MAATALOUS

Suomessa viljeltyjä kasviksia ei merkittävissä määrin viedä ulkomaille. **AKTUAARI ANNA-KAISA JAAKKONEN, LUONNONVARAKESKUS**

Albert Grotenfelt omistaa puolet Famifarmista, joka viljelee muun muassa lollo rossoa.

Tu Minh Cuong tarkastaa salaattikerän.

Irina Evseeva (edessä) ja Kateryna Derbenko istuttavat tilliä entistä isompiin ruukkuihin.

Suomalaiset ruukkuvihannekset versovat kuluttajien toiveista

Ihmiset haluavat ruuanlaittoon kätevyyttä ja helppoutta. Tähän toiveeseen ruukussa kasvava salaatti tai yrtti vastaa hyvin.

JOROINEN (MT)

Kotimaisten ruukkuvihannesten viljelijän on kuljettava maailmalla reissaavan suomalaisen jalanjäljissä tai jopa askeleen edellä, koska kotikeittiössään suomalainen haluaa kokea ja maistaa matkan elämykset uudestaan.

Toteuttaakseen halunsa hän menee kauppaan etsimään yrttejä ja salaatteja.

Tähän kysyntään viljelijän on vastattava, mikäli mielii menestyä.

”Kuluttajan toiveet sanelevat, mitä me viljelemme”, sanoo **Albert Grotenfelt**. Hän omistaa puoliksi sisarensa kanssa Famifarm Oy:n, joka viljelee maamme kattavinta valikoimaa ruukkusalaatteja ja -yrttejä. Niitä myydään Järvikylä-tuotemerkillä.

Ideoita pitää olla myös omasta takaa.

”Aasia on oikea aarreaitta, koska siellä kasviksia on aina käytetty monipuolisesti, ja yrttien valikoima on valtava”, jatkaa toimitusjohtaja **Jukka Pehkonen**. Kaikki maanosan kasvit eivät menesty Suomessa, mutta joukossa on tännekin sopivia.

Lähiruuan suosio ja halu tietää ruuan alkuperä ovat merkittäviä ruukkuvihannesten kysynnän nousukiidon kasvualustoja. Tämän trendin Grotenfelt uskoo jatkuvan.

”Kehityksen taustalla on kaupunkilaisten kaipuu juurilleen.”

Myös television lukuista kokkiohjelmat vaikuttavat ruukkuvihannesten menekkiin.

Kauppa osaa asiansa

Grotenfelt painottaa laadun merkitystä. Mikään kasvi ei myy, jos sen ulkonäkö ja maku eivät ole kohdallaan.

Ruukkuvihannes on herkkä tuoretuote, jonka tuotantoketjun kasvihuoneesta kaupan kautta keittiöön pitää toimia niin paukkupakkasilla kuin helteellä. ”Esimerkiksi basilika on arka kylmälle.”

Kuluttajien käsitys ruukkuvihanneksista perustuu pitkälti kaupan hedelmä- ja vihannestiskien tarjontaan. Lurpahtaneet kasvikset eivät mene kaupaksi.

Grotenfeltin mielestä kaupoissa osataan pääosin käsitellä ruukkuvihanneksia oikein.

Myymälän osaamisesta on kiinni, että siellä osataan arvioida tuotteiden menekin ja tilata niitä oikean määrän. Näin varmistetaan, että tuotteet kiertävät nopeasti.

Minttu ei maistu pääsiäisen jälkeen

Ajoittaminen aiheuttaa joskus pulmia myös viljelijälle.

Pääsiäinen ja joulu ovat ruukkuvihannesten sesonkeja, joten siemeniä on osattava kylvää oikeaan aikaan ja riittävästi.

Pääsiäinen on erityisesti mintun kulta-aikaa. Jos se valmistuu viikon liian myöhään, sitä ei juuri osteta. Viikko liian aikaisin on sekin ongelma, mutta ei aivan myöhästymisen veroinen, Pehkonen kertoo.

Sää lisää pääsiäisen tavarantoimitukseen vaikeutta sen mukaan, osuvatko pyhät maaliskuun alkuun vai vasta huhtikuulle.

Toisaalta pääsiäinen on joulua helpompi, koska pääsiäisen viikonpäivät ovat aina samat eli tavaraa toimitetaan kauppoihin aina samaan aikaan.

Toiveena kompostoituva ruukku

Tulevaisuudessakin ruukkuvihanneksia tuotetaan vesiviljelyn keinoin, mutta automatiikka käytetään entistä enemmän, Pehkonen arvioi.

Ledvalot saattavat muuttaa tuotantoa niin, että kasvit viljellään kasvihuoneiden sijaan umpinaisissa halleissa ilman luonnonvaloa. Neljän vuodenajan Suomessa tämä auttaisi tasaisten kasvuolosuhteiden luomisessa.

Jos automatiikan ja valaistuksen uudet ratkaisut ovat kaukana, biohajoava ruukku odottaa kulman takana.

