# UUTISET

Hedelmällisen vuorovaikutuksen aikaansaamiseksi brändien tulee tuntea kohdeyleisönsä ja puhutella juuri heitä. **TOIMITUSJOHTAJA JARI LÄHDEVUORI, KURIO**

## Työtaistelu iskee myös Maaseudun Tulevaisuuteen

### Maanantain lehti ilmestyy varmasti

Toimittajien käynnistämällä työtaistelulla voi olla vaikutuksia myös Maaseudun Tulevaisuuden ilmestymiseen.

Suomen Journalistiliitto on neuvotellut toimittajien työehtosopimuksista työnantajia edustavan Viestinnän keskusliiton kanssa.

Suurimmat kiistanaiheet ovat liittyneet palkankorotuksiin, lomien pituuteen sekä työnantajapuolen ehdotukseen poistaa tekstimainontakielto toimittajien työehtosopimuksesta.

Reilun viikon ajan neuvotteluja on käyty valtakunnansovittelija **Esa Longan** johdolla.

Jos osapuolet eivät pääse sopuun, toimittajien lakko alkaa tänään perjantaina iltapäivällä. Lakko koskee vain kuusi tai seitsemän kertaa viikossa ilmestyviä sanomalehtiä. Toisin sanottuna ensi maanantain Maaseudun Tulevaisuus ilmestyy joka tapauksessa normaalisti.

**Supistetussa muodossa**

Viestinnän keskusliitto on kuitenkin ilmoittanut aloittavansa työsulun ensi maanantaina kello 13, jos työehdoista ei päästä siihenkään mennessä sopuun.

Työsulku koskisi myös Maaseudun Tulevaisuuden toimittajia. Ainoastaan toimituksen päälliköt jäisivät töihin. Myöskään lehden taittajat eivät kuulu Journalistiliittoon eivätkä olisi siten työsulun piirissä.

Tarkoitus on, että lehti ilmestyisi supistetussa muodossa myös työsulun aikana. Kaikki paperilehdessä julkaistu sisältö siirretään lakosta tai työsulusta huolimatta sähköiseen lukulautaversioon.

”Pyrimme siihen, että Maaseudun Tulevaisuus ilmestyy ensi viikolla sekä keskiviikkona että perjantaina”, päätoimittaja **Lauri Kontro** kertoo.

Jos kuitenkin käy niin, että paperilehti ei työsulun takia ilmesty, uutisia julkaistaan lehden verkkosivuilla osoitteessa *www.maaseuduntulevaisuus.fi*.

”Toivottavasti lakko voidaan välttää. Jos se pääsee puhkeamaan, menetykset ovat todella suuria. Työselkkaus iskee myös Maaseudun Tulevaisuuden kannattavuuteen pahasti”, Kontro toteaa.

Tämän lehden mennessä painoon neuvottelujen onnistumisesta ei ollut vielä tietoa.

Osapuolet kokoontuvat tänään perjantaina päättämään, suostuvatko ne valtakunnansovittelijan mahdollisesti jättämään sovintoesitykseen.

**HELI VIRTANEN**

## Liitot eivät myisi Altiaa

Ammattiliitto Pro, Maa- ja metsätaloustuottajain keskusliitto MTK ja Suomen Elintarviketyöläisten Liitto SEL vastustavat valtion aikeita myydä kokonaan tai osittain alkoholijuomayhtiö Altia.

Altia on sataprosenttisesti valtion omistama yhtiö, joka valmistaa ja myy alkoholijuomia Pohjoismaissa ja Baltiassa. Altia valmistaa myös teollisuusetanolia, entsyymejä ja rehuraaka-aineita.

”Toisin kuin valtion lisätalousarvioesityksessä todetaan, valtiolla on edelleen vahvat strategiset syyt omistaa Altia”, liitot toteavat tiedotteessa.

Valtion omistus on liittojen mukaan paras tapa varmistaa, että Altian tuotanto ja sen tarjoamat työpaikat säilyvät Suomessa ja että tuotteet valmistetaan jatkossakin kotimaisista raaka-aineista.

Koko kotimainen alkoholiteollisuuden tuotantoketju viljelijästä Alkon myyjään työllistää useita tuhansia ihmisiä.

MTK, Pro ja SEL vetoavat hallitukseen ja eduskuntaan kotimaisen työn ja alkutuotannon puolesta: valtio ei saa luopua Altian omistuksesta ja yhtiön toimintojen kehittämiseen on sitouduttava nimenomaan Suomessa.

**MT**

## Facebook vahvistaa mielikuvia ruuasta

Myönteiset mielikuvat joistain ruokamerkeistä saavat Facebookissa entisestään vahvistusta. Silti sosiaalisen median kampanjat eivät ainakaan toistaiseksi välttämättä edistä myyntiä, kertoo Facebook-kävijöiden kesken tehty selvitys.

