edistäminen sekä alkukartoituksessa nousseiden

osaamistarpeiden täydentäminen



## **Kuntien yhteistyöverkoston tapaamiset**

Ilmastojuulistuksen allekirjoittaminen ja toimintasuunnitelman laatiminen, päästöjen mittaaminen ja vähentäminen, STF-tavoitteiden

edistäminen sekä yhteistyön



# Sustainable Travel Finland (STF) -ohjelma

Kestävän matkailun työkalupakki







# STF -kehittämispolun askeleet

# Kenelle STF-ohjelma sopii

Heille, jotka

- haluavat hyvän kehittämistyökalun
- palvelevat kansainvälisiä matkailijoita
- haluavat lisänäkyvyyttä kansainvälisille markkinoille

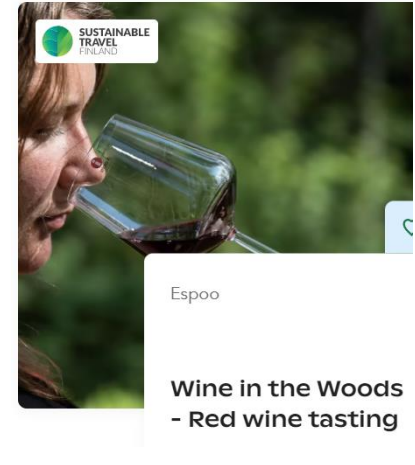
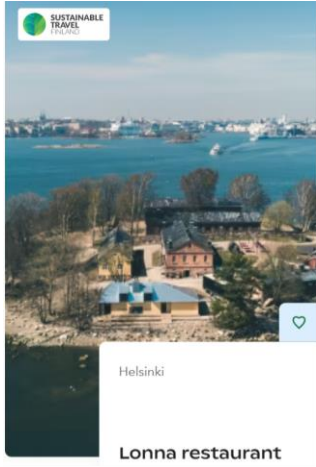


# Tämän hetkistä tilannetta

- **409** STF-merkin saanutta yritystä, joista **19** on ravintololoita, näistä **3** Uudeltamaalta
- Ravintola Tila, Lonna, Fazer Experience vierailukeskus
- Lisäksi yrityksiä, joilla ravitsemistoiminta on osa muuta toimintaa



**SUSTAINABLE  
TRAVEL**  
FINLAND™



Refine your result [Clear](#)

Regions **1** X Seasons Places

Search...

Select a category

Food & Drinks (39) X Activities (23) Nature Activities (8) Animal Activities (0) Attractions (13) Accommodations (0) Special Accommodation (0) Northern Lights (0) Midnight Sun (0) Shopping (0) Design & Art (6) Uniquely Local (0) Wellbeing (3) Christmas & Santa (0) Families (3) LGBTQ+ (2) Events (0) Transportation (0)

Sustainable  Accessible

# Näkyvyyttä kansainvälisille markkinoille

# Vastuullisuus- sertifikaatit

Mitä ja miksi?



Uudenmaan liitto  
Nylands förbund

# Ravitsemistoimialalle soveltuvia vastuullisuussertifiointi ohjelmia

- Biosphere
- **ECEAT Suomi\***
- EGLA Corporate Certificate
- **Ekokompassi**
- EMAS
- **Good Travel Seal**
- Green Globe
- **Green Key**
- ISO 14001
- **Joutsenmerkki**
- TourCert

\*Vain osana muuta matkailutoimintaa

Suomessa suosittuja sertifikaatteja **boldattu**



# Miksi yritystoiminta kannattaa sertifioida?

Tärkeät arvot ja työ niiden takana **todentuu** -sertifioinnilla varmistetaan, että yritys on kolmannen osapuolen auditoima

Antaa systemaattisen ja tehokkaan **kehittämistyökalun**

Sertifikaatti tekee vastuullisuustyön **näkyväksi** ja luo **luottamusta** – **lisäarvoa** asiakkaille ja **kilpailuetua**, sekä **työnantajamielikuva paranee**

Luonnon hyvinvoinnin lisäksi otetaan huomioon sosiokulttuurinen ja taloudellinen vastuullisuus

