

## AMMATTIKEITTIÖT: ONNISTUMISIA JA HAASTEITA – TAHTO JA ASENNE KUNTOON

### **Elintarvikkeiden erikoistuotteet -hankinta, paikallisia luomutuotteita julkiselle sektorille, Kouvolan ruokapalveluiden hankinta-case**

**Anu Arolaakso, projektipäällikkö, Savon koulutuskuntayhtymä**

Webinaarissa kuultiin Kouvolan kaupungin erikoiselintarvikehankinnoista. Kouvolan kaupungissa valmistetaan päivittäin noin 20 000 erityyppistä ateriala. Tuotantokeittäjiä on 17 ja palvelukeittäjiä 48.

Erikoistuotehankinnan taustalla on ollut tahtotila saada tuotteita lähialueilta ruokapalveluiden käyttöön ja saada paikallisia yrittäjiä mukaan kilpailutuksiin. Taustalla on kaupunginhallituksen hyväksymä hankintaohjelma, joka tukee hankintapäätöstä.

Työ lähti käyntiin vuonna 2017 kartoittamalla Kymenlaakson elintarvikealan yrittäjiä ja tuotteita. Hankinta on toteutettu kynnysarvon alittavana pienhankintana avoimella menettelyllä. Tuotteiden valintaperusteena oli soveltuvuus asiakkaan tarpeisiin sekä hinta. Tarjottujen tuotteiden soveltuvuutta arvioitiin kokeilemalla uusia tuotteita tuotannossa. Erityisen tärkeä rooli prosessissa oli markkinavuoropuhelu. Näin yhteistyö saa ikään kuin kasvot ja molemminpuolinen ymmärrys kasvaa. Haasteena hankinnan liikkeelle saamisessa oli valmiit, kiertävät ruokalistat, nimittäin valmiille listoille oli haasteellista sijoittaa uusia tuotteita. Pääsääntöisesti Kouvolassa ollaan tyytyväisiä hankintojen onnistumiseen. Tällä hetkellä 13 eri tuotetta hankintaan 8 eri toimittajalta. Tuotteista on luomua mm. salaattijuusto, ruisvuokaleipä sekä kaurahiutaleet. Ruokalistalle on saatu uusia paikallisia tuotteita myös kestävästä kehityksen näkökulmasta (riisin tilalle kaurahelmet).

### **Innovatiivisesti luomutuotteita julkisille ruokapalveluille. Mitä tarkoittaa innovatiivinen hankintakumppanuus?**

**Sinikka Pussinen, palvelusuunnittelija, Polkka – Pohjois-Karjalan tukipalvelut Oy**

Innovatiivinen hankintakumppanuuden idea lähti kahvipöytäkeskustelusta lisätä lähialueella tuotettujen elintarvikkeiden käyttöä. Tämän jälkeen hankintatoimen kanssa pohdittiin yhteistyössä, mikä olisi sopivin hankintamenettely. Tahtotilana oli saada aikaan Polkka Oy:lle räätälöity tuote heidän käyttöönsä. Lähtötilanteessa oli jo määritelty, että hankinta sisältää tuotekehitystyötä, mutta lopputuotetta ei vielä tiedetä.

Prosessi eteni markkinavuoropuheluun syksyllä 2018 pohjoiskarjalaisten elintarvikealan yritysten kanssa. Siellä esiteltiin paikalle saapuneille hankintamenettelyä. Tilaisuus oli mielenkiintoinen, sillä siinä vaiheessa ei haluttu rajata lopputuotetta mitenkään. Seuraavaksi esitettiin osallistumispyyntö tuotekehityskumppaniksi Hilmassa vuoden 2019 alussa. Neuvottelupäivät järjestettiin helmikuussa 2019, joissa esiteltiin kaikki Hilmaan tulleet 11 ideaa. Näistä valittiin 3 jatkokon. Tuoteideat pisteytettiin innovatiivisuuden, valmistusprosessin, myynnin ja toimituksien ja yhteistyövalmiuksien mukaan.

Tuotekehitys kesti muutaman kuukauden ja tuotetta testattiin oikeassa toimintaympäristössä loppukevällä. Lopullinen tarjouspyyntö esitettiin kesällä 2019, jonka jälkeen tehtiin valinta, päätös ja sopimus. Lopulta tuote oli ruokalistalla lokakuussa 2019. Tarjouspyynnössä ohjattiin hankintaa kohti lähiruokaa. Polkka Oy:n tapauksessa mm. edellytettiin tiivistä yhteistyötä Polkka Oy:n testikeittiössä ja raaka-ainekulujen kattamista tarjoajan puolelta.

