

Arktiset Aromit ry
MMM, eMBA Simo Moisio
Kauppakatu 20
89600 Suomussalmi

**LUONNONTUOTTEIDEN
VIENTIDELLYTYSTEN JA
MATKAILUKYTKENNÄN KEHITTÄMINEN II
2017 - 2018
Loppuraportti 1.5.2017-28.2.2018**



Sisällys

| | | |
|------|--|----|
| 1 | HANKKEEN TOTEUTUS AIKAVÄLILLÄ 1.5. – 30.11.2017 | 3 |
| 1.1 | Vientiverkoston laajentaminen ja tiedon kokoaminen yrityksille | 3 |
| 1.2 | Kotimainen ja kansainvälinen menekinedistäminen..... | 5 |
| 1.3. | Luonnontuotealan yritysten ja matkailun välisen yhteistyön lisääminen..... | 7 |
| 1.4. | Tiedotus ja markkinointiviestinnän kehittäminen..... | 9 |
| 2 | HANKKEEN AIKATAULU JA BUDJETTI..... | 10 |
| 3 | HANKKEEN ORGANISOINTI, YHTEISTYÖ JA TULOSTEN JULKISTAMINEN | 10 |

1 HANKKEEN TOTEUTUS AIKAVÄLILLÄ 1.5. – 30.11.2017

1.1 Vientiverkoston laajentaminen ja tiedon kokoaminen yrityksille

- **Luonnontuoteklusterin laajentaminen ja toiminnan jatkuvuuden turvaaminen**

Hanke on onnistunut yhdensuuntaistamaan luonnontuotealan yritysten markkinointiviestintää edellisessä hankkeessa suunnitellun mukaisesti. Valtakunnallisesti on myös onnistuttu saamaan vientiverkostoihin mukaan lisää yrityksiä Food from Finland -verkoston ulkopuolisista yrityksistä tiedotuksen ja aluekoulutusten ja -hankkeiden välityksellä. Luonnontuotealan yritykset on saatu selvästi laajemmin käyttämään yhdensuuntaisia ydinviestejä ja niiden perusteluviestejä omassa toiminnassaan. Luonnontuotteiden terveellisyys, pohjoisuus, ekologisuus, jokamiehenoikeudet ja maamme luonto korostuvat viestinnässä.

Hankkeessa on innostettu luontomatkailu-, kosmetiikka- ja alkoholivalmisteyrityksiä käyttämään samansuuntaista markkinointiviestintää elintarvikkeita valmistavien luonnontuoteyritysten kanssa. Tällä on edesautettu kansainvälistä ostajaa ja kuluttajaa havaitsemaan pohjoisen alueen tuotteet ja palvelut usean viestintäkanavan menetelmällä. Kansainvälisillä messuilla vierailevista monet jo pitävät suomalaisia tuotteita korkealaatuisina, puhtaina ja ravintosisällöltään ainutlaatuisina. Pohjoismaisuus on nousemassa brändiksi kautta koko maailman.

Eri maista tulleita ostajayhteydenottoja on välitetty alan yrityksille. Toiminnalla on selkeä yritysten vientiä lisäävä merkitys. Yhteistyössä Food from Finland -ohjelman kanssa on vaikutettu myös Ruoka 2030 -ohjelman sisältöön siten, että viennin edistäminen painottuu jatkossa aiempaa enemmän elintarviketalouden strategioissa. Näin toiminnalle saadaan jatkuvuutta ja päästään pois vuoden mittaisista projekteista pitkäjänteisempään työhön.

- **Osallistuminen workshop- ja koulutustilaisuuksiin**

Hankkeessa on osallistuttu useitten eri aluehankkeiden ja -toimijoiden järjestämiin tilaisuuksiin joko luennoitsijoina tai välittämällä hankkeen materiaalia ko. tilaisuuksien järjestäjille. Hankkeen toimesta jaettiin materiaalia ja pidettiin luentoja mm. seuraavissa seminaareissa: MetsäBio -seminaari 10.10.2017 Kajaanissa (96 osallistujaa, liite 1.), Valtakunnalliset Luonnontuotepäivät 31.10-1.11.2017 Tampereella (93 osallistujaa, liite 2.), Marjojen tuottajasta jalostajaksi, arvoketjussa ylöspäin 2.11.2017 Keuruulla (32 osallistujaa, liite 3.), Sieniseurojen valtakunnallinen kuukausiesitelmä Helsingissä 21.11.2017 (11 osallistujaa, liite 4.).

