

Atria®
PERHEILOILTA VUODESTA 1903

10

Muuttuva,
pysyvä
suomalainen
ruoka

18

Kittilässä
kauppareissu
on elämys

Hyvä 1/2025 Ruoka

24

Miikka Soon
pitää tuottajan
ammattia
etuoikeutena

28

Sari Havas
bistro-
tunnelmissa



Arjen rytmi vaatii
helpompaa ja
nopeampaa

14

NÄKÖALOJA



10 "Syömisessä muutos on samaan aikaan nopeaa ja hidasta"

Muutos pitää suomalaisen ruokakulttuurin elävänä. Puuro saa uudet lisukkeet, ja valmisruokahyllyt ovat tehneet karjalanpiirakoista arkisia välipaloja.

Ravintoloilla on suuri rooli ruokakulttuurin ylläpitäjänä.

– Ravintoloilla on elävä suhde suomalaiseen ruokaperinteeseen. Niissä ei juututa menneeseen, vaan voidaan tulkita perinteisetkin ruoat eri tavalla. Se tukee ruokakulttuuria ja sen kehittymistä, ruokakulttuurin professori **Johanna Mäkelä** sanoo.

Ruokavalinnat ovat tilannesidonnaisia, ja yhteisnäiskulttuuri on kadonnut.

4

Pääkirjoitus:
Innostava,
haastava muutos

24

Kaikki tulevaisuuden-
suunnitelmat tilan
kehittämisessä

26

Hävikki haltuun
ketjun joka
lenkissä

ALKUPALAT



- 6 Huoltovarmuutta vahvistetaan valitsemalla kotimaista
- 9 Ruokainnovaatioiden lähteet

KENTÄLTÄ



- 30 45 000 lounasta päivässä
- 33 Kolumni: Sadan prosentin tekemistä



HELPPOA JA NOPEAA



- 14 Klassikoita ja someilmiöitä
- 16 Valmisruokaa Ruotsin malliin
- 21 Ruokatorin runsautta Jumbon Prismassa

ATRIALAISITTAIN



- 39 Oppeja nuorille tuottajille muuttuvaan maailmaan
- 41 Kanakontit seilaavat kohti Kiinaa

- 28 Häjyt 2 -elokuvan **Sari Havas** tietää, että oikeanlaisella ruoalla on näyttelijälle iso merkitys:
– On äärimmäisen tärkeää, että pysymme elokuvaa tehdessä hyvällä tuulella ja tarjolla on oikeaa ruokaa, vihanneksia ja hedelmiä.



Monipuolinen ruokatalo

Atria on Suomen johtava ruokatalo, joka tarjoaa laajan valikoiman tuoreita liha-, kala-, kana- ja kasvituotteita sekä herkullisia valmisruokia. Tuomme suomalaisten ruokapöytiin makuelämyksiä aina grillihetkestä arjen kiireisiin, ylpeinä perinteistämme ja tinkimättömästi laadustamme. Tervetuloa Atrian maailmaan, jossa yli 120-vuotinen historia on täynnä herkullisia makuelämyksiä!

Katso lisää: www.atria.com

Hyvä ruoka

Näköaloja Atrian kumppaneille 1/2025

Julkaisija: Atria Suomi Oy Atriantie 1, Nurmo • Läkkipäntie 23, Helsinki PL 900, 00060 ATRIA Puh. 020 472 8111 • www.atria.fi • etunimi.sukunimi@atria.com

Päätoimittaja: Antti Paavilainen, Atria Suomi Oy

Toimituspäällikkö: Marja Latvala, Atria Suomi Oy

Toimitussihteeri: Paula Ristola, Atria Suomi Oy

Työryhmä: Marja Latvala, Nanna Järvinen, Kim Westerling

Konsepti ja toimitus: Kaiku Tampere Oy, tuottaja Hanna

Pehkonen

Ulkoasu: Marker Creative Oy

Paino: Grano Oy, helmikuu 2025

Painosmäärä: 13 400 kpl

ISSN: 1797-6375

Osoitelähde: Atrian asiakasrekisteri

Kannen kuva: Tuukka Kiviranta, kuvassa Kati Rannilla

ja Tuomas Kujala

Muutos, joka innostaa ja haastaa

Ihan ensimmäiseksi haluan kiittää asiakkaitamme hyvästä yhteistyöstä viime vuonna ja toivon heti perään meille kaikille erinomaista kaupallista vuotta 2025!

Tässä lehdessä tarkastelemme suomalaisten ruokailutottumusten ja ruoankuluttamisen muutosta. Syömisessä muutos on samaan aikaan nopeaa ja hidasta, Helsingin yliopiston professori **Johanna Mäkelä** kuvailee lehtemme pääjutussa. Tutut ruoat säilyvät, koska ne muuttuvat ajan mukana.

Isona ruoan valmistajana ja suomalaisen elintarvikekaupan ja ravintolatoimijoiden päivittäisenä kumppanina koemme suomalaisten ruokailutottumusten muutokset jatkuvana kehittämisen ja kehittymisen vauhdittajana. Ja pitää alleviivata, että muutosvauhti esimerkiksi valmisruokien kategorioissa on nykyään aikamoinen.

Mitkä sitten ovat niitä perustekijöitä, jotka erityisesti pidämme mielessämme tuoteryhmiemme kehittämisessä? Ainakin neljä perustekijää minun on helppo löytää:

1. Oikea, kilpailukykyinen hinta:

Tuotteen hinta on aina tärkeä, ja hinnan merkitys korostuu erityisesti silloin, kun taloudessa on runsaasti epävarmuustekijöitä. Muutaman haasteellisen vuoden jälkeen kuluttajien taloudella olisi ainakin hienoiset mahdollisuudet parantua. Laskeneet korot ja palkkaratkaisut tukevat tätä näkökulmaa.

Me Atrialla huolehdimme, että tarjoamme ratkaisuja ja teemme markkinointiaktiiviteetteja kaikissa laatu- ja hintakategorioissa – myös siellä portfoliomme arvokkaimmassa kolmanneksessa.

2. Riittävä, kysyntää vastaava tarjoama:

Jokainen kauppa ja kauppias haluaa valikoiman, joka on kaupan tai ketjun liikeidean mukainen. Atria kuuntelee aktiivisesti kuluttajia ja asiakkaita. Tehtävänäme on varmistaa, että tarjoamme tuttuja ja turvallisia tuotteita ja tuomme markkinoille mielenkiintoisia uutuuksia – unohtamatta kuitenkaan tulevaisuuden tarpeita ja vaateita, joita esimerkiksi viime vuoden lopulla julkaistut ravitsemussuosittelut edellyttävät.

3. Vahva, luotettava brändi:

Päivittäistavarakaupan puolella ketjut pyrkivät erilaistumaan omilla merkeillään. Atria on kuitenkin Suomen tunnetuin ruokabrändi, ja siihen kuluttajat ja asiakkaat ovat tottuneet vuosikaudet luottamaan. Kaikki Atria-brändin tuotteet ovat joutsenlippumerkittyjä. Siitä tietää, että tuote on valmistettu Suomessa suomalaisista raaka-aineista – aina.

4. Kestävä, vastuullinen toiminta:

Asiakkaamme ja kuluttajat odottavat yrityksiltä jatkuvasti läpinäkyvämpiä, konkreettisempia ja vaikuttavampia tekoja ympäristön hyvinvoinnin eteen.

Keskeinen tavoitteemme on hiilineutraali ruoantuotanto. Tämän tavoitteen eteen teemme lujasti töitä, ja voinakin ylpeänä todeta, että atrialaisen lihan hiilijalanjälki on merkittävästi, jopa noin 50 prosenttia kansainvälistä keskiarvoa pienempi. Atria toi ensimmäisenä ruokatalona maailmassa kanatuotteiden hiilijalanjäljestä kertovan merkinnän kuluttajapakkausiin jo vuonna 2021, ja lisäämme



”*Koemme suomalaisten ruokailutottumusten muutokset jatkuvana kehittämisen ja kehittämisen vauhdittajana.*

hiilijalanjäljellä merkittyjen tuotteiden valikoimaa vaihteittain.

Uskon vahvasti, että näiden neljän perustekijän tukemana meillä on erinomaiset edellytykset vahvistaa ennestäänkin hyvin sujunutta yhteistyötä.

Antti Paavilainen

Päätoimittaja
Atria Suomi, johtaja, myynti



MISTÄ PUHE?

MUUTTUVA RUOKASUHTEEMME

Nykyihminen voi valita, mihin aikansa käyttää. Ja sen suomalaiset totisesti tekevät: kaupoissa liikkuvat kassojen suuntaan valmiimpi ruoka ja välipalat.

Maaillmansotien aikaan puhuttiin siitä, onko ihmisillä tarpeeksi ruokaa. Nyt puhutaan siitä, onko ruokaa liikaa tai onko se oikeanlaista, kuvaa muutosta Helsingin yliopiston ruokakulttuurin professori Johanna Mäkelä (s. 10).

Kuva: iStockphoto

12 %

Suomalaisten kokonaiskulutuksesta vain 12 prosenttia kohdistui vuonna 2023 elintarvikkeisiin ja alkoholittomiin juomiin. Luku on yksi Euroopan maiden alhaisimpia.

Elintarvikkeista eniten rahaa käytettiin maitotuotteisiin, juustoon, kananmuniin, lihaan, lihatuotteisiin, viljatuotteisiin ja leipään.

Lähde: Ruokatieto Yhdistys: Tietohaarukka – Koostetut herkut 2024



Kuva: iStockphoto

Vahva omavaraisuus on valttia

Huoltovarmuuden ja omavaraisuuden vahvistaminen on tärkein syy valita suomalaista ruokaa, selviää Ruokatiedon teettämästä kuluttajakyselyssä. Seuraavina vastausten kärjessä olivat työn ja taloudellisen hyvinvoinnin luominen, ruoan jäljitettävyyden ja suomalaisessa luonnossa tuotetun ruoan puhtaus.

Avoimissa vastauksissa vastaajat nostivat valmiiden vastausvaihtoehtojen lisäksi esiin sen, että lähiruoka, laatu ja luotettavuus ovat syitä ostaa suomalaista ruokaa.

Suomalaisista noin 80 prosenttia pitää erittäin tärkeänä, että Suomessa tuotetaan ruokaa nyt ja tulevaisuudessa.

Lähde: Ruokatieto Yhdistys, IRO Research Oy, Tuhat suomalaista, syyskuu 2024

Kertomuksia kanasta ja helppoa kotiruokaa

Suomalainen ruokakulttuuri ja makumieltyksemme elävät ajan virrassa ja maailman tuulissa.

Lähde matkalle makujen historiaan tai poimi talteen helpomman arjen reseptit.



Pizzeria nimeltä Suomi
Sakari Nupponen
Docendo,
Maaliskuu 2025
Sakari Nupposen kirja kertoo, miten syntyivät maan ensimmäiset

pizzaketjut, keitä olivat pizzapioneerit ja miten uusi makumaailma otettiin vastaan Pohjolan perukoilla.

Helsinkiin pizza yritti jo vuoden 1940 olympialaisten vanavedessä, Itä-Suomessa se haki vauhtia Rooman olympialaisista 1960, ja Tampereelle vuonna 1972 löytänyt pizza oli kuin unilämpimän rievän toinen tuleminen.

Nupposen tutkimusmatka suomalaisen pizzan alkujuurille esittelee maan ensimmäiset pizzakeisarit, ravintolaketjut ja maut, jotka maistuvat nykyään myös muualla kuin muistoissamme.



Ruokaa reissussa: Suomen matkaruoka-historia kuivalihasta laivabuffettiin
Ritva Kylli
Gaudeamus, 2024
Ihminen on liikkunut aina, ja matkalle

on tietysti tarvittu hyvät eväät. Vuosisatojen aikana kulkuvälineet ovat kehittyneet ja talkkunalla ryyditetty piimä on vaihtunut muovikääreisiin kiedottuun voileipään. Samalla kun evästäukoa varten pakka-seihin pakatut posliinikupit on vaihdettu keveämpiin muovipikareihin, on opittu jonottamaan tötteröllistä kuumina tiriseviä ranskalaisia kadunkulman kiosista.

Ruokaa reissussa ottaa lukijan mukaan jalkapatikkaan suolakalalla varustettu tuohikontti selässä, tarjoaa lihapiirakan huoltoaseman kahviossa ja johdattelee junan käyttävää pitkin kultauksin koristeltuun ravintolavaunuun.



Toukola: Rakkaudesta arkiruokaan
Sanna Mansikkamäki ja Anni Reenpää;
Otava, Toukokuu 2025
Kotilieden suosittu Toukola-sivuston parhaat reseptit ja uudet

herkut helpompaan arkeen.

Toukola-keittokirjan mutkattomat reseptit valmistuvat nopeasti ja tekevät jokaisesta ruokailuhetkestä erityisen.

Käytännöllisestä keittokirjasta löydät esimerkiksi hitiksi nousseen Green Goddess-salaatin, lihapullapastan ja kikhernepannun sekä vinkit, miten tehdä täydellinen ruskeakastike. Mukana on myös hauskoja tee-se-itse-ideoita, kuten yrttikranssi keittiösi koristukseksi ja hyödyksi.



Kuvat: iStockphoto

SUOMALAISTEN SYÖMINEN NYT

Ruokatarjonta on monipuolistunut viimeisten 20 vuoden aikana merkittävästi, ja se on mahdollistanut syömisen yksilöllistymistä. Yksilöllinen syöminen on osa identiteetin rakentamista. Myös ateriarvot ovat yksilöllistyneet. Siirtymällä joustavaan aikatauluun siitä, että syödään samat ateriat samaan aikaan, on yhteys myös välipalatyyppeiden syötävien käytön lisääntymiseen. Perheiden yhteisille aterioille ei löydetä tai etsitä aikaa kuten ennen, eikä ruoanlaittoon haluta käyttää aikaa kuten ennen. Se lisää välipalojen kulutusta, mutta myös valmisruokien käyttöä, ravintoloissa käymistä ja ruoan kotiinkuljetuksia.

Suomalainen syöminen on polarisoitunut: Toinen joukko syö hyvin, laadukkaasti ja terveellisesti, koska voi taloudellisista ja sosiaalisista syistä niin tehdä. Toinen syö sitä, mihin rahat riittävät. Myös asuinpaikka ja ikä jakavat syömistä kah-tia. Vastuullisuus ja kestävyys näkyvät kaupungissa asuvien ja nuorempien valinnoissa. Ne vaikuttavat silti enemmän ruoan tuottajien, valmistajien ja kaupan toimintaan kuin kuluttajiin.

Toisaalta Suomessa syödään edelleen perinteisesti, toisaalta ruokakulttuuri on rikastunut netin, somen ja matkailun antamien vaikutteiden ja inspiraation vuoksi. Silti yksi on viime vuosina noussut ruokapuheesta ja -valinnoissa yli muiden: hinta.