Innovatiivinen hankinta hankintakumppanuus on uusi ja äärettömän hyvä hankintakeino. Prosessiin kuluu toki aikaa, mutta menettely on sen väärti. Hankintamenettely onnistuu hyvin luomutuotteiden kohdalla, mutta tässä on huomioitava, miten määritellään lähiluomu ja onko toimijoita alueella tarpeeksi. Luomutuotteiden kohdalla voi pohtia erien kokoja, eli esimerkiksi tuotteiden jakamista eri päiville tai viikoille.

Pohjois-Karjalassa innovatiivisen hankintakumppanuuden kautta ruokalistalla on nykyisin seitsemän kasvispihvi. Hernerouheesta valmistetun lähituotteen idean omistaa Myötävoima Oy. Tänä syksynä listoille tuli lisäksi samalta valmistajalta samasta raaka-aineesta valmistettu kasviskastike. Eli yhden innovatiivisen hankintakumppanuuden myötä Polkka Oy:llä on kaksi kasvisruokavaihtoehtoa ruokalistoilla.

### **Jalostajan näkökulma yhteistyöstä ammattikeittiöiden kanssa** ***Pasi Tamminen, toimitusjohtaja, Lihatukku Harri Tamminen Oy***

Lihatukku Harri Tamminen Oy:llä on Suomessa neljä toimipaikkaa ja yhtiön päätoimipaikka sijaitsee Vantaalla. Henkilöstöä yrityksessä on noin 160. Viime vuoden liikevaihto oli 67 miljoonaa euroa. Yritys leikkaa, pakkaa, jalostaa kotimaista naudan-, porsaan- ja karitsanlihaa. Asiakkaina ovat vähittäiskauppa ja HoReCa sekä teollisuus. Lihatukku Harri Tamminen tuoteperheet ovat perustuotteet, rotukarja ja luomutuotteet. Luomunaudanlihaa yritys tuottaa vuodessa noin miljoona kiloa, luomusikaa 500 000 kg ja luomukaritsaa 140 000 kg. Yrityksen luomutuotekavalkadi sisältää mm. paistit, pihvit, burgerpihvit sekä jauhelihan sekä lihavalmisteen. Esimerkiksi Kotipizza on Tamminen suuri asiakas - ilmakuivatut luomuleikkeleet (ilmakuivattu crudo) tulevat nykyisin Tammiselta!

Tutkimuksen mukaan paikallinen toiminta tulee luomutuotteiden ostoperusteissa eteen. Luomutuotteet ovat laadukkaita ja ne ovat ympäristöystävällinen valinta. Lihatukku Tamminen on tehtävä vieläkin enemmän yhteistyötä, jotta ravintoloissa olisi tarjolla entistä enemmän luomulihaa. Hinta ei aina ole se ratkaiseva tekijä.

Teollisuus ei voi vaikuttaa strategiaan päätöksiin, mutta sikäli kun tahtotila löytyy, yhteistyölle ei ole estettä. Näin ollen koko ketjun on tehtävä yhteinen panostus ja luoda yhteinen tahtotila luomutuotteiden saamiseksi ammattikeittiöihin.

Luomussa vara parempi -hanke toteutti esimerkin luomunakkikeitosta, jossa koko ketju toteutti ruoan yhteistyössä Koulutuskeskus Salpauksen kanssa. Tämä tuottaja-teollisuus-keittiö-kuluttaja -case-esimerkki osoitti pitkäkestoista sitoutumista. Luomutuotteet usein käyttäytyvät reseptiikassa eri tavalla kuin tavanomaiset, joten luomun käyttöönotto vaatii aina testauksen ja reseptiikan muokkaamisen. Reseptiikan ja hyvien käytäntöjen kautta saatiin faktaa jatkokehitykseen ja jatkomarkkinointiin myös kaupallisesti.

Aina kun raha liikkuu, motivaatio kasvaa ja tekemisen laatu paranee. Lihapuolella korostuu, että asiat pitää nähdä laaja-alaisesti, kun puhutaan kotimaisesta lihantuotannosta ja yhteistyöstä sen ympärillä. Lihatukku Tamminen Oy on avoin sille, kenen kanssa yhteistyötä tehdään. Yhteistyön kautta jokainen osapuoli saa dataa kehitystyöhön.

Luomumyynnin kasvattamiselle ei ole estettä. Esimerkiksi luomusian määrää voidaan kasvattaa kohtuullisen helposti. Tuotteita kehittämällä saatavuutta saadaan parannettua.