Lisäksi hanketta esiteltiin ja siinä valmistettua materiaalia jaettiin Hossan kansallispuiston avaustilaisuudessa 17.6.2017 (osastolla kävijöitä n. 5 000), vientitoimijoiden tapaamisessa Eivirassa 20.6.2017, Kajaanin Ammattikorkeakoulutuksen restonomikoulutuksen osanottajille 15.8.2017, P-P:n ja Kainuun opinto-ohjaajien vierailun yhteydessä 8.9.2017, Valtakunnallisilla Ravitsemuspäivillä 5.-6.11.2017 Helsingissä (n.150 osallistujaa, liite 5.), PEFC- Forest Certification Week -tapahtumassa Helsingissä 13.-17.2017 (230 osallistujaa 50 eri maasta, liite

6.) ja Kuusamossa 16.1.2018 pidettiin esitys marjojen terveysvaikutuksista italialaiselle hyvinvointimatkailua edustavalle lääkäri- ja asiantuntijaryhmälle (26 osallistujaa). Hanke avusti kirjantekijöitä luonnontuotteita koskevien tekstien valmistuksessa ja korjaamisessa. Tällaisia kirjoja olivat mm. ”Onneksi on Luomua” (Merja Koski) ja ”Rouva kasviksen parhaat” (Pirjo Toikkanen).

- **Sisältöideointi kansainvälisiin messuseminaareihin**

Kansainvälisten Health Ingredients messujen seminaarijärjestäjälle ideoitiin teemoja seminaarien sisältöön. Luentoaiheiksi messujärjestäjä UBM -Medialle ehdotettiin mm: What is the difference between blueberry vs. bilberry, Sustainability of berry picking, Berry-related business in Finland and Traceability of berries through organic certification in Finland

- **Opinto- ja kartoitusmatkat kansainvälisen yhteistyön lisäämiseksi**

Osallistuttiin Food from Finland -ohjelman Fact finding -matkalle Souliin. B to B -tapahtumassa jaettiin korealaisyriyksille hankkeen materiaalia ja kerrottiin luonnontuotteista. Finnish Wild Forest Berries Seminar Tasting PR event for Korean media -tapahtumassa pidettiin esitelmä ja jaettiin hankemateriaalia. Tiedotustilaisuuteen osallistui n. 35 toimittajaa ja lehdistöön ja blogijuttuihin saatiin tietoa ja paikalla olleiden suomalaisyritysten tuotteita hyvin esille. Food from Finland -ohjelma toimi Etelä-Korean fact finding -matkan pääjärjestäjänä. Matka oli luonnontuotealan kannalta erittäin onnistunut. Yritykset saivat B to B tapahtumassa paljon uusia kontakteja (raportti liite 7.). <http://www.arktisetaromit.fi/binary/file/-/fid/3612>

- **Vientiä ja tuotekehitystä palvelevien tutkimus- ja kehittämishankkeiden avustaminen**

Välitettiin tietoa alan markkinatilanteesta, opintomatkoille soveltuvista vierailukohteista, Finelin ravitsemustietopankin täydentämistarpeista ja yritysten mm. seuraaville tahoille: Tekes-rahoitteiset hankkeet, kuten VTT TUTL, Turun yliopisto IN Mushroom, MMM Kiinan opintomatka ja Finelin täydentäminen, Arvopilotti -hanke jne.

Osallistuttiin Arvopilotti, koordinaatio ja IN Mushroom -hankkeiden ohjausryhmätyöskentelyyn. Luovuttiin Cost Action European network Eurocaroten -verkoston toimintaan osallistumisesta. Syynä oli ajan puute ja se, ettei verkoston työ palvellut riittävästi luonnontuotealan kehittämistä.

- **Kartoitus marjaviennin rakenteesta**

Tehtiin kartoitus luonnontuoteviennin rakenteesta. Koska tullikoodeista ei saanut selville jalostettujen tuotteiden vientiä, kyseltiin tietoja yrityskohtaisesti. Koottiin raporttiin tietoa marja-alan kehityksestä myös pidemmällä aikajaksolla. Lisättiin raportti hankkeen sivuille julkaisuihin (raportti liite 8.): <http://www.arktisetaromit.fi/binary/file/-/fid/3607>

Laadittiin raportista jutut Kehittyvä Elintarvike, Maaseudun Tulevaisuus sekä Aitoja Makuja -lehtiin ja laadittiin tuloksista lehdistötiedote valtakunnalliseen jakeluun. Raportin tuloksia esiteltiin MMM:n kokouksessa sekä Pohjois-Pohjanmaan TE-toimiston ulkomaisia marjanpöimijöitä kutsuvien yritysten palautetilaisuudessa Oulussa.

1.2 Kotimainen ja kansainvälinen menekinedistäminen

- **Kotisivuille vientipainotteista tietoa ja lisää vuorovaikutteisuutta**

Kotisivuille laadittiin edellisen hankkeen bilberry -sivujen lisäksi englanninkieliseksi alisivuksi www.arcticlingonberry.fi. Kuvamateriaalin ja yritysytteystietojen avulla kansainvälisillä ostajilla on helpompaa löytää puolukkatuotteiden vientiyritykset. Myös ruokaohjeita on lisätty sivulle.

