VIIKONVAIHDE

Lotan askelissa. Lottamuseon uusi näyttely seuraa lotan tarinaa sotia edeltävältä ajalta alkaen. Sivu 16

Rapeaa rouhetta. Vuoden kotimainen tähtituote sisältää paahdettua pellavansiementä ja mustikkaa. Sivu 19

Keräilyssä tehokkuutta. Täyden palvelun tukkuliike Kimmon vihannes investoi uusiin tiloihin ja tekniikkaan. sivu 18

Lastenruoka on meille keskeinen tuotealue. Haluamme olla suomalaisten kuluttajien ruokapöydässä vauvasta vaariin.

MARKKU VUORIKARI

”Puuroissa on tietoisesti haettu hieman karkeampaa suutuntumaa”, kertovat Tiina Vuorinen, Kirsti Nyberg ja Sami Ropponen maistelun lomassa.

KOMMENTTI

Euroissa pieni siivu, imagollisesti jättiasia

Lastenruokatuotannon myyminen ulkomaille 2000-luvun alussa oli Valiolta strateginen virhe.

Vaikka kyse ei miljoonissa euroissa ole kuin pienestä siivusta koko Valion toimintaa ja yritys ehti netota myynnistä mukavat 55 miljoonaa euroa, imagollisesti menetys on ollut suuri.

Jos yritys haluaa olla suomalaisten oma maitotalo vauvasta vaariin, äidinmaidonkorvike on ensimmäinen tuote, mistä kasvatus brändin käyttäjäksi aloitetaan.

Paluuta takaisin bisnekseen on mietitty kaikessa hiljaisuudessa. Ja nyt, kun tilaisuus koitti, Valio ottaa asiasta ilon irti. Kun suomalaiset perheet muutenkin miettivät lähiruoka-asioita ja lapsille halutaan tarjota mahdollisimman vähän teollisesti käsiteltyjä tuotteita, Valio iskee oikeaan rakoon.

Äidinmaidonkorvike kolkuttaa suomalaisten perheiden isänmaallisuuden tuntoa. Nyt ei puutu muuta kuin että Valio keksii alkaa valmistaa äidinmaidonkorvikkeen luomumaidosta. Sillä voisi yrittää jo maailmanvalloitusta.

STINA HAASO

Valio hyppää takaisin lastenruokakisaan

Kotimaista äidinmaidonkorviketta, valmispuuroja ja -vellejä saa kesäkuun alusta taas kaupoista. Moni kuluttaja on jo kaivannut kotimaista vaihtoehtoa, kun tuotanto päättyi Suomessa alkuvuodesta.

Valio aloittaa lastenruokatuotantonsa uudelleen. Turengin lastenruokatehdasta on viime kuukaudet kaikessa hiljaisuudessa käynnistelty, ja koeajoja on suoritettu. Reseptit on viilattu, ja mainoskampanja on valmiina.

Valio Tuuti -äidinmaidonkorvike ja -vierotusvalmiste sekä Valio Onni -puurot ja -vellit ilmestyvät kauppojen hyllyille kesäkuun alkupäiviin mennessä.

Tavoitteet ovat korkealla. Mikään muu kuin ykkössija ei kelpaa.

”Liiketaloudellinen tavoitteemme on hakea markkinajohtajuutta. Aiomme ottaa haltuumme 25–50 prosenttia markkinasta, jolloin puhutaan noin 10 miljoonan euron liikevaihdosta”, paljastaa tulosyksikön johtaja **Sami Nupponen** Valiolta.

Tavoite on kova, sillä Suomen lastenruokamarkkinoiden muut pelurit ovat kansainvälisiä jättiläisiä.

”Meille Valiolla lanseeraus on merkittävä ja Suomen mittakaavassa harvinainen. Tuomme kaupan hyllyihin yhtä aikaa 12 eri tuotetta.”

Tämä tarkoittaa, että markkinoinnilla on kovat paineet.

Henkilökunnan aito ilo

Ihan sattumalta Valio ei päättänyt lastenruokatehdastaan uudelleen käynnistää.

”Kotimainen äidinmaidonkorvike sekä puurot ja vellit ovat meille kunniaasia. Tämä on jo yrityksen imagollekin tärkeä markkina”, tietää tehtaanjohtaja **Kirsti Nyberg** Valion Turengin tehtaalta.

”Olemme kuunnelleet kuluttajia ja ravitsemusalan ammattilaisia. Teemme jatkuvaa tuotekehitystä ja mietimme kovasti mitä juuri suomalaiset vanhemmat haluavat lapsilleen tarjota”, pohtii brändipäällikkö **Tiina Vuorinen** Valiolta.