## Vinkkejä pk-yrityksille, miten luomutuotteet saadaan tukkuvalikoimaan *Etta Tuokkola, tuotepäällikkö, Kespro*

Kespro on valtakunnallinen foodservice alan tukkukauppa. Noutotukkuja on 14 kpl, asiakkaita 25 000 ja tuotteita 55 000. Kespro on osa K-ryhmää ja vastuullisuus on kaikkea toimintaa ohjaava tekijä.

Markkinatrendinä horeca-puolella on, että luomuruokailu arkipäiväistyy ja luomuruoan kulutus on nosteessa. Markkinatutkimuksen mukaan vastuulliset elintarvikkeet ja vastuullisten raaka-aineiden tarjonta kasvaa. Tutkimuksessa puhuttiin teemalla maapalloystävällisyys (luonnon monimuotoisuuden tukeminen). Markkinatutkimus oli kansainvälinen, mutta sitä voidaan peilata myös Suomen markkinoille. Ravintoloilla on hyvin vahva tahtotila tarjota asiakkailleen luomutuotteita ja vastuullisesti tuotettuja elintarvikkeita.

Luomutuotteet Kesprossa:

Luomutuotteita reilu 2000 kpl

Tavarantoimittajia 267 kpl

Viime vuonna luomumyynti 6,7 milj. € / 1,7 milj. kg

Parhaiten myyntiä kehittäneitä tuoteryhmiä ovat mm. valmisruoat, leipä, hevi, oluet.

Eri asiakaskanavilla on erilaiset tarpeet tuotteisiin liittyen. Esimerkiksi julkishallinnon asiakkaat tarvitsevat suuria pakkauskokoja, työtä helpottavia ratkaisuja sekä puolivalmisteista. Yksityiset ravintolat puolestaan kaipaavat yleensä hieman pienempiä pakkauskokoja. Se mikä on kuitenkin kaikille asiakkaille yhteistä, on se, että kaikki kaipaavat tarinoita tuotteiden takaa. Lisäksi riittävät tuotetiedot sekä valmistukseen että loppukäyttäjälle ovat erityisen tärkeitä.

Pohdittaessa, miten saada uusi (luomu)tuote Kespron valikoimaan, on lähtökohtaisesti mietittä asiakas- ja markkinanäkökulmaa ja yrityksen viestintää. Elintarvikkeiden perusedellytykset tulisi olla myös kunnossa: elintarvikekelpoisuus, koodit, tuotteen pakkauskoko, myyntierät, pakkauksen kuljetuksen kestävyys, tuotekuvat, logistiikka. Luomusertifikaatti tulee olla myös esittää. Kesprolla on käytössä miniauditointilomake, jossa kysytään yrityksen perustietoja ja tuoteturvallisuuteen liittyviä asioita. Synkka-tietopankin käyttö ei ole välttämätöntä, mutta sitä suositellaan. Golli on myös varsin hyvä. Järjestelmät helpottavat tilaustoimitusketjun toimintaa.

Kespron valikoima muodostuu asiakkaiden tarpeiden ja toiveiden mukaan ja toimintaa ohjaa vastuullisuus. Tukku ottaa mielellään vastaan tuote-ehdotuksia, sillä perustuotteiden rinnalle olisi hyvä olla luomutuote valittavana. Uudet, innovatiiviset tuotteet ovat myös kysytyjä. Tuottajalle tarjotaan potentiaali valtakunnalliseen jakeluun ja täten asiakaskunnan kasvattamiseen. Mikäli kapasiteetti on pienempi, alueelliset markkinat toimivat myös hyvin. Jotta tuotteet valitaan listoille, vaaditaan myyntityötä. Tuottajia kannustetaan resurssioimaan myynti- ja markkinointityötä. Kespro tekee omaa markkinointia nostamalla (luomu)tuotteita esille muun muassa tuotekuvastoissa, asiakastapahtumissa ja asiakastapaamisissa. Kesprolla on tarjolla erilaisia markkinointivälineitä (kuvastot, kampanjat, messut). Suurin osa valtakunnallisesta markkinoinnista on maksullista. Paikallista markkinointia (esimerkiksi tukkujen kautta) voi myös tehdä ja tämän voi sopia tukun kanssa (ja on maksutonta).

## Hevi-tuotteiden jatkojalostuksella merkittävä rooli ammattikeittiöiden luomun käytön lisäämisessä

**Ulla Kojonkoski, Tuoreverkko Oy**

20 vuotta toimineella Tuoteverkko Oy:llä on tuottajia ympäri Suomea noin 40, joista luomutuottajia on 10. Yritys tuottaa vihanneksia noin 10 miljoonaa kiloa. Tuotteet tunnetaan Suvituore-tuotenimillä. Tällä hetkellä luomutuotteita on yli 20 ja näiden myynti reilut 3 miljoonaa euroa. Nykyinen luomun myynti edustaa Tuoreverkon myynnistä noin 22 %. Kasvikset tulevat eri puolelta Suomea viideltä eri paikkakunnalta (Kuni, Haukivuori, Joroinen, Hauho, Laitila).