Yritysklusteria tuotiin esille myös laatimalla yhdistyksen yhdistyksen erikielisille sivuille yritystietokantahaut, joiden avulla kansainväliset yritykset löytävät helpommin yritysten kotisivut ja ne tuotteet, joita Suomessa valmistetaan. Vastaavat tietokantahaut hankkeessa laadittiin erikseen puolukka- ja mustikkasivuille:

<http://www.arcticbilberry.fi/en/companies/> ja <http://www.arcticlingonberry.fi/en/companies/>

Yhdistyksen pääsivuille lisättiin lyhyt esittelyteksti ja linkit puolukka- ja mustikkasivuille. Ekstranet -opetusaineistot siirrettiin kaikkien nähtäville. Näin opettajilta ja neuvojilta ei enää vaadita erillistä rekisteröitymistä opetusaineistojen käyttäjiksi.

- **Kiinankieliset ruoanvalmistusvideot ja Arilyn -teknologian hyödyntäminen**

Kiinankielisille kotisivuille laadittiin kolme lyhytvideota Kiinaan soveltuvien marjaruokien valmistuksesta. Ruoanvalmistusvideoiden ohjeet on sopeutettu ko. kohdemaan ruokakulttuuriin soveltuviksi. Videoilla esiintyy Kiinasta Suomeen muuttanut **Yu Dai**. Videot ladattiin yhdistyksen Youtube -kanavalle:

<https://www.youtube.com/watch?v=8zizMysX2Kk&feature=youtu.be>

<https://www.youtube.com/watch?v=-vUs35iuCHs&feature=youtu.be>

<https://www.youtube.com/watch?v=yHnlU14h5VY&feature=youtu.be>

Koska Youtube -kanavalle eivät tavalliset kuluttajat Kiinasta pääse Yu Dai yrittää tuttaviansa välityksellä saada videot ladattua myös Kiinassa käytössä oleville videokanaville. Näin kiinalaiset pääsisivät vapaammin katsomaan ko. videoita.

Hankkeessa on esitemateriaaleissa jatkettu Arilyn -koodin , jolloin esitekuviista saa kännykällä käynnistettyä Youtube- tai Kiinassa toimivilla kanavilla hankkeen tuottamat videot.

- **Esitemateriaalien tuottaminen**

Hanke valmisti kiinankielisen ruokaohje-esitteen. Koska kuvia ei ehditty valmistaa, alkuvaiheessa otettiin esitteestä pieni painos (500 kpl) jaettavaksi SIAL Shanghai messuilla (liite 9.): <http://www.arktisetaromit.fi/binary/file/-/fid/3539> . Myöhemmin, kun valituista ruokaohjeista saatiin ruokakuvat, esitteestä otettiin tasokkaampi uusintapainos (1 500 kpl, liite 10.): <http://www.arktisetaromit.fi/binary/file/-/fid/3598> . Sitä yritykset ja hanke on jakanut messuilla ja kansainvälisten tapaamisten yhteydessä.

Hankkeessa valmistettiin puolukan hyvistä ominaisuuksista kertovat englanti-saksa (liite 11.): <http://www.arktisetaromit.fi/binary/file/-/fid/3561>,

englanti-kiina (liite 12.): <http://www.arktisetaromit.fi/binary/file/-/fid/3564>,
 englanti-korea (liite 13.): <http://www.arktisetaromit.fi/binary/file/-/fid/3563>
 ja englanti-japani (liite 14.): <http://www.arktisetaromit.fi/binary/file/-/fid/3562>
 Arctic Lingonberry -esitteet. Kutakin esitettä painettiin 2 000 kpl. Esitteitä jaettiin yritysten, messujen ja kansainvälisten ostajien tapaamisten ja lehdistötilaisuuksien yhteydessä.

Hankkeessa valmistettiin myös Taste the Flavours of Arctic Nature – Kosten Sie die Aromen der Arktischen Natur -esitteet (liitteet 15. ja 16.):
<http://www.arktisetaromit.fi/binary/file/-/fid/3604>
<http://www.arktisetaromit.fi/binary/file/-/fid/3603>

Saksan Biofach -luomumessuille valmistettiin ”Taste the flavours of arctic nature – organic wild forest products” Suomen luomumetsiä kuvaava esite (liite 17.). Esitettä painettiin 300 kpl.
<http://www.arktisetaromit.fi/binary/file/-/fid/3636>

Esitteitä jaettiin messuilla ja yritykset saivat tilata niitä oman vientitoimintansa tueksi. Niiden avulla esitellään kiinnostavasti suomalaisia marjoja ja niiden käyttömahdollisuuksia uusien kansainväliseen makuun soveltuvien reseptien ja ruokakuvien avulla viennin kohdemaissa. Kutakin kieliversiota painettiin 2 000 kpl.