Elintarvikepäivä 2013 -seminaarissa esiteltiin viime viikon lopulla haastattelututkimus, jonka mukaan yli puolet suomalaisista kuluttajista uskoo ruokamerkkien näkymisen Facebookissa voivan vaikuttaa myönteisesti ostopäätöksiin. 15 prosenttia kertoo sieltä saamansa tiedon varmasti vaikuttaneen heidän ostoihinsa.

Kyselyn ovat tehneet viestintätoimisto Soprano Communications ja digitaalisen markkinoinnin ajatushautomo Kurio. Siihen vastasi 1 226 suomalaista Facebookin-käyttäjää, jotka tykkäävät ainakin yhdestä elintarvikemerkistä.

Tutkimuksen tehneiden yritysten mukaan sosiaalisessa mediassa on tilaa erottautumiselle ja sitouttamiselle viihdyttävien kilpailujen sijaan. Valtaosa vastaajista ilmoittaa nimittäin pitävänsä valikoidusti vain muutamasta elintarvikebrändistä, ja jopa 60 prosenttia heistä ilmoittaa suosittelevansa tykkäämänsä brändin tuotteita eteenpäin ystävilleen.

Kurion toimitusjohtaja **Jari Lähdevuori** kannustaa elintarvikeyrityksiä tutustumaan paremmin tykkääjiensä taustoihin ja toimintatapoihin.

“Elintarvikebrändien fanikunta on keskimääräistä alemmin koulutettua. Hedelmällisen vuorovaikutuksen aikaansaamiseksi brändien tulee tuntea kohdeyleisönsä ja puhutella juuri heitä.”

**KAIJALEENA RUNSTEN**


**TAKAISINVETO**

**Felix Abba vetää Grandiosa Superiore for Meat Lovers 350 g ja Grandiosa Kebab 310 g kiviuunipizzaa pois markkinoilta**

**Elintarviketurvallisuusvirasto Evira edellyttää, että kaikki hollantilaisen Willy Selten B.V. / Wiljo Import en Export B.V. -yrityksen toimittama naudanliha ja siitä valmistetut tuotteet vedetään pois myynnistä varotoimenpiteenä. Tuotteiden liharaaka-aineen jäljitettävyydessä on havaittu puutteita ja osa lihaeristä saattaa sisältää hevosenlihaa. Kaikkien kyseistä lihaa tuotteissaan käyttäneiden yritysten tulee vetää tuotteet myynnistä.**

**Eviran ohjeiden mukaisesti, Felix Abba vetää alla mainitut pizzaerät pois markkinoilta.**

**Takaisinveto koskee ainoastaan alla mainittuja eriä, ei muilla päiväyksillä olevia eikä muita Grandiosa-tuotteita. Felix Abballa on korkeat vaatimukset tavarantoimittajien suhteen ja yhteistyö kyseisen tavarantoimittajan kanssa on lopetettu.**

**Seuraavat valmistuserät vedetään pois markkinoilta:**

| Tuotenimi / EAN 7310240171853 | Parasta ennen päiväys |
|---|---|
| Grandiosa Superiore for Meat Lovers 350 g | 20.05.2013 |
| Grandiosa Superiore for Meat Lovers 350 g | 12.07.2013 |
| Tuotenimi / EAN 7310240071764 | Parasta ennen päiväys |
| Grandiosa Kebab kiviuunipizza 310 g | 03.06.2013 |

Jälleenmyyjiä on ohjeistettu poistamaan tuotteet välittömästi myynnistä. Kuluttajat voivat palauttaa virheellisen tuotteen lähimpään tuotetta myyvään vähittäiskauppaan.

Lisätietoja antaa kuluttajapalvelumme puh. 020 785 4100 (arkisin klo 09:00-12:00) tai kaupallinen johtaja Ami Wardi puh. 020 785 4004.

Felix Abba pahoittelee kuluttajille aiheutunutta vaivaa.

Felix Abba Oy Ab


# Suomalaisluomun kannattaisi valloittaa Pietari

Venäjän luomumarkkinat ovat vasta muodostumassa, mutta kasvavat vauhdilla.

Lännen sijaan suomalaisten luomuviejien kannattaisi keskittyä Venäjään ja erityisesti Pietariin, kannustaa toimitusjohtaja **Erkki Pöytäniemi** Organic Food Finland Oy:stä.

Venäjän luomumarkkinoiden arvo oli viime vuonna 115 miljoonaa euroa. Kasvuvauhti on noin 15 prosenttia vuodessa, Pöytäniemi arvioi Pro Luomun luomuvientiä käsitelleessä seminaarissa torstaina Helsingissä.