Lähde: Suomi Syö Visio 2024

Hävikin vähentäminen on ravintolan kilpailuvaltti

Se, että ravintola työskentelee aktiivisesti kestävyden eteen, on tärkeää tai erittäin tärkeää noin 40 prosentille suomalaisista.

Hävikin vähentäminen on tärkein kestävään toimintaan liittyvä kriteeri ravintolan valinnassa. Sen mainitsee tärkeimmäksi piirun yli puolet niistä, joille kestävyys on tärkeää ravintolavalinnassa. Paikallisia raaka-aineita pitää tärkeänä valintakriteerinä yli 40 prosenttia näistä vastaajista, sesonkituotteita ja eettisesti tuotettua lihaa hiukan alle 40 prosenttia.

Lähde: Sustainable Brand Index 2024



Kuva: iStockphoto

Suomalaisten syömiseen vaikuttavat muutosvoimat

- talouden kehittyminen
- ilmastonmuutoksen ja luontokadon eteneminen
- äkilliset ennakoimattomat tapahtumat
- suomalaisen yhteiskunnan ja väestön monimuotoistuminen
- individualismin vahvistuminen
- ihmisten ajankäyttöön liittyvien arvostusten kehittyminen
- teknologinen kehitys



Asiantuntijoiden esille nostamia muutosvoimia seuraavien 5–10 vuoden aikana, Suomi Syö Visio 2024

Ruoan trendit tulevaisuudessa

- kestävämpi syöminen
- kotimaisuuden arvostus
- terveyttä ja hyvinvointia edistävä ruoka
- syömisen nopeus ja helppous
- yksilöllinen ja joustava syöminen
- elämyksellisyys ja uus-hedonismi
- hintatietoisuus pysyy vahvana
- turvaruoka lohduttaa kriiseissä

Asiantuntijoiden esille nostamia arvostuksia, Suomi Syö Visio 2024



Elintarvikkeita maailmalle

Suomalaisia elintarvikkeita vietiin 2,2 miljardilla eurolla vuonna 2023. Hallitusohjelmassa on tavoitteena kaksinkertaistaa elintarvikevientä vuoteen 2031 mennessä.

Suomesta vietiin vuonna 2023 EU-maihin erityisesti tuoretta kalaa, alkoholijuomia, voita ja kauraa. EU:n ja Kiinan ulkopuolisiin maihin vietiin esimerkiksi maitojauhetta, sianlihaa ja alkoholijuomia. Kiinan-viennin merkittävimmät elintarvikkeet olivat maitojauhe, muut maitovalmisteet, muu liha ja eläintenosat.

Selvästi eniten vientiä Suomesta oli Ruotsiin, sen jälkeen Viroon, Saksaan ja Puolaan.

Lähde: Ruokatieto Yhdistys: Tietohaarukka – Koostetut herkut 2024

TEKIJÄT, JOTKA OHJAAVAT RUOKAINNOVAATIOITA EUROOPASSA (%)

2023	53,6	24,3	8,3	7	6,9
2022	48,8	29,7	7,5	5,8	8,1

- Nautinto: esimerkiksi hauskuus, moniaistillisuus
- Terveys: esimerkiksi luonnollisuus, kasvikset
- Fyysiset vaikutukset: esimerkiksi hyvinvointi, hoikkuus
- Helppous: esimerkiksi ajansäästö, liikkuva elämäntapa
- Eettisyys: esimerkiksi solidaarisuus, ekologisuus

Suomalainen ruoka on perinnettä uusilla mausteilla

Teksti: Kaiku Oy / Hanna Pehkonen • Kuvat: Juho Paavola

MUUTTUVA RUOANKULUTUS

Suomalainen ruokakulttuuri kehittyy ja voi hyvin, mikäli ruokakulttuurin professori Johanna Mäkelää on uskomisen. Ja miksei olisi, ovathan meillä todisteena valmisruoiksi muuntuneet karjalanpiirakat ja mämmit sekä uudella otteella, mutta kotimaisia raaka-aineita kunnioittaen valmistetut ravintola-annokset.

– Syömisessä muutos on samaan aikaan nopeaa ja hidasta, Helsingin yliopiston ruokakulttuurin professori **Johanna Mäkelä** sanoo, ja täsmentää:

– Syömme edelleen asioita, joiden juuret ovat satojen vuosien takana, mutta hiukan eri tavalla.

Puurot ja karjalanpiirakat kuuluvat edelleen suomalaiseen ruokapöytään, mutta puuron lisukkeena voi olla raejuusto tai kinuskikastike, joita ei satoja vuosia sitten ollut tarjolla. Valmisruokahyllyn karjalanpiirakkakin on aika erilainen tuote kuin ruiskuoreen leivottu ja puurolla täytetty piirakka.

Viimeisten 10 vuoden aikana ruoasta on alettu puhua enemmän ja eri tavalla, monipuolisemmin. Ja kun puhutaan enemmän, myös kiistellään enemmän.

Ruokaa ja ruokavalintoja pidetään osana identiteettiä. Kestävyys, vastuullisuus, ympäristövaikutukset, paikallisuus, eettisyys... Kaikki nämä ovat puheenaiheita nykyhetken ruokakeskusteluissa. Erityisesti nyt puhutaan siitä, mikä suhde on lihan syömiseen, Mäkelä sanoo.

– On tullut näkyvämmäksi, etteivät suomalaiset elä yhtenäiskulttuurissa, vaan on paljon erilaisia ruokavalioita ja erityisesti sitä, mitä ruokavaliossa ei ole, -ton-ton-ruokavalioita.

Terveysteen ja sairauksiin liittyvät ruokavaliot ovat tulleet tunnetummaksi, mutta sillä mitä syödään tai ei syödä, otetaan myös kantaa maailmaan, Mäkelä kertoo. Nykyään on normaalia kysyä vierailta, onko joitain ruoka-aineita, joita he eivät syö.

– Yksilön päätettävissä on, mitä hän syö, ja yksi tulkintavaihtoehto on ajatus siitä, että ruokavalintojen kautta on mahdollisuus vaikuttaa maailmaan ja tuoda esiin omaa identiteettiä.



Erilaiset ruokaratkaisut erilaisiin tilanteisiin

Ruokavaliosta riippumatta nähtävissä on välipalaistumisen ja helppouden hakemisen ilmiö, Mäkelä sanoo. Asennemuutos on ollut iso.

– Ennen vuosituhaten vaihdetta valmisruokien käyttöä perusteltiin. Nyt valikoima on laaja erilaisista puuroista toisten ruokakulttuurien annoksiin, ja selittelevä puhe on vähentynyt.

Mäkelän mukaan vaivattomuuden ja nopeuden arvostukseen liittyy se, että ruoanlaiton työnjako on muuttunut. Miesten rooli siinä on vankistunut. Toisaalta työskäkyvien naisten ongelma on ja on ollut aikapula, kun vuorokauden tuntien pitäisi riittää päivätöiden lisäksi kodista huolehtimiseen. Nyt on vahvana ajatus siitä, että ihmiset voivat valita ja valitsevat, mihin aikansa käyttävät. Jos ruokaa ei halua laittaa, sitä ei tarvitse tehdä, toisin kuin muutama vuosikymmen sitten.

Toisaalta, jos ruoanlaitto kiinnostaa, siinä on mahdollista kehittyä ja oppia uusia taitoja, tehdä siitä harrastus. Näin kävi juurileipomiselle pandemian aikana, Mäkelä sanoo.



”
*Tutkija törmää usein
 ajatukseen, jonka
 mukaan oikea
 ruokakulttuuri on
 jossain muualla
 kuin Suomessa.
 Yhtä usein hän
 tyrmää sen.*

> Ihmiset ovat monipuolisia ruokaan liittyvissä asioissa, Mäkelä muistuttaa: välillä ruoanlaittoon käytetään paljon aikaa, välillä lähdetään ulos syömään ja välillä lämmitetään valmisruoka mikrossa. Elämässä on erilaisia tilanteita, joissa ihmiset käyttäytyvät eri tavoin.

– Osittain valmisruoka on myös sitä, että elintarviketeollisuuden tuotteet pitävät yllä perinteitä. Esimerkiksi määmiä voi tehdä itse, mutta enemmistö ostaa sen silti valmiina. Ja karjalanpiirakka on valmisruoka, joka löytyy joka kaupasta.

Ruokakulttuurin professori korostaa välipalaistumisen vastakohtana, yhdessä syömisestä, merkitystä:

– Ruoka voi olla sosiaalinen liima, joka pitää yhdessä yhteisöjä, ystäviä ja perheitä. Kun ihmiset istuvat pöydän ääreen, he jakavat hetken ja muodostavat yhteisön.

Ruokapulasta yltäkyläisyyteen

Vuosikymmen tai pari on lyhyt tarkastelujakso suomalaisen ruokakulttuurin muutoksessa. Sata vuotta rupeaa jo tutkijankin mielestä olemaan jotakin.

– Ensimmäisen ja toisen maailmansodan aikana mietittiin sitä, onko ihmisillä tarpeeksi ruokaa. Nyt käsitellään sitä,

onko ruokaa liikaa tai onko se oikeanlaista. Muutoksessa näkyy selvästi se, miten Suomi on vaurastunut ja syöminen monipuolistunut.

Elintarvikkeita on säännöstelty Suomessa sota-ajoista 1950-luvulle asti, ja maa oli rakennemuutoksen kourissa vielä seuraavalla vuosikymmenellä. EU-jäsenyys 1990-luvulla laajensi kauppajen valikoimaa. Lihan kulutus on vuosikymmenten aikana kasvanut, joskin viime vuosina tasaantunut. Suuri muutos on ollut lisääntynyt kasvien ja hedelmien syöminen.

– ”Raastepöydästä voipi aloitella” on tarina siitä, miten suomalaisten syöminen on muuttunut. Tuoreita, kypsämättömiä kasviksia on suosittu lisättäväksi ruokavalioon, ja niin suomalaiset ovat tehneet. Jos jokin ruokapalvelu tarjoaisi lounasta ilman salaattia, ihmeteltäisiin, missä se salaatti on.

Kaikki ei silti ole muuttunut.

– Suomalaisten rakkaus tietyn tyyppisiin leipiin on säilynyt. Kansallisruoaksikin valittua ruisleipää saa edelleen.

Ja niitä karjalanpiirakoita, jotka ovat Mäkelän mukaan ”muuttuneet vaikkamiksi matkan varrella”.

Suomalaiseen ruokakulttuuriin liittyvät

tarinat lähtevät raaka-aineista, joita ovat pitkään saatavilla olleet metsän ja vesistöjen antimet: sienet, kalat, marjat ja riisi. Nykyään versiot vain ovat erilaisia kuin satoja vuosia sitten.

– Hyvä esimerkki on kalaruokien määrä. Esimerkiksi kalakeittoja on monenlaisia, ja ne ovat osa pitkää historiallista jatkumoa, jossa on hyödynnetty eri kalalajeja ruoaksi.

Muutos säilyttää

Muutos ja säilyminen kulkevat käsi kädessä, ja se kiinnostaa Mäkelää. Perinteet ja uudet vaikutteet kohtaavat esimerkiksi joulun laatikoissa. Bataattilaatikossa yhdistyvät suomalainen ruokaperinne ja uusi raaka-aine. Suomalainen suola ja pippuri -maustaminen taas on jäänyt hyvällä tavalla jalkoihin, kun perinteisiin raaka-aineisiin yhdistetään monenlaisia mausteita, Mäkelä sanoo.

Tutkija törmää usein ajatukseen, jonka mukaan oikea ruokakulttuuri on jossain muualla kuin Suomessa. Yhtä usein hän tyrmää sen.

– Suomalaiset ovat omintakeisia ja rohkeita ruoanlaittajia.

Ravintoloissa halutaan hänen mukaansa käyttää Suomeen tyyppisesti liitettuja ra-

ka-aineita, korostetaan niitä ja tehdään niistä vuoden 2025 versioita.

– Ravintoloilla on elävä suhde suomalaiseen ruokaperinteeseen. Niissä ei juututa menneeseen, vaan voidaan tulkita perinteisetkin ruoat eri tavalla. Se tukee ruokakulttuuria ja sen kehittymistä.

Ravintolaa valitsevalle löytyy nykyään laaja valikoima erilaisia makumaailmoja suurella hintahaitarilla ja kaikkea fine diningistä bistroon. Merkittävä muutos ravintolamaailmassa tapahtui 40 vuotta sitten. Se heijastelee muutosta yhteiskunnassa.

– 80-luvulla alettiin ottaa myös naiset huomioon ravintoloissa ja tarjota ruokalajeja, joiden ajateltiin kiinnostavan heitä.

Miten ruoantuotanto muuttuu?

Tulevaisuuden suuri kysymys on Mäkelän mukaan se, miten ruoka tuotetaan.

– Lähdetäänkö sellaiseen suuntaan, että ruoantuotanto ratkaistaan teknologisilla innovaatioilla? Tehdäänkö perinteisiä ruokalajeja jatkossa uudella raaka-aineella, vai mietitäänkö erilaisia viljelytapoja?

Historiasta löytyy erilaisia viljelytapoja, jotka saattavat tulla uudelleen käyttöön, kun ympäristökestävyyteen kiinnitetään enemmän huomiota, Mäkelä miettii. Tulevaisuudessakin syödään ruokaa, ainakin joskus, hän ajattelee.

Kuluttajakentän pirstaloituminen voi syventyä tulevaisuudessa entisestään, jos osa kuluttajista valitsee tiukasti luomutuotannon, osa solumaatalouden tuotteet ja osa ruuan, joka on tuotettu maassa.

Ennustaminen on huomattavasti historian tutkimista vaikeampaa.

– Maailma muuttuu suuntiin, joita emme ole osanneet ajatella. Sodan uhka on lähempänä kuin olemme uskoneet, ja on ollut pandemia. Jos tulisi maapalloa tai Suomea uhkaava katastrofi, se vaikuttaisi siihen, mitä on tarjolla. Nyt olemme huomattavan tottuneita siihen, että kävellemme lähikauppaan ja ostamme mitä haluamme.

Tällä palstalla ruoka-ammattilainen saa puhua suunsa puhtaaksi.



SUORAA
 PUHETTA
 RUOASTA

Diplomikauppias
Juha Jylli
 K-Citymarket
 Turun Länsikeskus

Ruokakaupan vallankumous on jo ovella

Ruokakauppa ei ole pelkkä ostospaikka. Kymmenen vuoden päästä se on ajanviettekeskus, jossa yhdistyvät syöminen, viihtyisyys ja elämykset. Ruokaostoksista tulee odotettu ja inspiroiva osa päivää.

Euroopassa on jo kauppoja, joissa ostosten lomassa voi käydä kokeilemassa lehdessä kehuttua viiniä tai nauttia satokauden tuotteiden innoittamia herkkuja. Tämä ei ole pelkkä trendi, vaan pian arkipäivää myös Suomessa.

Asiainnosta tulee entistä yksilöllisempää. Älykkäät mobiilisovellukset ja niiden reaaliaikaiset ennusteet ennakoivat asiakkaan tarpeet ja osaavat vinkata juuri hänelle sopivista uutuuksista. Robottikeräilyn ansiosta ostoskärryjen työntely on historiaa.