- **Yhteiset messuosastot ja osallistuminen kansainvälisille messuille**

Välitettiin kansainvälisistä messuista tietoa yrityksille. Uusia yrityksiä saatiin innostettua mukaan messuille ja fact finding -tapahtumiin siten, että luonnontuoteyritykset esimerkiksi Etelä-Koreassa muodostivat selvästi valtaosan Suomen elintarvikeyritysten määrästä. Suomen elintarvikevientiklustereista ovat kaksi kansainvälisesti kiinnostavinta luonnontuote- ja kauraklusterit, jotka muodostavat pääosan näytteilleasettajista kansainvälisillä elintarvikemessuilla.

Hankkeen toimesta osallistuttiin Kiinassa järjestettyyn SIAL Shanghain -messutapahtumaan. Kiinnostus hankkeen info-osastoa kohtaan oli suuri. Suomi ja suomalaiset luonnontuotteet puhtaina ja terveellisinä kiinnostavat kiinalaisia ostajia. Blankotuotemaistatus messuilla sai suuren suosion. Osastolle syntyi ajoittain jonoa. FFF:n messujen ajaksi tulkiksi palkkaamasta kiinalaisopiskelijasta oli osastolla suuri hyöty, koska hän perehtyi hankkeen tietopakettiin erittäin hyvin ja pystyi näin kertoman tarkkaa tietoa myös englantia taitamattomille messuvieraille. Maistatukseen osallistuneitten määrä ylitti selvästi jo ensimmäisessä messutapahtumassa 1 500 maistiaisiin osallistuvan kävijän tavoitteen. Ostoyritysten tuotetoiveita ja tietoja kiinnostuneista ostajista on välitetty tapahtumien jälkeen hankeyrityksille.

Ongelmaksi Kiinan viennin osalta selvisi osastollamme terveyselintarvikkeita ja tavanomaisia elintarvikkeita koskeva lainsäädäntö. Sen tulkinta aiheutti parin pidemmälle jalostettujen mustikka- ja kaura-mustikkatuotteiden jäämisen tulliin. Viranomaisten tulisikin jatkossa neuvotella lainsäädännön tulkinta sellaiseksi, että amerikkalaisen viljellyn pensasmustikan lisäksi myös meidän metsämustikkamme soveltuisi terveyselintarvikkeeksi. Nyt terveellisempi

marja luokitellaan epäterveellisemmäksi, mikä ärsyttää suomalaisia vientiyrityksiä.

Tapahtumasta on raportti liitteenä (liite 18.):

<http://www.arktisetaromit.fi/binary/file/-/fid/3541>

Toteutettiin matka Saksaan Frankfurtin Food Ingredients messutapahtumaan 27.11. – 2.12.2017.

Messuilla jaettiin tietoa luonnontuotteista ja tehtiin kysely saksalaisten messukävijöiden kiinnostuksesta suomalaisiin luonnontuotteisiin. Kyselystä valmistuu erillinen raportti ja sen tulokset sisällytetään Malla Säkkinen opinnäytetyöhön. Messuraportti liitteenä (liite 19.):

<http://www.arktisetaromit.fi/binary/file/-/fid/3611>

Helmikuussa 2018 osallistuttiin Saksassa Nürnbergissä pidetyille Biofach luomumessuille.

Biofach -messumatka toteutettiin 13.-18.2.2018. Näillä messuilla edistettiin

luomuluonnontuotteiden kysyntää ja järjestettiin kysely suomalaisten luomutuotteiden

kiinnostuksesta messuvierailijoiden kesken. Kyselyyn vastasi runsaat 100 messukävijää.

Messuraportti on liitteenä (liite 20.): <http://www.arktisetaromit.fi/binary/file/-/fid/3632>

Kyselyn tulokset löytyvät kotisivuilta: <http://www.arktisetaromit.fi/binary/file/-/fid/3660>

- **Kansainvälisten vieraitten palvelu ja viestintä kansainvälisestä kysynnästä**

Teetettiin hankkeen kesäharjoittelija **Chloe Fitamantilla** pienimuotoinen raportti Ranskan elintarvikemarkkinoista: <http://www.arktisetaromit.fi/binary/file/-/fid/3554>

Suomessa vieraileville kansainvälisille ostajille ja lehdistön edustajille esiteltiin

luonnontuotealaa ja alan yritystoimintaa. Vierailijoita kävi vuoden mittaan yhdistyksen

toimistolla mm. Kiinasta, Japanista ja Espanjasta. Lisäksi esiteltiin maa- ja

metsätalousministeriössä alan toimintaa ja jaettiin materiaalia kiinalaisvaltuuskunnan

edustajille. EU-Japani -keskukselle välitettiin tietoa luonnonmarjoista, samoin japanilaiselle kirjantekijälle.