Pöytäniemi muistutti, että luomumarkkinat eivät ole kehittyneet missään ilman vahvaa kotimaista tuotantoa. Hän kehottikin suomalaisia olemaan mukana venäläisten luomumarkkinoiden kehittämisessä eikä vain seuraamaan vierestä.

Suomalaisen luomun vahvuudet ovat maantiede, elintarvikkeidemme hyvä maine sekä Suomi-imagon ja luomuimagon yhteensopivuus.

Kysyntää olisi etenkin luomumaito- ja -tuoretuotteille.

Helpoiten Venäjän markkinoille pääsisivät suuret yritykset, joilla on jo vientiä Venäjälle. Pk-yritysten tie voisi kulkea Venäjällä toimivien suurten suomalaisten kauppaketjujen kautta.

JOHANNA KANNASMAA

Porvoolainen Makulaku on löytänyt paikkansa markkinoilta erilaisuudella. Tomas Holmström keittää lakritsaa.

**Vienti muutamien käsissä**

Suomesta viedään luomua alle 10 miljoonalla eurolla vuodessa. Tärkeimmät vientimaat ovat Tanska, Ruotsi, Saksa ja Ranska.

Vaikka luomutuotteita myy ulkomaille noin 60 suomalaisyritystä, 4–5 yritystä vastaa suurimmasta osasta vientiä.

Jatkuva pula raaka-aineista jarruttaa vientiä ja sen kasvua. Eniten viedään kauraa ja siitä jalostettuja tuotteita.

Viljan ja myllytuotteiden viennin onnistumisen on tähän saakka taannut hyvä hinta-laatusuhde. Hintaetu on menetetty, joten jatkossa pitää saada uusia ja erilaisia tuotteita, Pöytäniemi sanoo. ”Meidän helmasyntimme on, että olemme liian kalliita”, Pöytäniemi tiivistää yhden tärkeimmistä viennin hidasteista.

Luomuna tarvittaisiin lisää viljaa, tuoretuotteita, marjoja ja kotieläintuotteita. ”Marjat ovat lunastamaton lupaus.”

**Sadan miljoonan potti**

Pöytäniemen laskelmien mukaan Suomen luomuvienti voisi vuodessa olla jopa sata miljoonaa euroa, josta puolet olisi maitotuotteita. Luomuviljaa ja -viljatuotteita voitaisiin myydä 15–16 miljoonalla ja luomulihatuotteita 14 miljoonalla eurolla. Luomukananmunien, -marjojen ja -vihannesten vienti voisi olla yhteensä 10 miljoonaa euroa.

Kauppaketjujen kautta olisi mahdollista kerryttää 10 miljoonan euron vientipotti.

**MAIJA ALA-SIURUA**

## Tulppana tulli ja sertifioinnin vaikeus

Tullimuodollisuudet ja vaikea venäläinen sertifiointi hidastavat suomalaisten luomutuotteiden pääsyä Venäjän markkinoille, kertoo Prisma Venäjän kehitysjohtaja **Marita Koskinen**.

Venäjällä luomu luetaan ekologisesti puhtaaksi tuotteeksi. Kyseessä on vapaaehtoinen sertifikaatti, joka ei kuulu tullausasiakirjoihin.

Sertifioijia on useita ja tarkastuksen jälkeen on oikeutettu käyttämään jotain monista ekomerkeistä, kuten Eko Test Plus ja ekologinen tuote.

Venäläinen kuluttaja niputtaa luomun herkästi yhteen terveellisyyden tai puhtauden kanssa. Hän haluaa tietää, miksi tuote on parempi kuin joku toinen. Luomua pitää esitellä myymälöissä, pelkkä ilmestyminen hyllyyn ei riitä, Koskinen painotti luomun vientiä käsitelleessä seminaarissa torstaina Helsingissä.

Hinta on tärkeä ostoperuste, Koskinen muistuttaa.

Logistiikan ongelmat on otettava huomioon luomuviennissä. Tullimuodollisuudet saattavat joskus venyä niin, että tuoretuotteille jää vain muutama päivä myyntiaikaa.

”Tomaattirekka voi seisoa rajalla puolitoista vuorokautta.”

**MAIJA ALA-SIURUA**

# Ammattitaidon SM-kisoissa ei ole kyse vain milleistä

**JOENSUU (MT)**

Millinkin mittavirhe saattoi viedä pisteitä nuorten ammattitaidon SM-kisoissa Taitaja-tapahtumassa Joensuussa. Vaikka kyse oli kilpailusta, välittyi tuomareiden, kilpailijoiden ja tukijoukkojen hyvä fiilis.

”Tarjoilija, keitossani on kärpänen!”