Ruokavalioiden monipuolistuminen on yksi suurimmista trendeistä, joita olen nähnyt. Kasvipohjaiset vaihtoehdot ja erityisesti terveelliset valmisruoat ovat tulleet jäädäkseen. Kuluttajat haluavat ravitsevia, nopeasti valmistettavia tuotteita, kuten vähärasvaista kanaa. Tämä ilmiö näkyy erityisesti nuorissa, jotka arvostavat vaivattomuutta ja terveellisiä valintoja.

Hyönteisruoka ja laboratoriossa kasvatettu liha ovat puhututtaneet maailmalla, mutta Suomessa ne tuskin räjäyttävät pankkia. Suomalaiset arvostavat puhtaita ja luonnollisia raaka-aineita. Terveelliset valmisruoat, proteiinipitoiset vaihtoehdot – ja tietenkin kotimaiset marjat – ovat suosiossa. Marjat ovat vitamiinipitoisia ja tarjoavat lukemattomia mahdollisuuksia tuotekehitykseen.

Ruokakorin hinnat ovat nousseet, mutta terveelliset valinnat eivät ole luksusta. Kaupoissa on laaja valikoima eri hintahaarukan tuotteita, jotka tekevät terveellisen arjen mahdolliseksi kaikille.

Ruokakaupan vastuullisuus on entistä tärkeämpää. Vaikka hävikki syntyy pääasiassa kotitalouksissa, kaupat voivat vaikuttaa siihen viestinnällään ja valikoimillaan.

Tulevaisuuden ruokakauppa ei vain myy tuotteita, vaan rakentaa ruokakulttuuria. Me kauppiat voimme olla mukana luomassa tätä uutta ruokamaailmaa, jossa elämyksellisyys, käytännöllisyys ja vastuullisuus kulkevat käsi kädessä.



Teksti: Kaiku Oy / Noora Niemelä • Kuvat: Tuukka Kiviranta

KLASSIKOISTA TIKTOK-TRENDEIHIN

– valmisruokaa nykyelämän tahtiin

Valmisruoka on vakiinnuttanut paikkansa suomalaisten kiireisessä arjessa nopeana nälän selättäjänä. Kuluttajien valintoja ohjaavat yhä enemmän hintatietoisuus, terveellisyys ja kiireinen elämänrytmi.

”

Yhden hengen kotitalouksien määrän kasvu, väestön ikääntyminen ja moderni elämäntyyli pitävät valmisruokamarkkinat vireinä.

Atrian välipalatuotteiden tuoteryhmäpäällikkö Kati Rannila (vasemmalla), valmisruokaliiketoiminnan johtaja Tuomas Kujala (keskellä) ja aterioista vastaava tuoteryhmäpäällikkö Marika Viitala tuntevan suomalaisten kuluttajien mielenliikkeet.

Valmisruokamarkkinoilla suomalaiset ovat uskollisia klassikoille. Atrian valmisruokaliiketoiminnan johtajan **Tuomas Kujalan** mukaan tutuilla ja edullisemmillä annoksilla, kuten pinaattiletuilla, makaronilaa-tikolla ja lihapullilla, on edelleen vankka asema suomalaisten lautasilla.

– Ne ovat vuodesta toiseen myydyimpien valmisruokiemme listalla. Ne mais-tuvat sukupolvesta toiseen, ja siksi niiden asemaa on vaikea horjuttaa, Kujala toteaa.

Klassikkojen rinnalle on kuitenkin nous-sut uusia terveellisyyttä ja ruokavalioiden monipuolisuutta edistäviä vaihtoehtoja. Vaikka kana on valmisruokien kasvun

veturi, myös kala- ja kasvisvaihtoehtojen suosio kasvaa.

– Esimerkiksi Kunnon arki -kalamikro-annoksemme on ollut erittäin suosittu. Samoin erilaiset keitot ovat hurmanneet suomalaiset, Kujala kertoo.

Arjen rytmi muokkaa markkinaa

Niin sanottu TikTok-aika näkyy paitsi val-misruoissa myös välipalojen ja puolivalmii-den komponenttien kysynnän kasvuna.

– Tutkimuspäällikkömme **Jukka Saaren-pää** lanseerasi termin "TikTok-kuluttami-nen". Se kiteyttää hyvin nykyisen ruoka-kulttuurin: kuluttajat haluavat hektiseen

arkeensa nopeita ja maukkaita ratkaisuja – aivan kuten TikTok-videot tarjoavat nopeita elämyksiä, Kujala kuvaa.

Vaikka valmisruoka usein yhdistetään kiireeseen, terveellisyys on noussut sen valttikortiksi. Valmisruoka valmistetaan hyvin samoin periaattein kuin kotiruoka.

– Valmisruoka jäähdytetään tuotannossa nopeasti heti valmistuksen jälkeen. Tämä pidentää sen säilyvyyttä ilman lisäaineiden runsasta käyttöä. Valmisruoka voi olla jopa kotiruokaa terveellisempää, koska esimerkiksi suolan määrää on tarkoin säännelty, Kujala huomauttaa.

Tulevaisuus lautasella

Yhden hengen kotitalouksien määrän kasvu, väestön ikääntyminen ja moderni elämäntyyli pitävät valmisruokamarkkinat vireinä. Innovaatioiden ja monipuolistu-van valikoiman ansiosta valmisruoka yllät-tää kuluttajat jatkossakin.

Valmisruoka ei ole vain kiireisen päivän pelastus – se tarjoaa moderniin arkeen helppoutta, makuelämyksiä ja inspiraatiota.

– Yksilöllisyys korostuu, ja esimerkiksi mukaan napattavat tuotteet sekä yhden hengen mikroateriat ovat voimakkaassa kasvussa, Kujala toteaa.

Rahkaohukaisista tuli someilmiö

Atria seuraa tarkasti kuluttajien tarpeita ja trendejä. Tämä näkyy myös val-misruokien innovatiivisessa tuotekehityksessä.

– Valmisruoan peruslupaus on helppous. Kun siihen liitetään terveelli-syyden ja vastuullisuuden trendit, syntyy kuluttajia puhutteleva kokonai-suus, kiteyttää Atrialla aterioista vastaava tuoteryhmäpäällikkö **Marika Viitala**.

Onnistumisia syntyy, kun tuotteet vastaavat kuluttajien tarpeita ja arvoja.

– Erinomainen esimerkki ovat rahkaohukaiset, joissa yhdistyvät moderni elämäntapa ja kuluttajien arvostamat perinteikkäät ominaisuudet, kertoo **Kati Rannila**, Atrian välipalatuotteiden tuoteryhmäpäällikkö.

Rannila on sosiaalisessa mediassa suu-ren suosion saavuttaneen Atrian rahkaohu-kaisen kaakao-vadelma-makuparin takana. Kiinnostavan maun, runsaan proteiinipitoi-suuden ja visuaalisen uudistuksen ansiosta tuotteesta kasvoi someilmiö.

Tuotteen suosio sai alkunsa Atrian yhteis-työstä hyvinvointivaikuttaja **Jessica Rei-manin** kanssa. Reimanin välipalavinkistä innostuivat myös muut tunnetut vaikuttajat. Somenäkyvyys sai tuotteen myynnin räjäh-tämään ja kasvatti samalla jo markkinoilla olleen omena-kaneli-rahkaohukaisen suo-siota.

– Halusimme tuoda markkinoille jotakin uutta ja erottuvaa. Hyvinvoin-nista innostuneet kuluttajat ottivat rahkaohukaiset omakseen, Rannila kertoo.

Hyvinvointi ohjaa vahvasti Atrian tuotekehitystä, ja painopiste on yhä enemmän myös kasvispitoisissa tuotteissa.

– Suoliston hyvinvointi ja erityisruokavaliot ovat trendejä, jotka määrittä-vät tulevaisuuden tuotekehitystä, uskovat Viitala ja Rannila.

”

Valmisruoan peruslupaus on helppous. Kun siihen liitetään terveellisyyden ja vastuullisuuden trendit, syntyy kuluttajia puhutteleva kokonaisuus.





Teksti: Mariaana Nelimarkka

VALMISRUOKAMARKKINASSA RUOTSI TULEE PERÄSSÄ

Atria Ruotsi kehittää valmisruokasegmenttiä eri rintamilla. Vähittäiskaupan valmiiksi pakattujen annosten rinnalle tarvitaan isolla mitalla tehtyä valmisruokaa, joka sopii niin ammattikeittiöiden kuin ruokakaupan palvelutiskienv tarpeisiin.



Atria Ruotsin markkinointipäällikkö **Louise Lindholm** nostaa esiin pari merkittävää eroa Ruotsin ja Suomen valmisruokamarkkinan välillä. Makumiellytykset eroavat hie-man, ja esimerkiksi suolaa käytetään Ruotsissa enemmän. Valikoima taas on Suomessa huomattavasti laajempi.

– Suomessa lähes kaikki kuluttajat ostavat valmisruokaa vähintään silloin tällöin, Ruotsissa alle puolet kuluttajista. Myös ostokerroissa on eroa: Suomessa valmisruokaa ostetaan

useammin kuin kerran viikossa, Ruotsissa harvemmin, Lindholm kertoo. Valmisruoka-annoksen keskihinta on Suomessa kolmisen euroa, Ruotsissa noin tuplat. Vertailussa ovat tuoreen valmisruoan hinnat. Pakastetun valmisruoan hinnat Ruotsin valmisruoasta on puolet, edullisempi hinta ei tule vertailussa esiin.

15 miljardia kruunua

Lindholm mukaan valmisruoan volyymi on pysynyt Ruotsissa ennallaan, mutta sen arvo on kasvanut viimeisen vuoden aikana. Kokonaisuudessaan tuoreiden ja pakastettujen kuluttajapakattujen valmisruokien arvomääräinen myynti oli Ruotsissa vuonna 2023 noin 15 miljardia kruunua eli 1,3 miljardia euroa.

Tulevaisuuden ennuste povaa edelleen

kasvua. Ennuste nojaa kuluttajatarpeeseen: kuluttajilla ei ole aikaa kokata. Valmisruoka on myös saavutettavampi vaihtoehto kuin ulkona syöminen, josta on tullut monille liian kallista.

Atria on Ruotsissa aktiivinen valmisruokamarkkinassa lähinnä vähittäiskaupassa. Ammattikeittiöt ovat tähtäimessä seuraavaksi, ja niitä palvelee sama pakkausko-kuin ruokakaupan palvelutiskisejät, joihin halutaan myös panostaa.

Lihapullat ja muusi

Suosituimpia valmisruokia Ruotsissa ovat ne ruokalajit, jotka pitävät muutenkin suosikkiruokalistojen kärkisijoja, kuten lihapullat muusilla ja stroganoff riisillä. Kärkikahinoissa ovat myös tortellonit tomaattikastikkeessa ja lasagnette.

Aasia, thaimaalainen ja intialainen ruoka, korostuu mauissa nyt. Italia on ikisuosikki, samoin husmanskost eli kunnan kotiruoka.

Top ten -listan ruoista pari on kasvisruokia, ihan vain siksi, että ne maistuvat hyvältä, Lindholm toteaa. Kalaa ei ruotsalaisessa valmisruokahyllyssä juuri näe. Lindholm kuvailee sitä kalliiksi ja vaikeaksi valmistaa.

Muuttuuko ruoanlaitto kotityöstä harrastukseksi?

Valmisruokaa ostavat Ruotsissa nykyisin ennen kaikkea hyvin toimeentulevat kaupunkilaiset, usein sinkkuraloudet. Syyt ovat tuttuja: ei huvita kokata yksin tai on tarve säästää aikaa. Kasvua täytyy Lindholm mukaan hakea laajalta rintamalta.

– Tarve on tilannelähtöinen: jokainen tarvitsee toisinaan jotain nopeaa syötävää! Elintarviketeollisuus on ollut hyvä reagoimaan tilannelähtöisyyteen, muuten esimerkiksi Taco Fridaysta ei olisi kasvanut niin suurta ilmiötä.

Lopuksi Lindholm heittää kiinnostavan ajatuksen:

– Tuleeko kokkaamisesta jatkossa vain sille omistautuneiden harrastus? Vähän kuin nykyään vaatteiden ompelu – sitä tekevät vain ne, joille se on rakas harrastus.



Yritysostoilla kohti tavoitteita



Kuva: Tuukka Kiviranta

Atria on toteuttanut strategiaansa viime aikoina yritysostoilla. AB Korv-Görans Kebab Oy:n ja Kaivon Liha Kaunismaa Oy:n ostot Suomessa ja Gooh!-valmisruokayhtiön osto Ruotsissa vievät eteenpäin kahta Atrian strategisista painopisteistä: ”laajennamme valmisruoissa” ja ”vahvistamme Foodservicea mukaan lukien pikaruoka”. Gooh!-kauppa tukee myös kolmatta painopistettä, kannattavaa kasvua Ruotsissa.

– Yrityskaupat ovat olleet ja ovat jatkossakin osa työkalupakiamme strategiaamme toteuttamisessa, Atria Oyj:n toimitusjohtaja **Kai Gyllström** sanoo.

Kasvua haetaan tuoteryhmistä ja kanavista, jotka kasvavat markkinassa, Gyllström sanoo.

– Valmisruoan kulutus on kasvanut Suomessa viimeiset kymmenen vuotta, ja valmisruokamarkkina jatkaa edelleen kasvuaan volyymissä ja arvossa. Vuoden 2023 toisella puolikkaalla kulutuksen kasvu kääntyi hetkellisesti miinukselle, mutta on palannut sen jälkeen vahvalle kasvupolulle. Atrian kasvu valmisruoassa on edelleen markkinassa nopeampaa, ja Atrian markkinaosuus on vahvistunut erityisesti Suomessa voimakkaasti kasvavassa mikroaterioiden alatuoteryhmässä.

Foodservice on Atrialle tärkeä erityisesti Suomessa ja Ruotsissa.

Kebabia, hampurilaispihvejä ja valmisruokaa

Korv-Görans Kebab Oy:n osto laajensi Atrian valmiimman ruoan valikoimaa. Gyllström kertoo kebabin olevan kasvava tuoteryhmä. Kebabtuotteiden lisäksi Korv-Görans Kebab valmistaa lihapullia, kastikkeita ja kypsiä siipikarjatuotteita. Atria osti perheyrityksestä 51 prosenttia vuonna 2022.

Myös Kaivon Liha -yrityskauppa toi Atrian uusien tuoteryhmien markkinoille. Kaivon Lihan pääasiakkaita ovat tukkukaupat ja hampurilaisketjut, merkittävimpana Hesburger. Kaivon Lihan päätuote ovat hampurilaispihvit, joita se valmistaa myös Atria Ruotsille. Atria on lisännyt omistustaan yritykseen vaiheittain vuodesta 2016 alkaen, ja omistaa nyt yrityksen kokonaan.