Kun Turengin tehtaan työntekijöille kerrottiin oman lastenruuan valmistuksen käynnistämisestä, väki puhkesi spontaaneihin taputuksiin ja ilon hyrinään.

”Poika tulee kotiin!” iloitsee pakkauskoneen hoitaja **Minna Kuusisto** viritellessään Valio Onni -vellien kartonkipakkausrullaa koneeseen paikoilleen.

Valio Onni -tuotesarjan nimen myötä henkilökunta on ristinyt lastenruokatuotannon kotoisasti pojaksi.

Vuosikymmenten kokemus

Lastenruoka ja äidinmaidonkorvikkeet ovat Valiolle jo vanha tuttu tuoteryhmä vuosikymmenten takaa.

”Vuonna 1973 Valio toi ensimmäisenä markkinoille UHT-tekniikalla valmistetun käyttövalmiin äidinmaitokorvikkeen”, kertoo Kirsti Nyberg.

Mukana kotimaisen lastenruuan kehittämisessä oli siihen aikaan muun muassa **Arvo Ylppö**.

Ensimmäinen valmisvelli saatiin markkinoille 80-luvun puolivälissä.

”Se oli yksi kautta aikojen suosituimmista tuotteistamme, kauravelli, jota alamme valmistaa uudelleen.”

Tetrapakkauksiin pakatut puurot tuotiin markkinoille 90-luvulla.

Takaisin kehään

Vuonna 2004 Valio myi lastenruokaliiketoiminnan silloiselle Numicolle, joka myöhemmin päätyi Danonen alaisuuteen nimellä Nutricia Baby. Äidinmaidonkorvikkeiden, puurojen ja vellien valmistus jatkui yhteistyösopimuksella aina 29.2.2012 asti Valion Turengin tehtaalla.

Yhteistyö kuitenkin päättyi, kun Valio ei halunnut uusia sopimusta. Nutricia Baby siirsi tuotannon ulkomaisille tehtailleen. Nutricia Babyn mukaan Valio sai alun perin 55 miljoonaa euroa lastenruokaliiketoiminnan myynnistä.

”Päätös oli silloisen strategian mukainen, ja nyt tilanne on arvioitu uudelleen”, Sami Nupponen kommentoi.

Ajatus omasta tuotannosta alkoi kypsyä taustalla pikku hiljaa.

”Halusimme takaisin peliin mukaan. Lastenruoka on meille yrityksenä keskeinen tuotealue. Me haluamme olla suomalaisten kuluttajien ruokapöydässä vauvasta vaariin.”

”Kun samaan aikaan olimme kehittäneet uudenlaista tekniikkaa, jota saatamme nyt hyödyntää tuotannossa, meillä on tuotteisiin aivan uudenlaista sisältöä.”

Testaajina valiovauvat

Koska kyse on täysin uusista tuotteista, niitä on testattu aidoilla kuluttajilla eli vauvoilla.

”Jonkunhan niitä on täytynyt testata. Meidän valiolaisten omat vauvat, valiovauvat, ovat testanneet tuotteita niiden koko kehittelyn ajan”, Nupponen paljastaa.

Testaukseen ovat osallistuneet myös muut perheenjäsenet.

”Tuolta linjalta otettu lämmin puuro maistuu kyllä aikuisellekin”, vakuuttaa Nyberg.

STINA HAASO

1-vuotias Heta pääsee koemaistamaan Valio Onni -puuroa. Uudennäköinen purkki kiinnostaa.

Meidän valiolaisten omat vauvat, valiovauvat, ovat testanneet tuotteita niiden koko kehittelyn ajan.

Äidinmaidonkorvike tuoreesta maidosta

Äidinmaidonkorvikkeen valmistus kokee murroksen, kun Valio Tuuti tuodaan kesäkuun alussa markkinoille.

”Olemme kehittäneet pitkään erilaisia suodatustekniikoita. Nyt pystymme valmistamaan äidinmaidonkorviketta tuoreesta maidosta vanhan jauheen sijaan”, kertoo tulosyksikön johtaja **Sami Nupponen** Valiolta.

Suomalaisen tuoreen maidon käyttö vähentää korvikkeen teollista käsittelymatkaa huomattavasti.

”Proteiinin koostumus tulee suoraan maidosta. Sitä ei ole teknisesti muunneltu.”

Valiolla uskotaankin kuluttajien arvostavan tuoreen maidon käyttöä.

”Vaikka mitään tutkimustietoa sen paremmuudesta tai huonommuudesta ei ole, moni perhe varmasti arvostaa sitä, että maidon teollista käsittelymäärää on saatu vähennettyä.”

STINA HAASO

Maussa tai koostumuksessa ei ainakaan ole valittamista. Koko satsi häviää hetkessä herkkuna suuhun.