Yrityksellä on muutamia jalostettuja tuotteita, kuten tuorekasvissose ja Pirkka-merkin soseet. Pakkauskoot vaihtelevat aina 400 ja 500 g pötköistä HoReCa- teollisuusmarkkinoille saakka.

Tuoreverkko laatii vuosittain ennusteen luomutuotteista, jotka tulevat myyntiin ja se laitetaan aikajanelle sadonkorjuun kannalta. Sesonkiymmärrystä tulisi huomioida kaikessa alaan liittyvässä toiminnassa.

Luomutuotteiden osuuden kasvattamisessa on keskeistä sitoutuminen ja pitkäjänteisyys. Koko ketjulta (alla) vaaditaan tahtotila ja oikeanlainen asenne. Hinnasta keskusteltaessa on huomioitava, että luomun hinta ei välttämättä ei aina ole kalliimpi. Luomu kasvaa, ja yritys panostaa siihen myös jatkossa.

Hevituotteiden jatkojalostusketju:

- Tarvitaan viljelijä, joka tuottaa sellaisia raaka-aineita, joita voidaan jatkojalostaa.
- Kuorinta, pilkkominen ja pakkaus, joka palvelee asiakasta.
- Logistiikka tarvitsee työstämistä, jotta se saadaan toimimaan. Nopeus on ensisijaisen tärkeää!
- Tukkuliike
- Asiakas

## Hilma ja koulujakelutuki – Kuka, mikä ja miksi?

**Anu Arolaakso, projektipäällikkö, Savon koulutuskuntayhtymä**

Hilma on hankintailmoitukset.fi palvelu, jonka omistaa työ- ja elinkeinoministeriö. Kaikki julkiset hankkijat laittavat palveluun kansallisen ylittävät hankinnat. Kaikenlaiset toimijat voivat laittaa hakuvahdin päälle, joka perustuu omaan tuotteeseen tai palveluun. Kun ko. ilmoitus aukeaa, tulee siitä ilmoitus. Hilmassa myös markkinavuorotilaisuuksista tulee ilmoitus!

Koulujakelutuki on EU:n maksamaa tukea lasten ja nuorten terveellisten ruokailutottumusten edistämiseen. Uutena on nyt myös kouluhedelmä / vihannestuki. Ruokavirasto vastaa tuen toimeenpanosta.

Koulujakelutukea voi hakea kunta, yhdistys, eli organisaation omistaja. Tuki ohjautuu toimijalle. Tuen hakemisen voi valtuuttaa myös toimijalle. Tuki kuitenkin maksetaan aina omistavalle organisaatiolle jälkikäteen.

Koulumaito- ja kouluhedelmätukeen ovat oikeutettuja lapset ja nuoret päiväkodeissa, perusopetuksessa ja lukioissa.

Hallitusohjelmassa oli tavoitteita luomua koskeva osuus julkisten hankintojen osalta. Luomutuotteet eroteltiin tukiohjelmissa ja niille säädettiin korkeampi tukitaso. Lisätietoa saa Ruokavirastosta.

Vinkkejä tarjoajille:

Pyydä apua hankintaneuvojalta!

Seuraa hankintakalentereita!

Tutustu pienhankintapalveluihin (esim. Pienhankintapalvelu)

Osallistu vuoropuhelutalaisuuksiin kilpailutusten valmisteluvaiheessa (ne ilmoitetaan Hilmassa)

## Yhteenveto

Tilaisuuden lopuksi keskusteltiin päättäjien ja kuntien strategioiden roolista luomutuotteiden tuomisessa ammattikeittäihin ja esimerkiksi kouluruokailuun, unohtamatta kansallista luomuohjelmaa. Kauniit sanat eivät välttämättä tuota tulosta, jos sitoutuneisuutta ole. Tarvitaan porkkanaa ja innostusta kuntatasoille!

Sitoutuneisuus koko ruokaketjussa nousi keskeisimpänä teemana esiin. Kaikilla on omat tarpeet ja odotukset, joka tuo oman mausteensa tuotekehitystyöhön. Markkinointi ja viestintä ovat myös erityisen tärkeitä.

**Tuuli Pirttikoski**

**Satafood Kehittämisyhdistys ry**