Gooh!-tuotteilla on Ruotsissa 25 prosentin markkinaosuus mikroaterioissa vähittäiskaupassa. Yrityksellä Atria teki kokonaan uuden aluevaltauksen Ruotsin valmisruokamyntiin. Atria osti Goohin koko osakekannan toukokuussa 2024.

– Yrityskaupat ovat erityisen tehokas tapa päästä kiinni meille uuteen tuoteryhmään tai kanavaan. Niitä on kuitenkin tehtävä tarkasti valikoiden.



Teksti: Kaiku Oy / Hanna Pehkonen • Kuvat: Elias Koli

ASIAKAS SAA SITÄ, MITÄ TILAA

– ainakin Kittilässä

Asiakkaat kertovat toiveensa, kun ovat tottuneet siihen, että ne toteutuvat. Sillä lailla Kittilän K-Supermarketissa kasvavat myynti ja asiakastyytyväisyys.

– Ruokakauppa on kovin yksinkertaista. Jos saat asiakkaat kertomaan, mitä he haluavat, myynti kasvaa, hävikki pienenee ja homma menee maaliin, 15 vuotta Kittilän K-Supermarketia pyörittänyt kauppias **Aarni Valkonen** sanoo.

Viime aikoina on pyydetty entistä valmiimpaa ja helpompaa. Valkonen sanoo suunnan helppouden hakemiseen olleen selvä viimeisten kolmen vuoden ajan. Uudistunut myymälä avattiin heinäkuussa 2023, ja sen jälkeen muutoksen tahti on vain kiihtynyt.

– On jouduttu vähän jarruttelemaan, kun on niin paljon ideoita, joita toteuttaa.

Ravintolan ja kaupan raja on hälventynyt. Kittilän K-Supermarketin uudistuessa kauppaan avattiin kahvila, jossa saa lämmitettyä ja tarjoiltuna myös kaupasta ostetut tuotteet.

– Meillä voi syödä kaikkia kaupan tuotteita, ja heti syömisen mahdollisuus ollut tosi suosittu.

Kaupassa myydään paljon siellä tehtyjä ruokia kylmänä, sellaisia, joita perinteisesti syödään lämpimänä. Niitä haetaan aamulla mukaan töihin tai illaksi kotiin.

– Ihminen on perusluonteeltaan laiska, ja tiukka aikataulukin tekee sen, että ruoanlaitossa haetaan sitä, millä pääsee helpoimmin. Yhtä aikaa kuitenkin ruokaharrastajien määrä on kasvanut. Heille ruoanvalmistus ei ole pakkopullaa vaan harrastus, kokeillaan uusia ruokajuttuja ja reseptejä.

Ruokaharrastus lisää tuoreen lihan ja esimerkiksi erikoisempien kastikkeiden kysyntää.

Valkonen ei pysty erottamaan mitään ryhmää, jota helppouden hakeminen koskisi erityisesti tai toisaalta koskisi vähemmän. Esimerkiksi hän nostaa kaupan omat, kuumina myytävät hampurilaiset.

– Se menee meillä läpi linjan, alkaen 7–8-vuotiaista ja päättyen 70–80-vuotiaisiin.

Valmisruoka voi olla erilaista lapsiperheille, yksineläville tai tiedostaville, mutta valmisruokaa se joka tapauksessa on.

”
Kauppamatka voi olla parinsadan kilometrin mittainen. Silloin puhutaan kauppareissun sijaan elämäyksestä.

Kittilän K-Supermarketissa sesongit näkyvät, eikä kauppias Aarni Valkonen pidä niihin varautumista vaikeana.

Paikalliset asiakkaat ykkösenä

Kun kauppa on tunturien välissä, matkailulla ja matkailijoilla on sille iso merkitys. Valkonen pitää kuitenkin kauppansa ykköstehtävänä paikallisten asukkaiden tarpeiden täyttämistä. Asiakkaan matka kauppaan voi olla parinsadan kilometrin mittainen. Silloin puhutaan kauppareissun sijaan elämäyksestä. Etäisyyksien vuoksi tilausten periaatteena on se, ettei mikään saa ainakaan loppua kesken.

Kun tavaraa on, osa jää myymättä. Siihen ovat ratkaisuna oma keittiö, lahjotukset nuorisotoimelle ja työttömien ruokailuun sekä ResQ-palvelu, josta ruokaa voi ostaa edullisesti ennen sen vanhenemista.

– Meillä tuotteet kerätään pois hyllystä reilusti ennen viimeistä käyttöpäivää, esimerkiksi juustot ja leikkeleet viisi päivää ennen päiväystä. Se antaa niille käyttöaikaa keittiössä. Ja mielestäni päiväysten katominen on kaupan eikä asiakkaan tehtävä.



Kyllä sesongitkin Kittilässä näkyvät, sitä ei käy kiistäminen. Tosin Valkosen mukaan melkein koko vuosi on matkailusezonkia. Sen lisäksi vaikuttavat vuodenaajat ja ruokasesongit. Marraskuulla, poroerotuksen jälkeen, myydään tuoretta poronlihaa. Näiden muutaman viikon ulkopuolella poro myydään pakasteesta tai jalostettuna esimerkiksi leikkeleiksi tai savuporoksi.

Keväällä taas lähtee isompia tilauksia Atriallekin. Silloin on kuivalihan sesonki. Kuivalihan raaka-aineeksi myydään erilaisia paisteja, joista asiakkaat valmistavat perinneherkkua itse. Kuivalihasesonki on Kittilässä isoin lihasesonki.

Entrecôtea etelän matkailijoille

Kaupan alan merkittävin sesonki on joulukuu, ja niin on Kittilässäkin. Ruska-aika on lyhyt, mutta se on koronavuosista lähtien vetänyt pohjoiseen aiempaa enemmän nuoria matkailijoita ja ulkomaalaisiakin, Valkonen sanoo.



Ravintolan ja kaupan raja on hälvtenyt. Kittilän K-Supermarketin uudistuessa kauppaan avattiin kahvila, jossa saa lämmitettyä ja tarjoiltuna myös kaupasta ostetut tuotteet.



”
Ulkomailta tällaista valmisruoka-arsenaalia ei löydy. Olen miettinyt, miten siellä tullaan arki-iltoina toimeen.

Prismajohtaja Jari Kättö

”
Meiltä kun lähdet, olet saanut kaiken mistä ostoslistalla on ollut, ja mukaan on tarttunut vielä vähän lisää.

Kauppias Aarni Valkonen

> Hiihtolomaviikoista myynnillisesti kovin on Pohjois-Suomen hiihtolomaviikko, jolloin lomalaiset kulkevat paljon autolla ja ajelevat Kittilän K-Supermarkettiin, joka ei ole aivan hiihtokeskuksen kyljessä. Pohjois-Suomen ja Etelä-Suomen lomailijat ostavat samankaltaisia tuotteita, ja etelän lomaviikolle on tyypillistä, että asiakkaat ostavat sitä, mikä kiinnostaa niinkään hinnasta välittämättä, Valkonen sanoo. Ostaetaan esimerkiksi poroa ja fileitä, ja entrecôtea on ensimmäisellä hiihtolomaviikolla oltava tiskissä.

Toisella hiihtolomaviikolla lomailevat keskiuomalaiset, ja silloin ostokset muuttuvat perinteisemmiksi.

– Ero viikkojen 8 ja 9 välillä on tosi iso. Pohjois-Suomen hiihtolomaviikko taas on myynniltään suurin hiihtolomasesonki meille.

Koko kevään isoin myyntipiikki on pää-

siäisenä. Kesällä, heinäkuussa, palaavat muualle muuttaneet. Se on iso sesonki Kittilän K-Supermarketille.

– Silloin ovat mummojen kärryt täynnä tavaraa, kun lapset ja lapsenlapset tulevat. Ostokset saattavat kolminkertaistua. Heinäkuun myynti on joskus meillä suurempi kuin huhtikuun.

Toukokuu on vuoden hiljaisin kuukausi. Matkailusesonki hiljenee, ja paikalliset jäävät lomalle.

”Pohjalla pitää olla aina data”

Työntekijöitä kaupassa on ympäri vuoden suunnilleen sama määrä. Vain kovimpiin sesonkeihin tarvitaan apuvoimia: maailmalle lähteneitä entisiä työntekijöitä.

Myynti vaihtelee 20–30 prosenttia hiljaisimman kauden ja kuumimman sesongin välillä, Valkonen arvioi. Myynnin muutosten ennakkointia hän ei pidä kovinkaan vaikeana.

– Pohjalla pitää olla aina data. Katsotaan edellisen vuoden vastaava viikko tai sesonki, ja siihen lisätään arvio, miten myynti kehittyy. Tavallaan se on suhteellisen helppoakin.

Kittilän K-Supermarketin asiakkaat ovat Suomen tyytyväisimpiä, selviää K-Supermarketien sisäisestä asiakastytyväisyystutkimuksesta. Siitä Valkonen on valtavan ylpeä.

Kilpailuvaltti on yksinkertainen:

– Meiltä kun lähdet, olet saanut kaiken mistä ostoslistalla on ollut, ja mukaan on tarttunut vielä vähän lisää.

Valkonen kiittelee väkeään.

– Ei tämä minusta riippuvaista ole. Meidän huikea henkilökuntamme tätä orkesteria pyörittää, palvelee ja tekee asiointin sujuvaksi.

Teksti: Kaiku Oy / Hannele Hautaniemi • Kuvat: Juho Paavola

VALMISRUOKAISTUMINEN NÄKY Y KAUPASSA JA PALVELUTISKILLÄ

Valmiimman ruoan suosion kasvu näkyy vastikään uudistuneen Prisma Jumbon ruokatorilla, jonka valikoima palvelee niin kiireistä arjen helpottajaa kuin ravintolatasoisen lounasannoksen noutajaa.

Vantaalaisen Jumbon Prisman valikoimaan on tuotu lisää näppärästi mukaan otettavia tai paikan päällä nautittavia annoksia. Löytyy lämmintä, kylmää, helppoa ja nopeaa, siipi- ja kebab-buffetia ja sushia.

– Kymmenen vuotta sitten puhuttiin kalatiskaista, joilta tultiin hakemaan lähinnä raaka-aineita ruoanlaittoon. Vielä viisi vuotta sitten valikoimasta otettu valokuva olisi näyttänyt melko erilaiselta,

sanoo Prismajohtaja Jari Kättö.

Vuonna 1996 HOK-Elannossa aloittanut Kättö sanoo huolehtivansa siitä, että ”Prisma pyörii”. Pyörítettäviä Prismoja hänellä on ollut jo useampia, tällä hetkellä Jumbo ja Myyrmanni. Suurissa pk-seudun kaupissa volyymit ovat isoja, ja ilmiöt heijastuvat kysyntään nopeasti – niin myös valmisruokaistuminen.

Klassikoita ja kokeilua sopivassa suhteessa

Kättö sanoo, että komponenttijaottelu korostuu ruokatorilla yhä enemmän.

– Haetaan jotain valmiina ja siihen yhdistettävät lisukkeet. Myös vaihtelu ja kierto ovat tärkeitä. Ihmiset pitävät siitä, että sesongit, teemat ja eri keittiöt näkyvät valikoimassa, Kättö kertoo.

> Kesällä hittituote oli HOK-Elannon oma grilliversio roomalaisesta pinsa-leivästä, ja Siipiyhtiön sekä Kebabioskin buffetit ovat uusia keustosuosukkeja. Kuitenkin myös klassikot ja jatkuvuus ovat monelle tärkeitä.

– Meillä on laaja asiakaskunta, eivätkä kaikki ole yhtä kokeilunhaluisia. Lihapullat ja muussi eivät ole menossa mihinkään, hän hymyilee.

Taustalla ajankäyttö ja muuttuvat kotitaloudet

Jumbon Prisma sijaitsee Suomen suurimmassa kauppakeskuksessa Kehä III:n kupeessa, ja ihmisvilinässä näkyy myös arjen kiihtyvä tahti.

– Tehokkaamman ajankäytön lisäksi asiakkaiden toiveissa korostuu myös korkea laatu. Haetaan puolivalmista ja nopeaa, mutta samalla tuoretta, herkullista ja laadultaan ravintolatasoista. Näissä olemme onnistuneet, ja siksi moni tulee juuri meidän ruokatorillemme, Kättö sanoo.

Perhearjen helpottaminen on monelle ykkösasia. Viikolla aikaa on käytettävissä vähän, eikä sitä haluta viettää helan äärellä. Viikonloppuna kokkaamiseen panostetaan enemmän.

– Ulkomailta tällaista valmisruoka-arsenaalia ei löydy. Olen miettinyt, miten siellä tullaan arki-iltoina toimeen, Kättö nauraa.

Myös muuttuva väestö, eri kulttuurit ja pienenevät kotitaloudet heijastuvat ostoihin. Kätön mukaan menekki pirstaloituu eli jakautuu eri tuotteille.

Prisma Jumbo lyhyesti

- Prismajohtajana Jari Kättö
- 8 000 asiakasta päivittäin
- 15 000 neliötä kauppapinta-alaa
- Työllistää 200 ihmistä
- Uudistettu ja remontoitu syksyllä 2024.

– Sama maksalaatikko ei enää uppoa kaikille. Yksittäiset hittituotteet vähenevät, kun asiakkaiden tarpeet ja toiveet ovat yhä moninaisempia.

Jumbon Prisma uudistuu

Kättö vastailee haastattelukysymyksiin vastikään remontoitusta Prisma Jumbosta.

– Remontti tehtiin samalla, kun 25 vuotta täyttävä Jumbon kauppakeskus uudistettiin muutoinkin. Ruokatorilla ruoan valmistustilat tuplaantuivat, ja nyt kapasiteettia riittää.

Kättö iloitsee myös uusista myyntikalus-

teista ja esillepanon mahdollisuuksista.

– Esillepanolla ja pakkauksella on valmisruoan menekille todella iso merkitys. Myyntikalusteet, rasiat, annoskoot ja tuoteselosteet – kaikella on väliä.

Entä omat suosikit: millainen on lempilounaasi Prisma-työpäivinä?

– Aiemmin suosikkini oli uunimakkara ja muussi, mutta nyt valitsen useimmiten siipibuffasta frittikanaa, perunoita ja salaattia. Voiko siihen kyllästyä ikinä? Kasvikkeita tykkään maistella kuin ruotsinlailta: vähän kaikkea, Kättö virnistää.



Prismajohtaja Jari Kättö tuli HOK-Elantoon Alepan esimiesharjoittelijaksi vuonna 1996 ja nauttii työssään edelleen kaupan sykkeestä ja ihmisten kohtaamisesta.



Ruokatorin asiakkaat pitävät Joni Kuikan kiireisenä.

”Korona oli selkeä käänne”

Valmisruoan suosio kasvaa koko HOK-Elannon alueella, sanoo **Anne-Maria Mikkonen**, HOK-Elannon Head of Design and Development.

– Suomi on ollut maailman ykkönen valmisruoassa pitkään, mutta korona aiheutti silti selvän käänteen kasvuun. Kun ravintolat olivat kiinni, alettiin kaivata entistä parempiä valmisruokia. Samalla uudenlaiset kuluttajat ovat löytäneet ruokatorin.