Apua viestintään, samalla vältetään viherpesua

**Kustannussäästöjä ja myyntiä!**

Toimitaan esimerkkinä muille



# Esimerkkejä kriteereistä

## The 10 themes of our Good Travel Seal criteria



Food & Products



Reducing Pollution



Caring for People



Caring for Water



Good Employment



Caring for Nature



Caring for Climate



Caring for Culture



Reducing Waste



Management & Info



# Esimerkkejä kriteereistä



- Kohde mittaa oman hiilijalanjälkensä
- Kohteella on kirjallinen vastuullisuussuunnitelma
- Uudet astianpesukoneet ovat vettä säästäviä, vedenkulutus max 3,5 l/kori
- Kohde käyttää ympäristömerkittyjä pesuaineita
- Kertakäyttöisiä astioita ei käytetä kohteen alueella tapahtuvassa tarjoilussa
- Kylmlaitteiden, uunien ja muiden kuuma- ja kylmäsäilytystilojen ovien tiivisteet ovat ehjiä
- Jos kohteella on anniskelulupa, tulee sen valikoimissa olla vähintään yhtä luomumerkittyä tai lähialueella tuotettua olutta, viiniä ja siideriä/long drinkkiä
- Kohteen ravintolasta voi tilata 3 ruokalajin kasvisaterian
- Kohteella on toimintasuunnitelma ruokahävikin pienentämiseksi

# Tulevat tapahtumat

Carbon Neutral Experience 2.0



Uudenmaan Ilftö  
Nylands förbund

# Tulevat työpajat ja tapahtumat Uudenmaan matkailutoimialan yrityksille



## **Sustainable Travel Finland -työpajat**

ti 16.4. klo 9-12, Hyvinkää, Suomen Rautatiemuseo

ke 17.4. klo 9-12, Helsinki, Haaga-Helian Pasilan kampus

ke 17.4. klo 12-15, Porvoo, Haaga-Helian Porvoon kampus

ti 14.5. klo 13-16, Teams (online)

ke 22.5. klo 9-12, Teams (online)

## **Vastuullisuusviestinnän työpaja**

to 25.4. klo 9-12, Helsinki, Haaga-Helian Pasilan kampus

# KESTÄVÄN MATKAILUN MINIMESSUT

Haaga-Helia, Haagan kampus

8.5.2024 klo 10.00–14.15





# Seuraa meitä somessa

Täältä saat tietoa tulevista tapahtumista sekä muista kiinnostavista virstanpylväistä matkallamme kohti Uudenmaan vähähiilistä matkailua-alaa.

**Facebook** @ [CarbonNeutralExperience](#)

**LinkedIn** @ [Carbon Neutral Experience 2.0](#)



Uudenmaan liitto  
Nylands förbund

# Kiitos!

[atlas.juvakka@posintra.fi](mailto:atlas.juvakka@posintra.fi)

[www.cne.fi](http://www.cne.fi)



**KATI POHJANMAA**

Siis hetkinen - mökkivuokraajat paikallisen ruokatuotteen käyttäjinä? Mikä bisnes?

Entäs sitten vientimarkkinoille Luxemburgiin?  
Miksi mukan Euroopan rikkaan lilliputtivaltion markkinoille?



[katipohjanmaa.fi](http://katipohjanmaa.fi)



## Kuka on Kati Pohjanmaa?

- Rennon ja mutkattoman ruoan ja juoman asiantuntija
- Intohimona vienti, sisällöntuotanto ja kouluttaminen
- KM kotitalousopettaja
- Yrittäjä
- Laurea amk opettaja
- kolmen lapsen äiti
- naimisissa saman miehen kanssa vuodesta 1997



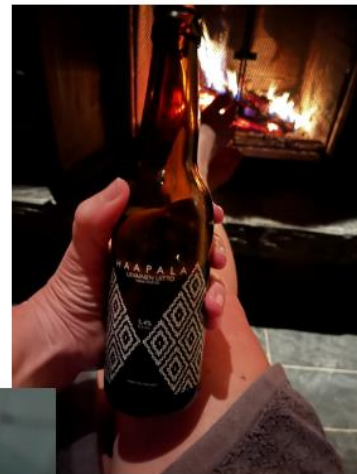
# Ajatus

“Miksi tarjoaisit vain aterian, kun voit luoda ja rakentaa muiston?”