- **Opinnäytetyö suomalaistuotteiden soveltuvuudesta saksalaiseen ruokakulttuuriin**

Malla Säkkinen aloitti opinnäytetyön tekemisen hankkeelle. Työssä kartoitetaan suomalaisten metsämarjojen ja marjatuotteiden soveltuvuutta saksalaiseen ruokakulttuuriin. Työ valmistuu keväällä 2018.

1.3. Luonnontuotealan yritysten ja matkailun välisen yhteistyön lisääminen

- **Impi Saunoo -kampanja kylpy-yrttien ja -turpeen puolesta**

Arktiset Aromit ry haki kampanjalle Suomi100 -tunnukset ja järjesti kampanjan päätapahtuman Hossassa 11.6.2017. Siinä osallistujia oli runsaat 50. Tilaisuudessa esiteltiin Turvetyttöjen toimesta saunaturpeen ja muiden saunatuotteiden käyttöä ja sen jälkeen osanottajilla oli mahdollisuus osallistua turvesaunaan, jossa kokeiltiin kylpyturpeen ja -yrttien käyttöä.

Tapahtumaa oli kuvaamassa TV, jonka ajankohtaisohjelmassa esitettiin lyhyt kooste tapahtumasta.

Impi Saunoo -aluetapahtumien järjestäjäksi neuvoteltiin Maa- ja Kotitalousnaiset ja heidän piiriliittonsa. Hankkeen toimesta laadittiin 3 000 kpl suomi-englanti saunoesitettä (liite 21.):

<http://www.arktisetaromit.fi/binary/file/-/fid/3538>

Esitettä jaettiin päätapahtumassa, maa- ja kotitalousnaisten piirikeskusten välityksellä aluetapahtumille sekä luonnontuotteita hyödyntävien hakutietokantaan ilmoittautuneiden matkailuyritysten välityksellä koko Suomeen.

Kylpyturvetta ja kylpy-yrttien käyttöä tehtiin tapahtumissa valtakunnallisesti tunnetuksi. Impi saunoo -tapahtumien palaute oli positiivista. Maa- ja kotitalousnaiset saivat palautteen hieman yli puolelta tapahtumia järjestäneistä yhdistyksistä. Noin 50 vastanneen mukaan osallistujia oli noissa tilaisuuksissa yli 750 (kaikissa tapahtumissa yli 1 000). Hankkeen tuottamat saunoesitteet olivat ahkerasti käytössä. Maa- ja kotitalousnaiset huolehtivat omiin tapahtumiinsa kylpy-yrtit ja -turpeet. Yrttejä myös esiteltiin osassa tapahtumia. Lehtijuttuja kampanjasta julkaistiin eri puolilla Suomea.

- **Turisteille esite metsäsienistä**

Hankkeessa valmistettiin yhteensä 4 000 kpl Lets hunt for mushrooms, englantia-saksa-ranska-italia sekä englantia-kiina-japani esitteitä käytettäväksi Suomeen tulevien turistien neuvonnassa ja ohjaamisessa (liitteet 22. ja 23.).

<http://www.arktisetaromit.fi/binary/file/-/fid/3595>

<http://www.arktisetaromit.fi/binary/file/-/fid/3596>

Monikielisissä esitteissä esiteltiin Suomea sienimaana, jokamiehenoikeuksia, keskeisimpiä ja helpoimmin tunnistettavia metsäsieniä sekä niiden poimintaa ja käyttöä. Molempia esitteitä postitettiin luonnontuotteita hyödyntäviin matkailupaikkoihin koko Suomeen. Esitteitä jaettiin myös kansainvälisissä tapahtumissa, kuten Helsingissä metsäalan kansainvälisessä PEFC -konferenssissa.

- **Opinnäytetyö luonto- ja matkailukeskusten lähi- ja luonnontuotemyynnistä**

Elina Nihtilä sai valmiiksi luontokeskuksiin kohdennetun Hämeen ammattikorkeakoululle tehdyn opinnäytetyön. Työn tavoitteena oli selvittää puutarha- ja luonnontuotteiden myyntiä matkailukohteissa ja pohtia tuotteiden tulevaisuuden mahdollisuuksia. Matkailijat ovat hyvin kiinnostuneita puutarha- ja luonnontuotteista. Joten luonnontuotealan yrittäjien on syytä tarjota tuotteitaan aktiivisesti luontomatkailukohteisiin ja kiinnittää huomiota pakkausten laatuun sekä kiinnostavuuteen (liite 24.): <http://www.arktisetaromit.fi/binary/file/-/fid/3631>