Työssään Mikkonen keskittyy erityisesti sujuvan asiakaspolun kehittämiseen ja konseptointiin. Hänen mukaansa tärkeintä on aina kuluttaja ja hänen mahdollisen haasteensa ratkaiseminen.

– Emme niinkään mieti, mikä yksittäinen tuote voisi myydä hyvin, vaan tunnistamme arkielämän pulmia, joita voimme auttaa ratkaisemaan. Yhdelle se voi olla kiireinen taival kaupan kautta illallispöytään, toiselle taas lähistöllä olevien mieleisten ravintoloiden puute.

Konseptoinnilla Mikkonen tarkoittaa sitä, että asiakaspolun varrelle tuodaan valmiita ratkaisuja. Se ei välttämättä tarkoita yhtä valmisruokaa, vaan eri komponenteista

yhdistettävää ateriaa tai sitä, että ostat palan kanaa ja saat kylkeen kymmenen reseptiä – toki kaupasta löytyville raaka-aineille.

– Esimerkiksi Lontoossa asiakasta palvelaan yhä enemmän konsepteilla, jotka ratkovat arjen haasteita: yhdistä 1, 2 ja 3 ja kasassa on maittava, tuore perheillallinen! Tätä ajatusta olemme tuoneet kauppoihimme ja ruokatoreille.

Valmisruokaan suhtautumisessa Mikkonen tunnistaa aiemmin kasvissyönnin puolella tutuksi tulleen ilmiön: fleksaamisen.

– Sama kuluttaja voi hauduttaa viikonloppuna itse ramen-liemen, mutta helpottaa arki-iltoja valmisruoalla. ”Minä olen laatukokkaaja ja teen kaiken itse” –mustaan on tullut harmaan eri sävyjä.

Ajatuksena onkin paitsi ratkaista haasteita, myös tarjota jotain uutta ja kiinnostavaa joka ostosreissulla.

– Kaikki voivat olla huippukokkeja kotona, Mikkonen kannustaa.



Katarina Salmi



Teksti: Pirjo Latva-Mantila • Kuvat: Pasi Leino

"KAIKKI TULEVAISUUDEN-HAAVEET JA -SUUNNITELMAT OVAT TÄMÄN TILAN KEHITTÄMISESSÄ"

Tuomarlän tilan tuleva isäntä tavoittelee kannattavaa kasvua.

Varsinais-Suomen Vehmaalla sijaitseva Tuomarlän tila on **Miikka Soonin**, 27, puolison kotitila. Lihaskala sekä kolmen tilan yhteinen emakkosikala ja biokaasulaitos sijaitsevat kaikki pienen alueen sisällä.

Kaikki merkit viittaavat siihen, että Miikasta on tulossa tilan seuraava isäntä. Hän löysi tiensä alalle vähän eri reittiä kuin suurin osa kollegoistaan, sillä hän kasvoi kaupungissa, eikä omasta suvusta löydy viljelijöitä.

– Nyt kaikki tulevaisuudenhaaveet ja -suunnitelmat ovat tämän tilan jatkamisessa ja kehittämisessä, sanoo Soon, joka valmistuu kohta agrologiksi.

Nuorempana hän ei olisi voinut kuvitella itseään pelto- ja sikalahommiin, vaikka tykkäisikin käytännön töistä ja nautti luonnossa kulkemisesta.

Kiinnostus maatalouteen heräsi, kun hän pääsi käymään puolisonsa **Oskari Kaskisen** kotitilalla Vehmaalla.

Peltojen keskelle

Peltojen keskellä sijaitseva Kaskisen lapsuudenkoti oli jäänyt tyhjilleen, mutta se sai uudet asukkaat, kun Kaskisen opinnot Vaasassa kauppatieteiden maisteriohjelmassa olivat edenneet loppusuoralle. He päättivät Soonin kanssa asua Vehmaalla, kunnes löytäisivät asunnon Turusta.

Ikkunoista avautuva peltomaisema alkoi kuitenkin miellyttää yhä enemmän, samoin ajatus maalla asumisesta. Taloremontin valmistuttua Turku unohtui.

Kaarinassa kasvanut Soon teki kiinteistönvälittäjän töitä, oli tehnyt jo vuosia. Kaskinen taas työskenteli tilintarkastuksen asiantuntijana Helsingissä.

– Viihdyin kiinteistönvälittäjänä, mutta maatilan työt vetivät mukaansa. Peltohommista se lähti ja viikonlopuista sikalassa. Nyt olen pari vuotta ollut mukana kaikissa kevät- ja syystöissä.

Asiat kehittyivät Kaskisen vanhempien toivomaan suuntaan. Heillä kun oli halu vähentää omaa työkuormaansa pikkuhiljaa ja siirtää tilan töitä nuoremmalle sukupolvelle.

Näköalapaikka

Vaikka takana on vasta kaksi kokonaista kasvukautta, Soon tunnistaa jo jännityksen ja odotuksen, joka liittyy kevään tuloon.

– Keväällä odotan, että pääsisi muok-



kaamaan ja kylvämään peltoa. Ja kun sato alkaa valmistua, tulee kova halu kaivaa puimuri esiin.

– Tunnen itseni aika etuoikeutetuksi, harvassa ammatissa saa olla näin paljon tekemisissä luonnon kanssa. Tässä myös näkee, miten kaikki vaikuttaa kaikkeen.

Oma perhe ja ystävät ovat suhtautuneet Soonin uuteen uraan kannustavasti. Hänen äitinsä on opettaja ja isänsä maanmittaaja.

Kokonaan Soon ei ole malttanut luopua myyntityöstä. Kiinteistönvälittäjän työ nimittäin on vaihtunut urheiluvälinemyyjän pestiksi. Hän tekee vuoroja raisiolaisessa kauppakeskuksessa sen mitä opinnoiltaan ehtii.

– Possuja hoidan käytännössä viikonloppuisin, kun työntekijä on vapaalla. Tilalla riittää aina tekemistä.

Ilman paineita

Tilan töitä Soon on saanut opetella rauhassa, ilman minkäänlaista painetta. Hän kiittääkin Oskari Kaskisen isää, **Jari Kaskista**, joka on ollut paras mahdollinen opettaja.

– Tämä on ollut sellainen kevyt laskeutuminen tilan arkeen ulkopuolelta. Seuraava steppi on otettu vasta kun edellinen on opittu.

– On tärkeää kuunnella heitä, jotka ovat ikänsä tätä tehneet.

Hänellä on kova halu ja kiinnostus kehittää tilaa muun muassa niin, että peltorekursit saataisiin hyödynnettyä mahdol-

lisimman hyvin. Soonilla on muutamia drooneja, ja yksi kehittämiskohde liittyykin niiden hyödyntäminen. Peltoa on viljelyssä nyt noin 150 hehtaaria.

– Kannattava kasvu on se mitä tässä tavoitellaan. Ollaan tehty kehittämissuunnitelmia ja mietitty, millaisia investointeja kannattaisi tehdä.

Possut tulevat tilalle kasvamaan naapurista, Pirteän Porsaan emakkosikalasta, jossa Oskari Kaskisen vanhemmat ovat osuomistajina.

Työt tilalla on tarkoitus jakaa siten, että Kaskinen vastaa työnsä ohessa talouspuolesta ja Soon arjen tekemisestä. Peltotöissä tarvitaan molempien työpanosta.

Verkostoitumista

Soon pitää verkostoitumista muiden viljelijöiden kanssa todella tärkeänä. Hän toimiikin MTK:n paikallisyhdistyksen johtokunnassa ja on mukana myös Maa-seutunuorten toiminnassa.

– Tuoreita ja erilaisia näkökulmia tarvitaan, samoin nuoria tekijöitä ja optimismeja. Kuka muu meidän puolestamme puhuisi, elleimme me itse.

Hän on mukana myös Atrian 100 nuorta tuottajaa -koulutusohjelmassa, mikä on mahdollistanut verkostoitumisen eri puolilla Suomea asuvien tuottajien kanssa.

Vierailu Nurmon ruokatehtaalla oli erityisen vaikuttava kokemus.

– Oli tärkeää päästä näkemään koko se prosessi ja ymmärtää, miten oma tekeminen vaikuttaa tehtaan toimintaan.

”*Tuoreita ja erilaisia näkökulmia tarvitaan, samoin nuoria tekijöitä ja optimismeja.*

Miikka Soon



0630 Herätys, aamupala ja lenkille koiran kanssa. Kiertelemme sikaloiden ympärillä ja samalla vähän vahditaan, että kaikki on kunnossa.

0700 Arkisin opiskelen aamupäivän. Viikonloppuisin menen tähän aikaan sikalaan. Varmistan, että ruokkijat pelaavat, seuraan ruokinnan, jaan pahnat ja tarvittaessa tartun lantakolaan. Arkena taas olen käsiparina ja autan työntekijää, jos on teurasajopäivä.

1030 Jos on työvuoro XXL:ssä, lähdän Raisioon. On mukava puhua välillä muusakin kuin traktoreista. Hälytykset sikalasta menevät Oskarin vanhemmille.

1100 Kotona ollessa lähdän käymään biokaasulaitoksella. Atttelen rakennus- ja raudoitustöissä.

1230 Laitan ruokaa. Jos Oskari tekee etäpäivää kotona, teen ruokaa molemmille.

1330 Kotona jatkan opiskelua. Niitä voi onneksi tehdä etänä.

1500 Tehdään taas kävelylenkki Vilin kanssa

1800 Syödään päivällinen.

1900 Kävellään päivän viimeinen kierros Vilin kanssa. Saataan käydä keskustassa asti, sillä siellä on katulamput.

2200 On aika mennä nukkumaan.

ZZZZZZ



Teksti: Kaiku Oy / Hanna Pehkonen

HÄVIKKI HYPPYSSÄ

Keittiössä ja kaupassa syntyvää ruokahävikkiä vähennetään tarkoituksenmukaisilla pakkauksilla ja viestinnällä, joka on ajan hermolla.

Pakkauksen rooli ruokahävikin torjunnassa on niin itsestäänselvä, että se voi välillä unohtua.

– Ilman kylmäketjua ja muovipakkauksia pilaantuminen aiheuttaisi globaalisti valtaavan ruokahävikin, Atrian tuotekehitysjohdaja **Aaro Mäkimattila** toteaa.

Hävikin vähentämisen kannalta merkittäviä kehitysaskelaita atrialaisessa pakkauskehityksessä ovat olleet jauhelihan vakuumpakkaus ja leivänpäällisten helposti avattavat ja uudelleensuljettavat rasiat. Ensin mainittu antaa tuotteelle

pidemmän säilyvyysajan, koska mikrobikasvu on hitaampaa hapettomassa pakkauksessa. Tuotetta voi myydä kaupassa pidempään, ja se säilyy myös kotona pidempään, jolloin riski pilaantumisesta ja roskikseen päätymisestä on pienempi.

Uudelleensuljettava, jämökkä pakkaus pitää viimeisenkin leivänpäällissiivun mehevänä ja houkuttelevan näköisenä, jolloin se päättyy suuhun eikä biojätteeseen.

– Kehitämme muun muassa avattavuutta ja uudelleensuljettavuutta ja muita

pienempiäkin asioita koko ajan, vaikkei kuluttaja sitä aina huomaisikaan, **Jarmo Marttala**, Atrian pakkauskehityspäällikkö, kertoo.

Myös muovin määrän ja fossiilisen raaka-aineen vähentäminen ovat olleet pakkauskehityksen painopisteitä Atrialla ja sen pakkausmateriaalitoimittajilla pitkään. Nyt muovin vähentämisen rinnalle on tulossa kierrätettävyyden kehittäminen. Taustalla on viiden vuoden kuluttua voimaan tuleva EU:n pakkauslainsäädäntö, joka edellyttää pakkauksilta kierrätettävyyttä.

Pakkauksen tärkein tehtävä on kuitenkin tuotteen säilyvyyden takaaminen ja tuoteturvallisuus, Marttala ja Mäkimattila muistuttavat. Siitä ei tingitä minkään muun takia.

Hävikkivinkkejä somessa

Pakkauksen merkityksestä hävikin vähentämisessä kerrotaan Atrian Paras tapa pakata -sivustolla. Myös kuluttajille tarkoitettuille hävikkivinkeille on oma sivustonsa. Sille kertyi syksyn 2024 Hävikkiviikolla tavallista enemmän liikennettä, sillä Atrian kuluttajaviestinnän somekanavien hävikkivinkkejä ohjattiin sivulle. Instagramissa ja Facebookissa jaettiin lyhyitä videoita, joilla Atria Mestarit antoivat hävikkivinkkejä.

– Hävikkisivustolla oli 170 käyntiä kahdessa päivässä, ja videoita katsottiin somessa yhteensä 3,4 miljoonaa kertaa. Tietoa on saatu levitettyä laajalle, Atrian brändijohtaja **Nanna Järvinen** sanoo.

Yksi videoilla esiintynyt Atria Mestari on **Nick Wennström**. Hän esitteli videollaan sipulin kuorien hyötykäyttöä.

– Atrialla halutaan pysyä ajan tasalla, ja videotkin tehtiin trendin mukaan. Hävikki-ruokakin voi olla trendikästä, Wennström sanoo.

Hävikkiviestinnässä tehoa ajatus säästämisestä, hän toteaa.

– Kuluttajaa kiinnostaa, miten voisi säästää, ja hävikin vähentäminen on iso osa säästämisestä, Wennström sanoo, ja jatkaa:

– Hävikin minimointi on Atrialla isossa roolissa, ja Atria haluaa välittää vinkkejä siihen myös kuluttajille.

Tiedolla ja taidolla hävikin kimppuun

Atrian teollisten tuotantojen johtaja **Tauno Perälä** vannoo tiedonkeruun ja mittamisen nimiin, kun puhutaan teollisen mittakaavan hävikinhallinnasta. Tuotannon tiedonkeruun järjestelmiin on panostettu Atrialla vuosia, ja mittarit käydään läpi säännöllisesti.

– Saamme hyvinkin tarkkaa tietoa materiaalien liikkumisesta tuotannossa ja niiden hävikistä, Perälä kertoo.

Raaka-aine- ja saantotiedot pystytään kehitystyön tuloksena esittämään visuaalisesti, jolloin poikkeamien löytäminen on helppoa ja niihin reagointi nopeaa, Perälä kertoo. Ongelmanratkaisussa yhdistetään ihmisten osaamista ja saatavilla olevaa tietoa.

– Aina pyritään löytämään juurisyy, ja ehkäisemään, ettei samaan ongelmaan törmättäisi jatkossa, Perälä sanoo.

Atrian teollisissa toiminnoissa on käytössä jatkuvan parantamisen ohjelma, joka sisältää tuottavuuden, laadun, työturvallisuuden ja vastuullisuuden kehittämisen. Hävikin vähentäminen on sekä tuottavuuden että vastuullisuuden kehittämistä.