Taitaja 2013 -tapahtumassa ei yhdenkään kokin tai kondiittorin annoksessa ollut moitteen sijaa, saati kärpästä. Päinvastoin, jälki oli erinomaista.

**Asiakaspalvelu vahvuutena**

Myös palvelu oli erinomaista, siitä piti huolen muun muassa 3. vuoden tarjoilijaopiskelija **Lauri Blomqvist** ravintolakoulu Perhosta Helsingistä.

”Minua kannustettiin kilpailemaan”, kertoo Blomqvist. Tarjoilijoiden kilpailutehtäviin kuului kolmen päivän aikana muun muassa viinilistan tulkintaa, juomien sekoittamista, juhlaillallisen tarjoilu ja servettien taittelua.

”Oma vahvuuteni on asiakaspalvelu.”

Taitavalla tarjoilijalla on vientiä ja Blomqvistinkin piti rajoittaa työntekoa, jotta hän sai opinnot valmiiksi.

”Kilpailumenestys ei ratkaise sitä, kuinka kiinnostuneita työnantajat ovat. Osallistuminen on tärkeämpää, se kertoo, että on kiinnostunut alasta.”

**Sentin heitto liikaa**

Taitaja-lajeista viherrakentaminen toteutettiin ihan oikealla rakennustyömaalla. ”Rakennamme Joensuun kaupungille viheraluetta, joka koostuu kuudesta oleskelualueesta”, kertoo lajivastaava **Renne Sänisalmi** Kainuun ammattiopistosta.

Kilpailijat työskentelevät työpareina ja heidän työstään arvioitiin muun muassa mittatarkkuutta sekä visuaalisuutta. ”Sentinkin heitto mitoissa on liikaa.”

Viherrakentamisen opintojen pariin kaivataan lisää poikia. ”Kyse on ennen muuta tekniikka- ja kestävyyslajista, joka on vuosien saatossa muuttunut koko ajan teknisemmäksi.”

**Anna-Liisa Pyökkilehto** on toisen vuoden viherrakentamisen opiskelija Keuda ammattiopistosta Keski-Uudeltamaalta Saaren kartanon toimipisteestä. Hän kiinnostui alasta sen luonnonläheisyyden ja fyysisyyden takia.

”Työn kausiluonteisuus on ongelma ja olenkin ajatellut opiskella toisen ammatin tilanteen parantamiseksi.”

**SARI PENTTINEN**

JAAKKO KILPIÄINEN

Viherrakentamisessa kilpailleen Anna-Liisa Pyökkilehdon kilpailutehtäviin kuului muun muassa noppakivien asentaminen.

## Ammattitaitokilpailuilla hyvä noste

**JOENSUU (MT)**

Yli 400 nuorta 40 eri alalta kilpaili ammattitaidon suomenmestaruuksista tällä viikolla Joensuussa Taitaja 2013 -kilpailussa.

”Ammattitaitokilpailuilla on hyvä noste ja esimerkiksi yhteistyökumppaneita oli helppo saada mukaan”, kertoo kilpailujohtaja **Anne Karppinen** Pohjois-Karjalan koulutuskuntayhtymästä.

Koulutuskuntayhtymä oppilaitoksineen oli kilpailun järjestäjä tänä vuonna.

Oppilaitosten lisäksi mukana on 350 kumppania ja 24 pääyhteistyökumppania. ”Tapahtumalla on 4,2 miljoonan euron budjetti. Siitä noin puolet on esimerkiksi yritysten ja yhteisöjen työpanosta, tuotelahjoituksia ja tarvikelainoja”, kertoo Karppinen.

**Lähes 2 000 yritti**

SM-kisaa edelsivät semifinaalit, joihin osallistui ennätysmäärä opiskelijoita, yhteensä 1940 nuorta. ”Kisoihin osallistuminen vaatii myös opettajilta heittäytymistä”, muistuttaa Karppinen.

Kilpailu houkuttelee paikalle myös työnantajia. Karppisen mukaan parhaimpia osaajia pyydetään töihin. ”Meillä oli kilpailun ajan avoinna rekrytointipiste, missä oli saatavilla kilpailijoiden yhteystiedot.”

Taitaja 2013 -kilpailun kanssa samanaikaisesti järjestettiin Taitaja Plus -kilpailu erityistä tukea tarvitseville nuorille ja Taitaja 9 yhdeksäsluokkalaisille koululaisille.

Ensimmäisen kerran ammattitaidon SM-kisa järjestettiin Suomessa vuonna 1989, silloin osallistujia oli 30. Joensuussa kilpailu on järjestetty aiemmin vuonna 2007.

Kilpailun tulokset löytyvät internetistä tapahtuman kotisivuilta osoitteesta *www.taitaja2013.fi*.

**SARI PENTTINEN**