- **Opinnäytetyö luonnontuotteiden kytkemisestä matkailuyritysten toimintaan**

Kajaanin Ammattikorkeakoulun opiskelija **Jennika Maaninka** kartoitti opinnäytetyössään Kuusamossa ja Suomussalmella sijaitsevien matkailuyritysten asiakkaiden kiinnostusta erilaisiin palveluihin, joissa hyödynnetään luonnontuotteita. Haastattelukyselyn avulla yritykset voivat

kehittää uusia tuotekonsepteja toimintaansa. Kohderyhmänä ovat matkailuyritysten kotimaiset ja kansainväliset asiakkaat muutamassa luonnontuotteita hyödyntävässä matkailuyrityksessä. Haastattelussa selvitetii mm. ohjatuttujen marja-, sien-, yrtti- tms. luontoretkien sisältötoiveita, hyvinvointipalveluiden sisältötoiveita ja toiveita matkailupaikan ruokatarjontaan, ruokakursseihin jne. Valmis opinnäytetyö laitetaan hankkeen sivuille heti sen jälkeen, kun Kajaanin ammattikorkeakoulu on sen lopullisesti hyväksynyt. Opinnäytetyöstä vielä korjauksen alla oleva raportti on liitteenä (liite 25.). <http://www.arktisetaromit.fi/binary/file/-/fid/3674>

1.4. Tiedotus ja markkinointiviestinnän kehittäminen

- **Perinnewiki**

Marjastusperinteestä koottiin aineettoman kulttuuriperinnön wikipediaan tekstit:

<https://wiki.aineetonkulttuuriperinto.fi/wiki/Marjastus>

Myös sienestysperinteestä koottiin yhteistyössä sieniseurojen kanssa aineettoman kulttuuriperinnön wikipediaan tekstit:

<https://wiki.aineetonkulttuuriperinto.fi/wiki/Sienestys>

- **Luonnosta Sinulle -nettilehti**

Tammikuussa 2018 valmistettiin matkailupanotteinen Luonnosta Sinulle -nettilehti ja julkaistiin sen kotisivuilla. Laajaan lehteen saatiin kattavasti eri puolilta Suomea juttuja alan tutkijoilta ja toimijoilta:

<http://www.arktisetaromit.fi/binary/file/-/fid/3625>

- **Lehdistötiedotus ja tutkimustiivistelmät kotisivuille**

Hankkeessa jatkettiin kotimaisten ja kansainvälisten tutkimusten kartoitusta

Tutkimustietokanta on yhdistyksen kotisivuilla

<http://www.arctic-flavours.fi/fi/arktiset+aromit/tutkimukset/>

Tutkimuksista laadittiin kolme lyhyttä suomen- ja englanninkielistä tiivistelmää sekä suomen- että englanninkielisille kotisivuille. Lehdistötiedotteita laadittiin neljä ja juttuja hankkeesta laadittiin mm. Maaseudun Tulevaisuuteen, Kehittyvä Elintarvike- ja Aitoja Makuja lehtiin.

Ylivoimaisesti suurin osa lehdistötiedotuksesta tapahtui lehtien, radioiden ja TV:n suorien yhteydenottojen välityksellä. Viime vuosina ovat yleistyneet lehdistön suorat sähköpostikyselyt. Yksityiskohtaisiin kysymyksiin tapahtuva kirjallinen vastaaminen edellyttää runsasta työpanosta, mutta tällä tavoin tieto menee myös julkaistavaksi ilman virheitä.

Lehdistön kyselyissä painottuu kesälomakausi. Kyselyihin on koottava räätälöityä tietoa luonnontuotteista ja luonnontuotealasta. Näin kukin tiedotusväline pystyy erottumaan kilpailijoistaan.

- **Viestinnän seuranta ja kansainvälisen lehdistön yhteystiedot**

Viestinnän seuranta järjestettiin Meltwaterin välityksellä. Seurannan avulla saatiin Facebook -viestintä tehostettua lähes päivittäiseksi.

- **Kotisivutiedotus**

Kotisivuille (vierailijoita yli 472 000 yli 150 eri maasta) lisättiin hankkeen raportit ja materiaalit pdf-tiedostoina. Englanninkielisille kotisivuille lisättiin tutkimustiivistelmiä ravitsemus- ja lääketieteellisistä tutkimuksista, tietoa matkailutapahtumista sekä linkit hankkeessa tehtyihin videoihin. Tavoite on tuoda lisää matkailijoita Suomeen sekä kehittää mielikuvaa suomalaisista luonnontuotteista aiemmin hankkeessa valittujen viestinnän arvojen ja ydinviestien mukaiseksi.

- **Facebook -tiedotus**

Facebook -tykkääjiä hankkeella oli alkuvaiheessa noin 1900. Määrä kohosi helmikuun 2018 loppuun mennessä runsaaseen 2 070:een. Viestintä oli lähes päivittäistä.