Jatkuvan parantamisen lisäksi hävikin minimointi on mukana myös investoinneissa ja uusien prosessien suunnittelussa. Viime vuonna avatun siipikarjatehtaan prosessi on suunniteltu niin, että kanasta menee mahdollisimman vähän hukkaan, ja fileet saadaan mahdollisimman tarkasti talteen.

” *Pakkauksen tärkein tehtävä on tuotteen säilyvyyden takaaminen ja tuoteturvallisuus. Siitä ei tingitä minkään muun takia.*

Fakta

Atria liittyi ensimmäisten yritysten joukossa elintarvikealan materiaalitehokkuuden sitoumukseen vuonna 2019 ja jatkaa sitoumustaan nyt uudella toimintakaudella 2022–2026. Materiaalitehokkuussitoumus tähtää ympäristövaikutusten vähentämiseen ruoan valmistuksessa, jakelussa ja kulutuksessa. Toimialan yhteisiä tavoitteita tukien Atria on sitoumuksessaan määrittänyt konkreettisia materiaalitehokkuustoimia, joissa keskitytään sekä tuotantoprosessien materiaalitehokkuuden että tuote- ja pakkausratkaisujen kehittämiseen. Atrian tavoitteena on tehostaa jo nyt hyvällä tasolla olevaa raaka-aineiden hyödyntämistä ja vähentää materiaali- ja ruokahävikkiä tuotteen kaikissa elinkaaren vaiheissa. Lisäksi Atria on sitoutunut edistämään kuluttajien tietoisuutta ruokahävikin vähentämisen keinoista.



Teksti: Mariaana Nelimarkka • Kuvat: Eero Kokko

RANSKALAISEN RUOKAKULTTUURIN SYLISSÄ

Sari Havas rakastaa syömistä. Keskellä Helsingin talvea hän herkutteli bistro Mauritissa Helsingin Munkkiniemessä ja kertoi tuoreita kuulumisiaan. Häjyt 2 -elokuva jatkaa siitä, mihin häjyjen tarina 25 vuotta sitten jäi.

Ruoka on **Sari Havakselle** huipputärkeää. Hän on kaikkiruokainen, ja vähän enemmänkin:

– Rakastan syömistä ja ähisen innoissani, kun saan hyvää ruokaa. Olen kotoisin Oulusta, ja meillä oli kerran viikossa rössypottua koulussa. Sehän on veripalttua ja perunaa liemessä. En muista sitä karseana. Syön nykyään lihaa vähemmän, ja tällä lounaallakin valintani oli lohi.

Rue du Marchéltä saa kaiken

Havas viettää useamman kuukauden vuodesta Etelä-Ranskassa. Vencen keskustaution ullakkoasunnosta voi katsella vuorille ja merelle, ja kaikki on jalkojen juuressa: ravintolat, ruokakaupat, tori.

Ranskassa tulee kokattua ja käytyä enemmän ravintoloissa kuin Suomessa, jossa kapusta on isompien lasten muutettua pois kotoa pudonnut kädestä.

– Saan Rue du Marché -kadun varrelta kaiken. Ranskassa syön yhdessä ystävien kanssa, siinä korostuu ruoan arvo ja ennen kaikkea yhdessäolo, se on tärkeää.

Hän ei pidä liian hienoista ravintoloista, joissa on tarjolla kamalan pieniä annoksia kamalan kalliiseen hintaan. Bistrotyyppinen herkullinen ruoka puhuttelee.

”

On äärimmäisen tärkeää, että pysymme elokuvaa tehdessä hyvällä tuulella ja tarjolla on oikeaa ruokaa, vihanneksia ja hedelmiä.

Sari Havas

Energiaa esityksiin

Näyttelijänä Havas miettii syömistään tarkasti. Ennen esiintymistä hän ei halua syödä tukevasti.

– Energiaa pitää olla, jotta pysyy iskussa ja saa energiat liikkeelle esiintyessä. Nautin jotain pitkäkestoista energiaa antavaa välipalaa. On huono homma, jos ruoka menee mahaan ja on löllykkä olo!

Kodin ruokahuolto on pitkälti Havaksen puolison varassa. Havaksen bravuureja ovat linssi- ja lohikeitot, joita syntyy aina iso kattilallinen. Salaa hän haaveilee innostuvansa kokkaamisesta jälleen ja katselee Instagramin kokkausvideoita.

Elokuvakuvauksissa hyvän ruoan merkitys on suuri, ja Havas kertookin tajunneensa jo Solar Filmsin alkuaikoina, että firma ymmärtää cateringin tärkeyden näyttelijöille.

– On äärimmäisen tärkeää, että pysymme elokuvaa tehdessä hyvällä tuulella ja tarjolla on oikeaa ruokaa, vihanneksia ja hedelmiä, Havas toteaa.

Häjyjen paluu

Harvasta elokuvasta tehdään toinen osa 25 vuoden jälkeen, mutta Häjyjen tarina kantaa neljännesvuosisadan yli. Häjyt 2 -elokuvassa ovat vanhasta näyttelijäkaartista mukana vain Havas ja **Samuli Edelmann**.

– Oli erityistä palata työskentelemään yhdessä Samulin kanssa. Oli hauskaa näy-

Kuka

SARI HAVAS

- näyttelijä, vuorovaikutusvalmentaja, puhuja

Ajankohtaista:

- 16.1. Äidike-näytelmän ensi-ilta ja Suomen kantaesitys Keski-Uudenmaan teatterissa Keravalla. Äidin ja tyttären rooleissa Sari Havas ja Sirja Sauros.
- 19.2. Häjyt 2 -elokuvan ensi-ilta
- Havaksen tähdittämä SEX sukupolvia & sukupuolia -näytelmä siirtyy keväällä Tampereen Työväen Teatterista Kotkaan ja Lahteen.

Häjyt 2

- Ohjaus Aleksi Mäkelä
- Näyttelijät Samuli Edelmann, Joel Hirvonen, Sari Havas, Saaga Salo, Linda Wiklund, Severi Saarinen, Petja Lähde ja Ilkka Heiskanen
- Aleksi Mäkelän ohjaamasta Häjyt-elokuvasta vuodelta 1999 on tullut ilmiö. Häjyt 2 on Solar Filmsin 30-vuotisen historian juhlaelokuva.
- Atria on elokuvan pääyhteistyökumppani.



tellä taas yhdessä samaa tarinaa nyt kun olemme molemmat vanhentuneet. Kuusikymppiselle naisnäyttelijälle elokuvavaroili on onnenpotku. – Olin iloisesti yllättynyt, kun käsikirjoituksesta löytyi minulle kunnan rooli. Kuvasimme Etelä-Pohjanmaalla ja muissa aakeissa laakeissa maisemissa. Elokuvan henkiseen maisemaan kuuluu väkivallan

kierre ja kykenemättömyys puhua asioista. Jos oli jännittävää tavata Edelmann pitkästä ajasta, sitä oli myös palaaminen Kauhavalalle. Sana elokuvan työryhmästä levisi kulovalkean tavoin, ja kuvaukset kiinnostivat ihmisiä. Niin kuin sekin kohtaus, joka tapahtuu grillillä – voisiko siihen liittyä Atrian yhteistyö elokuvan kanssa?

Teksti: Kaiku Oy / Noora Niemelä • Kuvat: Juho Paavola

VALMIIT RAAKA-AINEET APUNA AMMATTI- KEITTIÖIDEN ARJESSA

Työvoimapula ja suuret asiakasmäärät haastavat ammattikeittiöiden tiimejä päivittäin. Palmialla valmiit raaka-aineet tarjoavat ratkaisuja, jotka helpottavat kiireistä työpäivää.



Palmian ravintola- ja ruokapalveluiden tuotekehityspäällikkö **Ville Kivinen** on yli 20 vuoden uransa aikana kokenut alan suuret muutokset. Nyt intohimoinen ruokakehittäjä ja suunnannäyttäjä innovoit Palmialla maukkaita ja monipuolisia makuhetkiä kotimaisista raaka-aineista. Palmia valmistaa päivittäin yli 45 000 terveellistä lounasannosta erilaisille asiakasryhmille – ministereistä koululaisiin ja päiväkotien pienimmistä ruokailijoista hoiva- ja sairaalapuolen asiakkaisiin.

Kylmävalmistus mullistaa keittiötöön

Työvoimapula on Kivisen mukaan yksi suurimmista haasteista alalla. Erityisesti suurkeittiöpuoli jää usein varjoon, kun ravintolakokit nappaavat valokeilan televisiossa ja muissa medioissa.

– Nuoria ei saada houkuteltua alalle, mikä vaikeuttaa resurssien riittävyyttä. Palmialla olemme löytäneet ratkaisuja arjen helpottamiseksi valmiiden raaka-aineiden

avulla. Esimerkiksi Atrian kypsennettyjen lihojen, perunatuotteiden ja valmiiksi pilkottujen kasvien avulla säästämme aikaa ja voimme taata tasalaatuisen lopputuloksen, Kivinen sanoo.

Valmiiden raaka-aineiden merkitys korostuu erityisesti kylmävalmistuksessa, jonka rooli ammattikeittiöissä kasvaa jatkuvasti.

– Ilman kypsää lihoja ja perunatuotteita kylmävalmistusmenetelmää ei olisi mahdollista edes käyttää.

Valmiiden komponenttien ansiosta keittiöön voidaan myös palkata vähemmän kokeneita työntekijöitä, kun työskentely ei vaadi yhtä paljon erityistaitoja.

– Raaka-aineen kypsäminen jää pois, mutta maustaminen ja muokkaaminen ovat edelleen kokin käsissä. Lopputulos voi olla juuri sellainen kuin haluat.

Uusia innovaatioita kotimaisista raaka-aineista

Ravitsemussuosituksot asettavat omat >

” *Kypsennettyjen lihojen, perunatuotteiden ja valmiiksi pilkottujen kasvien avulla säästämme aikaa ja voimme taata tasalaatuisen lopputuloksen.*

Tuotekehityspäällikkö Ville Kivinen

Makumaailmojen uudistaja

VILLE KIVINEN, Palmian ravintola- ja ruokapalveluiden tuotekehityspäällikkö

- Yli kymmenen vuoden kokemus tuotekehityksestä, muun muassa Espoo Cateringilta
- Intohimoinen reseptiikan uudistamisen edelläkävijä
- Voitti vuonna 2024 Ammattikeittiön tuotekehittäjä -sarjan PRO-palkinnon
- Nauttii uusiin raaka-aineisiin ja tuoteinnovaatioihin tutustumisesta
- Suosikkituotteet Atrialta: valmiiksi kypsennetyt kotimaiset lihat ja suikaleet sekä säräjuurekset



> haasteensa ammattikeittiöille. Kalaa ja kasviproteiineja tulisi olla ruokailuilla entistä enemmän.

– Haluaisin suosia enemmän esimerkiksi vastuullista kotimaista järvikalaa, mutta sitä ei ole oikein saatavilla sellaisessa muodossa, että se toimisi hyvin ammattikeittiöissä.

Myös muiden kotimaisten raaka-aineiden kehittäminen on tärkeää. Kivinen näkee, että kasvisruoan suosio voi tuoda tuotekehitykseen uusia mahdollisuuksia.

– Peruna on erinomainen kotimainen raaka-aine, jonka ympärillä voisi olla enemmänkin tuotekehitystä. Lisäksi vatsaystävälliset ja erilaisiin tuotantomenetel-

”

Peruna on erinomainen kotimainen raaka-aine, jonka ympärillä voisi olla enemmänkin tuotekehitystä.

Tuotekehityspäällikkö Ville Kivinen



miin soveltuvat kasviproteiinit ovat erittäin tervetullut lisä markkinoille.

Yhteistyöllä maistuvampaa kouluruokaa

Kivinen on omistautunut erityisesti kouluruoan parantamiselle tavoitteenaan ruoka, joka on vertaansa vailla koko Suomessa.

– Olisi hienoa, jos tulevaisuudessa kouluruoasta puhuttaessa tulisivat esiin hyvät kokemukset eikä ainaista kumiperunakeskustelua.

Kivinen korostaa, että kouluruoan kehityksessä ei pidä unohtaa asiakkaita. Nykyisin kodeissa syödään maustetumpaa ruokaa kuin ennen, ja myös kouluruoassa pitää olla makua.

Myös asiakaspalvelulla on suuri merkitys ruokailukokemuksessa. Kivinen tietää, että onnistunut keittiöarki rakentuu hyvän tiimin varaan.

– Mikään ei voita yhteen hiileen puhaltaa porukkaa, jonka tekemisestä paistaa ilo ja ylpeys omaa työtä kohtaan.

Kivinen korostaa yhteistyön merkitystä myös kumppaneiden kanssa.

– Kaikkea ei aina tarvitse keksiä itse. Uudet tuoteideat tulevat lähes aina yhteistyökumppaneilta. Näin tuotekehityksessä pääsee heti käsiksi uusiin raaka-aineisiin ja tuomaan ne asiakkaiden lautaselle.

KOLUMNINI

Kim Westerling



Kuva: Eero Korkko

Sataprosenttisesti kotimaista, sataprosenttista asiantuntemusta

Ammattikeittiöissä raaka-aineiden laatu ja toimitusvarmuus ovat kaiken perusta. Kiireen keskellä pitkälle esivalmistellut tuotteet vapauttavat aikaa ja tehostavat työskentelyä. Keittiö voi keskittyä siihen, missä kokit ovat parhaimmillaan: makujen luomiseen ja unohtumattomien ruokailuelämysten tarjoamiseen.

Atrialla uskomme, että innovaatioilla voidaan vastata nykypäivän tarpeisiin. Esimerkiksi hybridijauheliha yhdistää kasvi- ja lihaproteiinit ja tarjoaa näin maukkaan tavan

lisätä kasviksia ruokiin ravitsemussuositusten mukaisesti. Koululaisten suosikki makaronilaatikko valmistuu modernilla otteella säilyttäen tutun ja herkullisen makunsa.

Innovatiivisena ruokatalona katsomme aina eteenpäin. Hybridituotteiden lisäksi kehittelemme kala- ja kasvis- tuotteita, jotka vastaavat asiakkaidemme vastuullisuus- ja terveellisyysodotuksiin. Erityisen ylpeitä olemme järvikalasta valmistetusta muikkupihvistä, joka yhdistää ekologisuuden, kotimaisuuden ja hyvän maun.

Räätälöidyt ratkaisut eivät rajoitu pelkästään tuotteisiin. Meillä työskentelee ravintola-alan ammattilaisia, jotka tuntevat keittiöiden arjen ja auttavat asiakkaitamme löytämään juuri heidän tarpeisiinsa sopivat ratkaisut.

Toimitusvarmuus on asiakassuhteidemme kivijalka. Keittiöt voivat luottaa siihen, että käyttämämme liha on aina kotimaista ja Atrian tuotteet ovat laadukkaita. Ne ovat myös saatavilla silloin, kun niitä tarvitaan – ilman viivästyksiä ja yllätyksiä.