- Business Finland

“Ainutlaatuisia hetkiä, jotka rikastuttavat arkea”

- Visit Finland



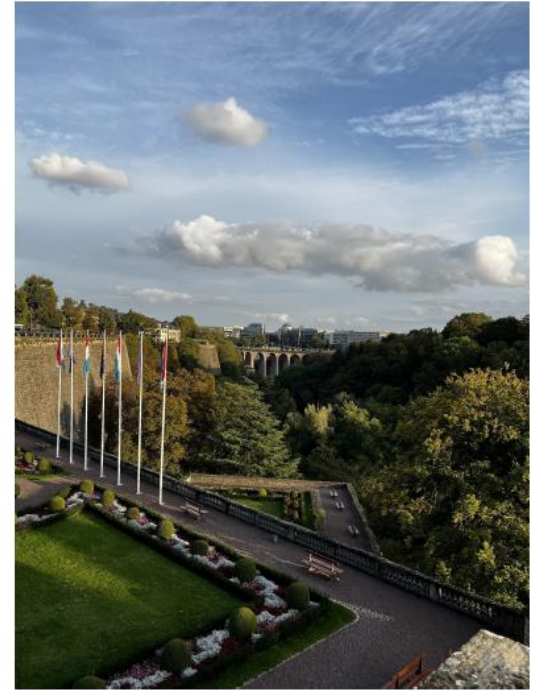
# Aamiainen ja iltapala

1. Puuro ja marjat/hillo/sose
2. Puuro, raejuusto/rahka ja marjat
3. Kahvi ja sämpylä
4. Marjarahka
5. Aamiaiskori
6. Kahvi, tuore leipä ja keitetty kananmuna



# Euroopan lilliputtivaltio - Luxemburg

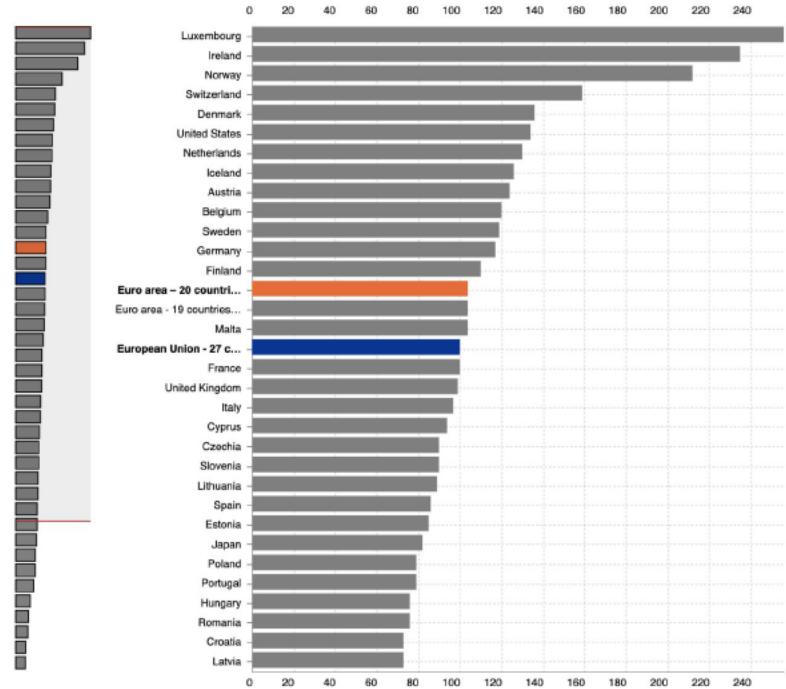
- kaiken keskellä
- parlamentaarinen perustuslaillinen monarkia
- 634 700 asukasta (2021)
  - 10% kotoisin Portugalista
  
- ostopäätöksiä tehdessä luxemburgilaiselle tärkeää
  - laatu ja kestävyys
  - pakkauksen ulkonäkö ja laatu



# BKT 2022

## GDP per capita in PPS

Time frequency: Annual National accounts indicator (ESA 2010): Volume indices of real expenditure per capita (in PPS\_EU27\_2020=100) Analytical categories for purchasing power parities (PPPs) calculation: Gross domestic product



Yhteistyössä

Haaga-Helia

**HUNGRY  
FOR FINLAND**

**Liity mukaan!**



## Hungry for Finland -hankkeista tukea yrityksille

- Verkosto
- Tapahtumia
- Webinaareja
- Koulutuksia & työpajoja
- Strategia