- **Sähköpostitiedotus ja uutiskirjeet**

Ryhmäsähköposteja lähetettiin kansainvälisestä kysynnästä, messutapahtumista, seminaareista ja uusista tutkimuksista määrävälein hankeyrityksille ja tarvittaessa laajana jakeluna koko Suomen elintarvikealan yrityksille (yli 1.600) ja alan toimijoille. Erikoisemmille tuotteille tai raaka-aineille yritettiin löytää Suomesta toimittajia myös aluehankkeiden, neuvojien, kouluttajien ja yhdistyksen asiantuntijajäsenten Uutiskirjeitten välityksestä luovuttiin, koska niitä toimitetaan nykyisin jo liian paljon.

- **LinkedIn**

LinkedInin välityksellä hankkeen vetäjä välitti muutaman kerran viestejä uusista tutkimuksista, esitteistä ja videoista. Määrä kasvoi hankkeen alkukuukausina noin 500:sta runsaaseen 550:een.

2 HANKKEEN AIKATAULU JA BUDJETTI

Hanke alkoi 1.5.2017 ja päättyi 28.2.2018. Hanketta on toteutettu aikataulun, hankesuunnitelman ja laaditun budjetin mukaisesti. Hankkeen toteutustilanteesta on kerrottu vientitoimijoiden tapaamisissa, MMM:n kokouksissa sekä valtakunnallisten (lähiruoan ja luonnontuotealan) ja alueellisten koordinaatiohankkeiden tapaamisissa ja skype -kokouksissa. Hankkeen raportit on toimitettu tiedoksi MMM:n lisäksi myös Arktiset Aromit ry:n hallitukselle.

3 HANKKEEN ORGANISOINTI, YHTEISTYÖ JA TULOSTEN JULKISTAMINEN

Hankkeen projektipäällikkönä on toiminut MMM, eMBA Simo Moisio ja projektisihteerinä Kaisu Seppänen Arktiset Aromit ry:stä. Kesällä 2017 hankkeessa olivat harjoittelijoina Oulun ammattikorkeakoulusta Reeta Tauriainen ja Ranskasta Chloé Fitamant. Työajan käytöstä on pidetty tarkkaa tuntikirjanpitoa. Alihankintatehtäviä on teetetty mm. julkaisusuunnittelija Marjo Räisäsellä, Kajaanin ammattikorkeakoulun restonomi -linjan opiskelijoilla sekä videokuvauksissa Tapsamedia Ky:llä. Henkilötyövuosia hankkeelle kohdentuu vuonna 2017 noin 1,2 ja vuonna 2018 noin 0,2.

Yhteistyötä hankkeessa on tehty mm. seuraavien tahojen kanssa:

Elintarviketeollisuusliitto/Luonnontuoteteollisuus, Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto, Päivittäistavarakauppa ry, Luonnontuotealan toimialapäällikkö, Finpro/Food from Finland ja Visit Finland, Elintarviketurvallisuusvirasto Evira, VTT, Turun yliopisto, Luonnonvarakeskus, Itä-Suomen yliopisto, Ruralia –instituutti, Marttaliitto, Maa- ja Kotitalousnaisten Keskus, Suomen Sieniseura, Suomen metsäkeskus, Ammattikorkeakouluista mm. Kajaanin AMK, Seinäjoen AMK, Oulun AMK, Centria AMK ja Lapin AMK.

Hankkeen tulokset on julkistettu raporteina, esitteinä ja tiedotteina. Yhdistyksen kotisivuille on laadittu erillinen osio hankkeelle, jonne on sijoitettu esitteet ja raportit pdf-tiedostoina sekä hankkeen tapahtumien ohjelmat ja esitelmät.

Liite 21. Esimerkkejä lehdistön sähköposti-/puhelinhaastatteluista 1.5.-30.11.2017

| Päivämäärä | Tiedotusväline | Aihe |
|------------|----------------|--------------------------|
| 7.6.2017 | Ylä-Karjala | Marjojen kukintatilanne |
| 8.6.2017 | YLE, P-Savo | Korvasieni |
| 9.6.2017 | Kaleva | Marjojen kukintatilanne |
| 11.6.2017 | TV 1 | Impi Saunoo TV-kuvaukset |