Emme tyydy vain vastaamaan nykyhetken tarpeisiin – me rakennamme tulevaisuutta. Yksi ylpeydenaiheistamme on 100 nuorta kokkia-koulutusohjelma, joka on pyörinyt jo 20 vuotta. Ohjelmassa tuemme nuoria kehittämään innovatiivista ja maukasta ruokaa sekä kannustamme heitä löytämään paikkansa ja sitoutumaan alalle.

Panostamme keittiöiden arjen sujuvuuteen. Tarjoamme sataprosenttisesti kotimaisia ruokaratkaisuja, joilla on sataprosenttinen toimitusvarmuus.

Kirjoittaja on Atria Foodservicen myyntijohtaja.

”

Uskomme, että innovaatioilla voidaan vastata nykypäivän tarpeisiin.

Kysimme kokemuksia viime vuodesta ja näkymiä tulevaan.

1. Mikä on ollut selvin muutos asiakkaiden käyttäytymisessä vuoden 2024 aikana?
2. Mitä on tulossa? Mikä on pinnalla vuonna 2025?

VALMISRUOKA, HINTA JA TERVEELLISET VALINNAT NÄKYVÄT KAUPASSA JA RAVINTOLASSA

Miltä vuosi 2024 näytti ruoka-alan ammattilaisten silmin? Entä mitä vuosi 2025 tuo tullessaan? Kilpailu kuluttajien vapaa-ajasta jatkuu kiivaana, ja ihmiset miettivät entistä enemmän, mitä syövät, uskovat ammattilaiset.



TUOMAS HYRSKY

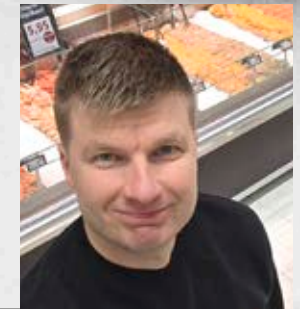
Keittiöpäällikkö
Ravintola Viides näyttämö,
Turun kaupunginteatteri



1. Meillä varmasti näkyvin muutos on ollut kasvaneet asiakasmäärät. Ihmiset ovat löytäneet meidän teatteriravintolan paremmin. Tämän eteen on toki tehty paljon töitä kuluneen kahden vuoden aikana. Selvästi näkyy myös se, miten ihmisten ruokailutottumukset ovat muuttuneet: nykyään kalaa ja vihanneksia syödään enemmän.
2. Uskon, että ihmiset kiinnittävät jatkossa enemmän huomiota siihen, mitä syövät. Kasviksien määrä ruokavaliossa jatkaa varmasti nousuaan. Ruoan puhtaus ja jäljitettävyyden tulevat myös olemaan varmasti isossa roolissa. Kotimaisen ja lähiruoan puolesta ei voi koskaan puhua liikaa, ja uskon, että ne myös korostuvat tulevaisuudessa entistä enemmän.

HARRI MATTINEN

kauppias
K-Citymarket Mikkeli



1. Siipikarjan myynnin osuuden nousu on ollut vahvaa. Valmisruoka kasvaa, ja siinä kaupan oma tekeminen on isossa roolissa. Palvelua ei kaivata enää niin paljon kuin ennen. Esimerkiksi pihviä menee nyt tiskistä valmiiksi pakattuna enemmän kuin ojennettuna. Tämä kertoo isosta kuluttajakäyttäjien muutoksesta. Inflaatio näkyy asiakkaiden käyttäytymisessä. Hinnan merkitys on iso, ja kampanjatuotteiden osuus kokonaisymyynnistä merkittävä. Tuntuu, että hinnan merkitys korostuu vaan koko ajan. Halvemman ruohonosat, broilerin suikaleet ja jauheliha liikkuvat. Verkkokauppa kasvaa, kotiinkuljetusten määrä on vähentynyt ja ihmiset ovat oppineet noutamaan ostoksensa lokerosta.
2. Ostovoima tuskin paranee merkittävästi tänä vuonna. Hinnan merkitys ja kilpailu vapaa-ajasta vaikuttavat paljon. Se näkyy niin, että kampanjavetoisuus jatkuu ensimmäisen vuosipuoliskon vahvana, ja verkkokauppapalveluiden ja kotitoimitusten rooli on edelleen iso. Pikatoimituspalveluiden, kuten Wolt ja Foodora, merkitys voi kasvaa. Luotan siihen, että oma tekeminen ja erilaistaminen kilpailijoista on vahvuus tänäkin vuonna. Ulkopuolisen regulaation vaikutus mietityttää: Miten makeisveron nousu vaikuttaa kuluttajakäyttäjien käyttäytymiseen? Toisaalta, kun suklaan hinta on noussut, oletus on, että suklaamakeisista siirrytään enemmän sokerimakeisiin. Ja viinien myynnin vapautumista odotan. Olisi iso asia, että saisi tarjota asiakkaalle laadukkaita juomatuotteita ruoan kylkeen kaupassa.



Teksti: Sofia Lind • Kuvat: Santeri Stenvall

UPEITA ELÄMYKSIÄ NUORTEN KOKKIEN POP UP -RAVINTOLOISSA

Atria 100 nuorta kokkia -koulutusohjelma huipentui tälläkin kertaa opiskelijoiden toteuttamiin pop up -ravintoloihin, joihin kiteytyivät koko koulutuksen opit.

Heti ensimmäisessä workshopissa Atria 100 nuorta kokkia -opiskelijat jaettiin arpomalla kolmeen joukkueeseen, ja arpa määräytti jokaiselle joukkueelle myös oman tutor chefin. Tiimit työstivät pop upejaan koko koulutusohjelman ajan, ja lopputuloksena Helsingissä nähtiin kolme toinen

toistaan upeampaa yhden päivän ajan toimintaa ravintolaa.

Itsekin koulutusohjelmassa aikoinaan opiskelijana ollut ravintoloitsija ja keittiömestari **Dani Hänninen** toimi tutorina nyt jo kolmatta kertaa. Katajanokalla Hännisen Wellamo-ravintolassa toiminut pop up

Luola sai vierailtaan kiitosta paitsi kauniista ja herkullisista annoksistaan, myös jokaista yksityiskohtaa myöten viimeistelystä kokonaisuudestaan aina henkilökunnan hiuskoristeista give away -marmeladeihin saakka.

BasBas Kulman keittiöpäällikkönä toimi-

” *Se, kuinka laajat mahdollisuudet ja vapaat kädet pop upin toteuttamiseen oli, pääsi yllättämään positiivisesti.*

van **Veera Valtosen** tutoroima joukkue lainasi BasBas Kulmaan avaamansa pop upin nimen japanilaisen mytologian puita suojelevalta hengiltä. Metsä maistui Suomea ja Japania taidokkaasti miksaavan pop up Kodaman menussa muun muassa havuina, sieninä ja mustikoina.

Sesonkijattelulla voittoon

Lisämausteen pop up -ravintolapäivään tuo se, että opiskelijat kilpailivat toteutuksillaan keskenään, ja parhaan pop upin tehnyt joukkue palkitaan. Kisan voitto meni tällä kertaa Le Anka -ravintolan operatiivisen johtajan ja keittiömestarin **Ilkka Lääverin** ohjauksessa työskennelleelle joukkueelle, johon kuuluivat projektipäällikkönä toiminut **Alisa Rautiainen**, **Helmi Lukkala**, **Miika Mustonen**, **Nemo Hämäläinen**, **Ronny Monto** sekä **Tuomas Turunen**.

Nuoret kokit olivat toki tietoisia koulutusohjelmaan kuuluvasta pop up -projektista jo mukaan hakiessaan. Se, kuinka laajat mahdollisuudet ja vapaat kädet pop upin toteuttamiseen oli, pääsi kuitenkin yllättämään positiivisesti.

– Haastavinta oli saada kaikki samalle sivulle itse kunkin ideoista, sekä miettiä kuinka saadaan luotua ravintolan puittei-

siin parhaiten sopiva kokonaisuus, muistellee Mustonen. Loppujen lopuksi pop upin kantavaksi teemaksi valikoitui vallitseva vuodenaika loistavine sesonkiraaka-aineineen. Syysteemaa kuvasti myös pop upin nimi Ruska.

Tartarista suklaakakkuun

Ruskan menun aloitti klassinen, nautaan paistista käsin leikattu tartar, johon mustatorvisienet toivat upeaa umamisuutta.

– Tartar oli minulle ehdoton ylpeydenaihe menussamme, kertoo projektipäällikkö Rautiainen.

Alkuruoka oli kuohkea, kanaliemeen keitetty kurpitsakeitto rapeiden perunalastujen ja savustetun smetan kanssa. Keiton ohella tarjoihin mehevää mallasleipää, jonka päälle sai sipaista palavana kynttilän pöytään tuotua ruskistettua voita.

Pääruoksi oli valittu rohkeasti nahallinen possunkylki, jonka kypsennyksessä oli onnistuttu täydellisesti superrapeaa nahkaa myöten. Ylikypsän possunkyljen kaverrina tarjoihin paahdettuja parmesaaniperunoita sekä raitajuurta. Jälkiruokana oli mokkaista suklaakakua sekä havuilla maustettua samettista jäätelöä. Jälkiruoaan kruunasi herkän akustinen kitaraesitys.

Uusia ystäviä ja huippumentori

Pari kuukautta kestäneen projektin aikana Ruska-joukkueen kuusi jäsentä hitsautuivat tiiviisti yhteen. He uskovat, että ystävyys kantaa tästä eteenpäinkin, ja yhteiset projektitkin kiinnostavat myös jatkossa.

Joukkueen mentorina toiminut Lääveri sai jokaiselta tiimiläiseltä vuolaat kiitokset. Hän osoitti suurta kiinnostusta joukkueen projektille sekä ohjasi ja opasti vahvalla ammattitaidollaan joukkuetta juuri sopivalla otteella antaen sille kuitenkin tilaa tehdä pop upista juuri omanlaisensa.

Palkinnoksi pop up -ravintoloiden välisen kilpailun voitosta Ruska-tiimin jäsenet tutor chefeineen saivat liput ravintola-alan Oscar-gaalaksiin kutsuttuun tammikuiseen Pro-gaalaan Finlandiatolalle. Palkintoon sisältyvät myös matkat Helsinkiin, hotellimajoitukset sekä Atria-seurueen omat etkot ravintola Toppassa.

➤ Lue lisää Atria 100 nuorta kokkia -koulutusohjelmasta osoitteessa atriaammattilaiset.fi/100nuortakokkia



Kai Gyllström on Elintarvike-teollisuusliiton hallituksen uusi puheenjohtaja

Atria Oyj:n toimitusjohtaja **Kai Gyllström** on aloittanut Elintarvike-teollisuusliitto ETL:n hallituksen puheenjohtajana vuoden alussa.

Gyllström muistuttaa, että ruoka-ala pystyy olemaan merkittävä talouskasvun vauhdittaja, työllistäähän se yli 300 000 suomalaista. Vastuullinen ja uudistuva ala vetää puoleensa nuoria, houkuttelee sijoittajia ja mahdollistaa investointeja.

– Suomalaisen elintarvike-teollisuuden kasvun vahvistamisessa meidän tulee löytää keinot kotimaisen ruoan kulutuksen edistämiseen ja toisaalta elintarvikkeiden viennin kasvattamiseen sekä alan kansainvälistymiseen. Toimialamme menestyksen varmistaminen edellyttää ennakoitavan ja kilpailukykyä tukevan sääntelyn kehittämistä niin Suomessa kuin Euroopassa. Kilpailukykyinen ja omavarainen ruokajärjestelmä ovat tärkeitä osa Suomen huoltovarmuutta, Gyllström sanoo.

ETL on Suomessa toimivien elintarvike-teollisuuden yritysten työmarkkina- ja elinkeinopoliittinen edunvalvoja. Liiton tehtävä on vaikuttaa alan toimintaympäristöön siten, että yrityksillä on mahdollisuudet menestyä Suomessa ja laajentua myös kansainvälisillä markkinoilla.



Uudet nuoret tuottajat atrialaisessa opissa

Atria 100 Nuorta Tuottajaa -koulutusohjelman toinen kausi käynnistyi syksyllä, ja mukaan valittiin yli kolmekymmentä tuottajaa. Koulutus jatkuu huhtikuulle 2025, ja sen jälkeen Atrialla on yli 70 koulutuksen käynnistä nuorta yrittäjää sika-, nauta- ja siipikarjailoilta eri puolilta Suomea.

Koulutusohjelman tavoitteena on tukea nuorten yrittäjyyttä suomalaisen ruoan tuottajina ja auttaa heitä menestymään toimintaympäristön muuttuessa. Koulutus parantaa tuottajien valmiuksia tehdä työtään vastuullisesti ja kannattavasti.

– Kiinnostus koulutusta kohtaan on ollut molempina vuosina suurta. Hakemuksista käy selkeästi ilmi se, että nuoret uskovat alaan, ovat innokkaita kouluttautumaan sekä kehittymään ja suunnittelevat investointeja. Sukupolvenvaihdoshalukkuutta tuntuu

olevan runsaasti, Atria Suomen kehitysjohtaja ja koulutusohjelmasta vastaava **Niina Immonen** kertoo.

– Nuoret tahtovat panostaa johtamistaitojen ja talousosaamisen kehittämiseen. Tämä kertoo mielestämme siitä, miten vakavasti uudet sukupolvet suhtautuvat maatalousyrittäjyyteen, joka on todellakin monipuolista ammattitaitoa ja erikoisosaamista vaativa yrittäjyyden ala.

Ensimmäiseen koulutusohjelmaan osallistuneet tuottajat ovat kokeneet verkostoitumisen tärkeäksi. Se tarjoaa mahdollisuuden jakaa kokemuksia ja oppia toisilta samanikäisiltä ja samanhenkisiltä ihmisiltä. Lisäksi koulutus tarjoaa uusia ideoita, näkökulmia ja tietoa siitä, mikä auttaa tilan kehittämässä ja tulevaisuuden suunnittelussa.



Lisää Laatu-lähettiläitä

Atrian Laatulähettiläiden joukko kasvoi tammikuussa reilulla 30 uudella henkilöllä. Ruohonjuuritason laatu on Atrialla suositua, ja se jatkuu nyt yli 50 Laatulähettilään voimin.

Laatulähettiläät tuovat laatuksustelun atrialaiseen arkeen kuuntelemalla ja keskustelemalla sekä lisäävät osastojen välistä viestintää.



Sähköä kattilasta

Atrian energiainfran yhteistyökumppani Nevel Oy toteuttaa kahden sähkökattilan ja 100 MWh:n lämpöakun investoinnin Atrian Nurmon tuotantolaitokselle. Sähkökattiloiden teho on yhteensä 20 MW. Hankkeen kokonaiskustannus on noin 7 miljoonaa euroa. Hankkeelle on myönnetty Euroopan unionin NextGenerationEU-rahoitusta. Investointi edistää Atrian tavoitetta hiilineutraalista ruokaketjusta ja pienentää merkittävästi Atrian oman toiminnan päästöjä.

Uudet sähkökattilat ja energiavarastona toimiva lämpöakku otetaan käyttöön Nurmon tuotantolaitoksessa vuoden 2025 lopussa,

mikä mahdollistaa entistä ympäristöystävällisemmän lämmöntuotannon.

– Tämä on meille hyvin merkityksellinen vastuullisuusteko. Uusien sähkökattiloiden myötä pystymme pienentämään merkittävästi fossiilisten polttoaineiden käyttöä ja edistämään hiilineutraalisuustavoitettamme. Sähkökattilat ja lämpöakku ovat osa strategiaamme pienentää hiilijalanjälkeä ja parantaa energiatehokkuutta. Nurmon tehtaassa lämmöntuotannon hiilidioksidipäästöt pienenevät yli 30 prosenttia, Atrian tuotanto- ja teknologiajohtaja **Reijo Äijö** sanoo.

TUOTEUUTUUKSIA

Sydämeistä sen tuntee

Atrian valikoimassa on yli 60 Sydänmerkki-tuotetta. Sydänmerkki on tae siitä, että tuote on omassa tuoteryhmässään parempi valinta suolan ja rasvan määrän suhteen. Jotta parempien valintojen tekeminen olisi jatkossa entistäkin helpompaa, Atrian Sydänmerkki-valikoima jatkaa kasvuun.

Vuonna 2025 Atrian kanatuotteista jo 46 kantaa Sydänmerkkiä. Monien tuttujen kanatuotteiden marinadit on muunnettu Sydänmerkki-kriteerit täyttäväksi suolaa vähentämällä – mausta kuitenkin tinkimättä. Pirteän uutuusmaun kanahyllyn tuo **Atria Kanan Fileesuikale Sitruuna & Pippuri**



300 g, joka sopii vaikkapa siirunapastan kaltaisiin raikkaisiin kevätherkkuihin.



Uudistettujen reseptien ansiosta nakkeja ostettaessa ei tarvitse enää huolehtia suolan määrästä. **Atria Rehti Kalkkunanakki Kevyt 5 %** löytyy jatkossa kauppojen hyllyiltä Sydänmerkin kera. Isom-

paan tarpeeseen kauppoihin tuodaan sydänmerkillinen Atria Rehti Hyvä Nakki reilussa 560 gramman pakkauksessa.

Terveellisyys ei rakennu vain yksittäisistä tuotevalinnoista, vaan tasapainoisesta kokonaisuudesta. Atria pyrkii tarjoamaan ravitsemuksellisesti tasapainoisia vaihtoehtoja, jotka tukevat hyvinvointia ilman kompromisseja maussa.

➤ Sydänmerkki-reseptejä löydät osoitteesta www.atria.fi/reseptit/ sydanmerkki-reseptit/



Biokaasua kuljetuksiin

Suomen ensimmäinen suuren mittakaavan nesteytetyn biokaasun tuotantolaitos nousee Nurmoon. Suomen Lantakaasu Oy ja Atria Suomi Oy ovat tehneet investointipäätöksen Nurmon Bioenergian biokaasulaitoksen rakentamisesta. Rakennustyöt Atrian Nurmon tuotantolaitoksen lähistöllä on aloitettu, ja laitoksen on määrä valmistua vuoden 2026 aikana.

Biokaasulaitos tuottaa uusiutuvaa kotimaista energiaa ja erityyppisiä biolannoitteita Etelä-Pohjanmaan alueen maatilojen lannasta sekä maatalouden ja elintarviketeollisuuden sivuvirroista. Valmistuttuaan laitoksen tuotantokapasiteetti on noin 100 gigawattituntia kestävästi tuotettua nesteytettyä biokaasua.

– Nurmon biokaasulaitos luo uusia mahdollisuuksia alueen maatilojen liiketoiminnan kehittämiseen ja sitä kautta tilojen kannattavuuden parantamiseen. Atrian kuljetuksia hoitava Tuoretie Oy siirtyy asteittain biokaasulla kulkevaan kalustoon elintarvik kuljetuksissa. Uusia biokaasuautoja lisätään 3–4 auton vuosivauhdilla tankkausverkoston ja huoltopalveluiden laajetessa. Tavoitteena on saada noin 10 miljoonan kilon hiilidioksidipäästövähennelmä vuoteen 2030 mennessä siirtymällä asteittain biokaasun käyttöön. Atrialaiselle arvoketjulle tämän hankkeen toteutuminen tarkoittaa hiilineutraalisuustavoitteemme edistymistä, Atria Suomen teollisista toiminnoista vastaava johtaja **Tauno Perälä** kertoo.

Nurmon laitoksen valmistuessa uusiutuvien polttoaineiden saatavuus raskaassa liikenteessä paranee. St1 on aloittanut oman nesteytetyn biokaasun (LBG) tankkausverkoston rakentamisen avaamalla hiljattain kaksi ensimmäistä tankkauspistettä raskaalle liikenteelle Mäntsälässä ja Iittalassa.

Suomen Lantakaasu on energiayhtiö St1:n ja elintarvikemyhtiö Valion yhteisyritys.



45 %

Atrian leivänpäällisten myynnistä vuonna 2024 oli Sydänmerkki-tuotteita.



Kanaa Kiinaan

Ensimmäiset toimitukset atrialaista kanaa aloittivat matkansa kohti Kiinaa vuodenvaihteessa.

Kiinaan toimitetaan kananjaljoja kymmenen kilon laatikoissa, suunnitelman mukaan pari konttia viikossa. Samoissa toimituksissa kulkee myös muita lihatuotteita. Sikatuotteita Atria on toimittanut Kiinaan jo vuosia.

Kahteen konttiin mahtuu yhteensä 50 000 kiloa kanan jalakoita pakastettuna. Kontit lähtevät Nurmosta rekalla Vuosaaren satamaan, jossa ne lastataan laivaan. Se kiertää turvallisuussyistä Etelä-Afrikan kärjen, ja on noin 50 päivän merimatkan jälkeen Shanghaiin satamassa. Sieltä matka jatkuu vielä kymmenisen päivää Jangtse-jokea pitkin sisämaahan.

Tuotteet päätyvät ravintolaketjuille ja suurille teollisuusasiakkaille.

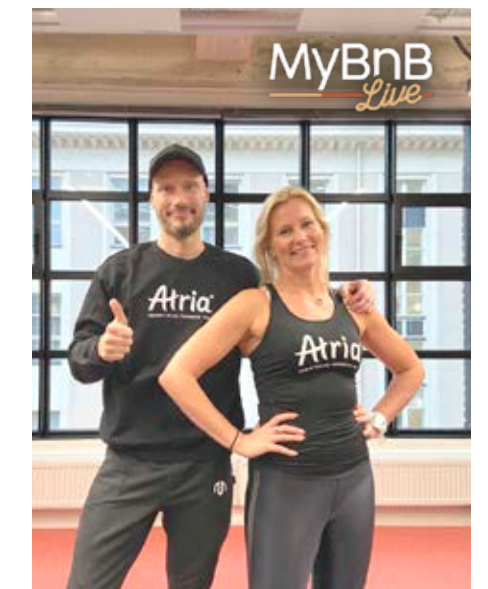
Atria Suomen lihaliiketoiminnan ja vienti- ja teollisuuskaupan johtaja **Markku Hirvijärvi** kertoo puhtauden olevan suomalaisten lihatuotteiden vientivaltti.

– Vähäinen antibioottien käyttö ja eläinten puhdas juomavesi ovat erikoisuuksia maailmalla. Asiakastutkimusten mukaan hyvä laatu myös maistuu, Hirvijärvi sanoo.

Atrian vientilupa Kiinaan sai sinettinsä lokakuuisella valtiovierailulla Pekingissä, jossa Kiinan viranomaiset ilmoittivat hyväksyvänsä Atrian siipikarjanlihan tuotantolaitoksen vientiä varten.

NIMITYSUUTISIA

• **Anu Ylinen** ja **Susanna Jaskari** on nimetty asiakasneuvottelijoiksi vähittäiskauppa-myyntiin. Heidän toimenkuvaansa kuuluvat myynti ja asiakaspalvelu nimettyihin asiakkuuksiin.



Atrian ja MyBnB Liven yhteistyön alkuaikojilta tutut Tiina Veijosen ja Kim Heroldin yhteis-treenit palaavat juhlavuoden kunniaksi ohjelmaan.

Kotitreenejä ja reseptivinkkejä jo viiden vuoden ajan

Atrian ja MyBnB Live -treeniyhteisön pidetty yhteistyö jatkuu jo viidettä vuotta. MyBnB Live on liikunnan ammattilaisten ylläpitämä maksuton treeniyhteisö. Sen ammattilaisten koostamat treenivinkit yhdistettynä Atrian terveellisiin ruokavinkkeihin tukevat terveellistä elämää. Atrian ja MyBnB Liven yhteistyöstä pääsee nauttimaan viikoittaisten kotitreeneiden kautta osoitteesta www.youtube.com/c/MyBnBLive



SITRUUKSISTA RAIKKAUTTA

Kevätalvi on sitrusten aikaa. Ne tuovat väriä tarjoiluun ja makua ruokaan, kukin omalla tavallaan. Anna veriappelsiinin raikastaa tai kirpakan greipin piristää. Muista myös sitruunan, appelsiinin ja klementtiinin kuoret! Pestyinä ja raastettuina ne tuovat oman makunsa erilaisiin annoksiin.

Ilman raastamista selviät käyttämällä sitruunalla ja pippurilla maustettuja kanan fileesuikaleita. Niistä sitruunainen pasta syntyy hetkessä!

Kanapasta sitruuna & pippuri

Kolmelle • valmistusaika 20 min

Raaka-aineet

- 250 g simpukkapastaa
- 1 pieni sipuli
- 1 valkosipulinkynsi
- 2 rkl voita tai öljyä
- 1 pkt Atria kanan fileesuikale sitruuna & pippuri 300 g
- 2 dl ruokakermaa
- ½ ruukkua tuoretta basilikaa
- 1 dl parmesaania lastuina
- pippuria myllystä

Valmistusohje

Laita pastavesi kiehumaan kattilaan ja mausta se suolalla. Kun vesi kiehuu, keitä pasta pakkauksen ohjeen mukaan. Valuta pasta ja säästä noin desi keitinvedestä. Samalla, kun pastavesi kiehuu ja pasta kypsyy, valmista kastike. Kuori ja hienonna sipulit.

Kuumenna voi tai öljy isolla pannulla. Kuullota sipuleita pari minuuttia. Lisää kanat ja kerma. Anna kiehua pari minuuttia.

Silppua basilikaa ja lisää se lopuksi kastikkeeseen. Pastan keitinvedellä voit säätää kastikkeen koostumusta sopivaksi.

Lisää lopuksi pastan päälle parmesaani ja rouhaise pippuria myllystä.



Teksti: Kaiku Oy / Noora Niemelä
Kuva: Juho Paavola

TUTUKSI

”Voin seistä sataprosenttisesti Atrian tuotteiden takana, ja siksi niistä on helppo puhua.”

Elina Pölkki

KOTIMAISEN RUOAN LÄHETILÄÄT

Atrian aluemyyntipäälliköt Niko Jourio ja Elina Pölkki eivät vain myy lihaa ja valmisruokia – he edistävät kotimaista ruokakulttuuria ja rakentavat kestäviä asiakassuhteita.

Niko Jouriota ja Elina Pölkkiä yhdistää samankaltainen urapolku: he ovat työskennelleet ruoan kanssa Citymarketissa ja siirtyneet sitten aluemyyntipäälliköiksi Atrialle. Samalla heille avautui mahdollisuus syventää rooliaan kotimaisen ruoan parissa ja laajentaa ammattitaitoaan.

Jourio vastaa Länsi-Uudenmaan aluemyyntipäällikkönä liha- ja siipikarjatuotteista Kesko-ketjun myymälöissä aina Vantaan Jumbosta Hangon K-Marketeihin. Pölkin vastuulla ovat valmisruoat, lihajalosteet ja delituotteet Itä-Uudellamaalla. Molempien työtehtäviin kuuluvat muun muassa asiakastapaamiset, tuote-esittelyt ja myyntikampanjoiden suunnittelu.

– Tehtävämme on varmistaa, että hyllyissä on kattava ja ajankohtainen valikoima Atrian tuotteita. Kohtaamiset asiakkaiden kanssa ovat työn suola. On hienoa antaa ideoita ja nähdä, kuinka asiakkaat kasvatavat myyntiään ja parantavat asiakastytäisyyttään tuellamme, Jourio kertoo.

Sesonkien hallinnan mestarit

Jourion ja Pölkin työn haasteet liittyvät etenkin sesonkien ennakoimiseen ja ajanhallintaan.

– Meidän tulee tarjota juuri oikeat tuotteet oikeaan aikaan. Kun asiakas tulee tutuksi, yhteistyö sujuu entistä tehokkaammin, Pölkki sanoo.

– Esimerkiksi joulun myyntityöt suunnitellaan kuukausia etukäteen, ja grillikautteen valmistautuminen alkaa heti alkuvuodesta. Sesongit vaativat hyvää ennakoitua – ja kun sesonki on kuumimmillaan, meidän tehtävämme on pysytellä pois tieltä, Jourio hymyilee.

Pölkki on työskennellyt aiemmin jaloste- jaainesosastojen vastuutehtävissä ja tuntee tuotteet ja sesonkien haasteet läpikotaisin. Jourio on toiminut lihamestarina ja lihaostovastaavana. He ovat opiskelleet liiketoimintaa ja syventäneet osaamistaan myös Keskon kaupallisissa koulutuksissa.

Siirtyminen Atrialle oli luonteva valinta, sillä kotimaisen ruokatalon hyvä maine ja

laadukkaat tuotteet puhuttelivat molempia.

– Voin seistä sataprosenttisesti Atrian tuotteiden takana, ja siksi niistä on helppo puhua, Pölkki sanoo.

Arvojen mukaista elämää

Myös Pölkin ja Jourion vapaa-aika kytkeytyy saumattomasti siihen, mitä he työssään arvostavat: yhteisöllisyyteen, luonnonläheisyyteen ja hyvinvointiin.

Atrian slogan ”Hyvä ruoka, parempi mieli” on heille elämänasenne, joka näkyy niin työssä kuin vapaa-ajalla.

– Hyvä ruoka tuo ihmisiä yhteen, ja perhe ja ystävät ovat minulle tärkeitä. Vapaa-aikani kuluu salitreenin ja lenkkeilyn parissa, ja ulkoilen paljon lapseni kanssa. Olen myös aktiivinen partiotoiminnassa ja osallistun vapaaehtoistyöhön, kuten ryhmien vetämiseen, Jourio kertoo.

– Minä taas rakastan vaeltamista, erityisesti Lapissa. Vietän paljon aikaa luonnossa, Pölkki sanoo.

Atria®

PERHETILOILTA VUODESTA 1903

PAREMPI VALINTA



HYVÄ MIELI

Jo yli 60 Sydänmerkki-tuotetta