| | | |
|-----------|-----------------------|--|
| 12.6.2017 | Kauppalehti | Haastattelu marjojen viennistä |
| 13.6.2017 | Savon Sanomat | Haastattelu luonnonyrteistä |
| 15.6.2017 | Onneksi on luomua | Luonnontuotetekstien korjaus/laadinta |
| 21.6.2017 | Helsingin Sanomat | Haastattelu lakka-/hillasadon näkymistä |
| 21.6.2017 | Helsingin Sanomat | Haastattelu marjoista ja viennistä |
| 27.6.2017 | Länsi-Suomi | Haastattelu marjojen kypsymistilanteesta ja viennistä |
| 7.7.2017 | STT | Haastattelu ulkomaisista poimijoista ja marjojen viennistä |
| 10.7.2017 | Kaleva | Haastattelu marjoista |
| 17.7.2017 | Kauppalehti | Haastattelu marjoista ja viennistä |
| 18.7.2017 | Savon Sanomat | Haastattelu yrteistä |
| 24.7.2017 | Kaleva | Haastattelu marjoista |
| 24.7.2017 | Radio Dei | Haastattelu marjoista |
| 25.7.2017 | Maaseudun Tulevaisuus | Haastattelu ulkomaisista hillanpoimijoista |
| 26.7.2017 | Savon Sanomat | Haastattelu ulkomaisista poimijoista |
| 27.7.2017 | YLE-Aamu TV | Haastattelu mustikasta ja marja-alan tilanteesta |
| 27.7.2017 | Lapin Kansa | Haastattelu mustikkatilanteesta |
| 27.7.2017 | OP-lehti | Haastattelu marjoista |
| 30.7.2017 | Iltalehti | Haastattelu ulkomaisista hillanpoimijoista |
| 1.8.2017 | Iltalehti | Haastattelu ulkomaisista hillanpoimijoista |
| 2.8.2017 | YLE-uutiset | Haastattelu marjoista |
| 2.8.2017 | Etelä-Saimaa | Haastattelu ulkomaisista hillanpoimijoista |
| 2.8.2017 | Kainuun Sanomat | Haastattelu ulkomaisista hillanpoimijoista |
| 4.8.2017 | Seura-lehti | Sähköpostihaastattelu marjoista ja sienistä |
| 7.8.2017 | Helsingin Sanomat | Haastattelu marjojen säilönnästä |
| 7.8.2017 | Ylä-Kainuu | Haastattelu hillan sadosta ja kypsymistilanteesta |
| 7.8.2017 | Etelä-Savo | Haastattelu sieni- ja marjatilanteesta |

| | | |
|-----------|--|---|
| 8.8.2017 | Radio Pooki | Haastattelu marjojen kypsytilanteesta |
| 8.8.2017 | Iltalehti | Haastattelu koivunmahlasta ja sen viennistä |
| 8.8.2017 | Iltasanomat | Haastattelu marjojen poiminnasta |
| 8.8.2017 | Helsingin Sanomat | Haastattelu säilönnästä |
| 9.8.2017 | Iltalehti | Haastattelu ulkomaisista poimijoista |
| 10.8.2017 | Helsingin Sanomat | Vastaaminen sähköpostin sienikysymyksiin |
| 14.8.2017 | Iltasanomat | Haastattelu marjojen kypsytilanteesta |
| 14.8.2017 | Maaseudun Tulevaisuus | Haastattelu villiruoosta |
| 15.8.2017 | Helsingin Sanomat | Haastattelu metsäsienten koostumuksesta |
| 15.8.2017 | YLE Kuopio | Haastattelu hillasadosta |
| 15.8.2017 | Taloussanomat | Haastattelu hillasadosta |
| 21.8.2017 | Kauppalehti | Haastattelu hillasadosta |
| 22.8.2017 | Helsingin Sanomat | Haastattelu sienten ravintosisällöstä sienilajeittain |
| 22.8.2017 | Uusimaa | Haastattelu pihlajanmarjasadosta |
| 22.8.2017 | YLE Oulu | Haastattelu hillan ostotoiminnasta |
| 22.8.2017 | Radio Pooki | Haastattelu marjatilanteesta |
| 23.8.2017 | Kaleva | Haastattelu sienitilanteesta |
| 23.8.2017 | Ylä-Karjala | Haastattelu sienitilanteesta |
| 23.8.2017 | STT | Haastattelu erikoismarjoista |
| 24.8.2017 | Aromi-lehden free lance toimittaja Lapista | Sähköpostihaastattelu pohjoisen luonnontuotteista |
| 25.8.2017 | YLE Lappi | Haastattelu marjojen samanaikaisesta kypsymisestä |
| 28.8.2017 | Kaleva | Haastattelu sienitilanteesta |
| 29.8.2017 | Radio Kajaani | Haastattelu marjatilanteesta |
| 30.8.2017 | Karjalainen | Haastattelu sienitilanteesta |
| 11.9.2017 | Ekoelo | Sähköpostihaastattelu jokamiehen oikeuksista |

| | | |
|-----------|--|--|
| 12.9.2017 | Aromi-lehden Lapin free lance toimittaja | Haastattelu pohjoisen luonnontuotteista |
| 13.9.2017 | Kaleva | Haastattelu marjojen satotilanteesta |
| 14.9.2017 | YLE Kainuu | Haastattelu marjojen satotilanteesta |
| 14.9.2017 | Teematuotanto | Haastattelu sienitilanteesta |
| 25.9.2017 | Kainuun Sanomat | Haastattelu puolukkatilanteesta |
| 26.9.2017 | Radio Dei | Haastattelu puolukkatilanteesta |
| 28.9.2017 | MTV3 | Haastattelu pihlajanmarjatilanteesta ja tuotteista |