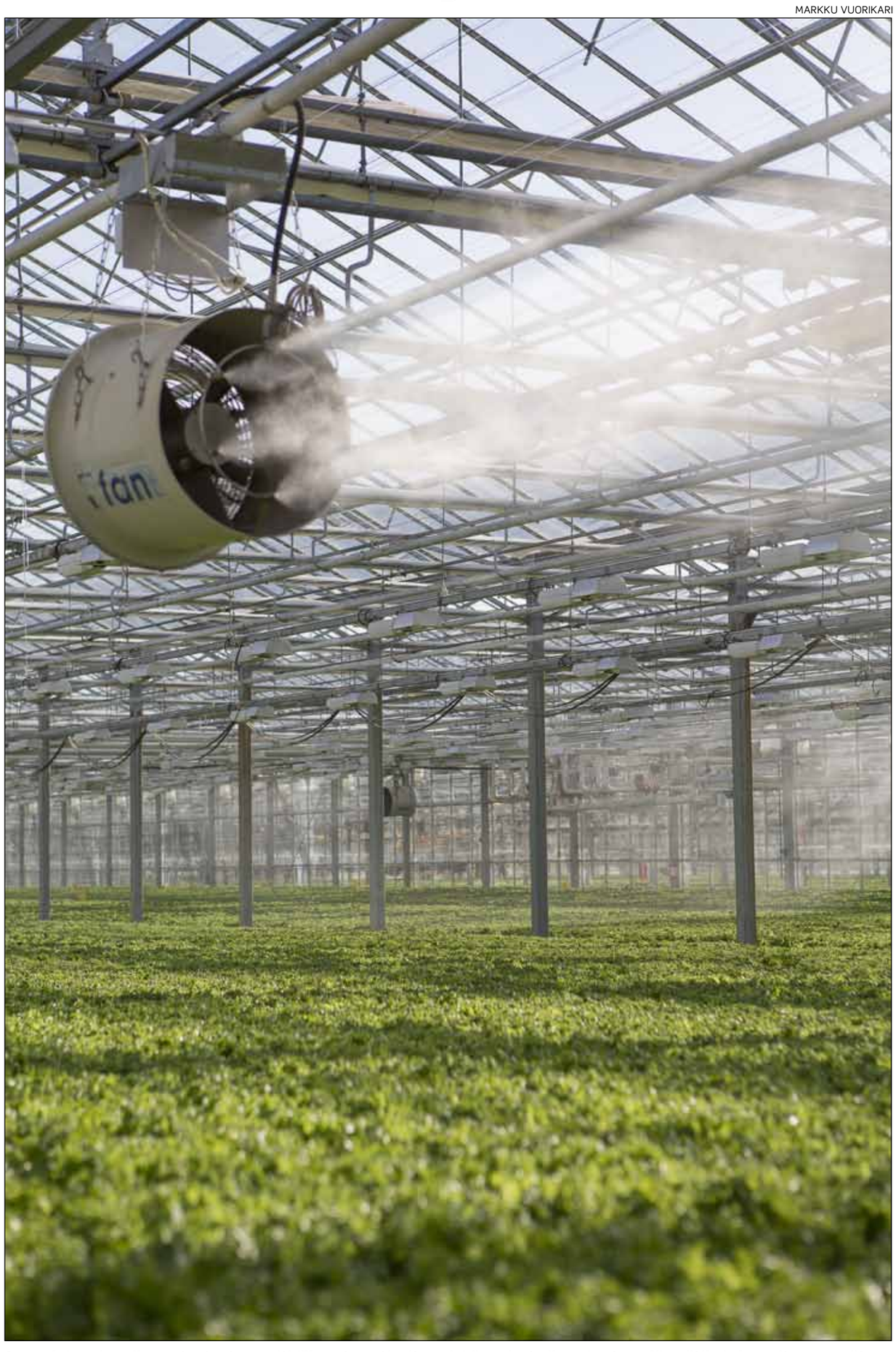
Jo nyt on olemassa ruukkuja, jotka kompostoituvat, mutta vaativat hajotakseen niin korkeita lämpötiloja, että siihen päästään ainoastaan teollisissa laitoksissa, Pehkonen kertoo.

Lisäksi nämä ruukut on usein valmistettu öljypohjaisesta materiaalista.

”Se ei ole aidosti luonnossa biohajoava. Harras toive on, että myös kompostissa maatuva ruukku kehitetään.”

MAIJA ALA-SIURUA

MARKKU VUORIKARI



Suomalainen kasvihuonetuotanto on pitkälle automatisoitu, minkä ansiosta ilmankosteus, lämpötila ja lannoitus pysyvät kasvien kannalta ihanteellisina.

Ruukkuvihannesten tuotanto kasvihuoneessa

Lähde: Luke puutarhatilastot

MT	Yritysten määrä		Kasvihuoneala, 1000 m²		Sato, miljoonaa kpl		Sato yhteensä	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014		
Salaatit	55	62	244	270	76,6	84,6	96,9 milj. kpl	108,1 milj. kpl
Tilli	39	32	16	16	5,8	6,2		
Persilja	42	32	10	11	3,2	3,4		
Basilika	31	30	8	11	3,5	5,3		
Muut	35	30	22	26	7,9	8,6		
Yhteensä	**74**	**82**	**299**	**331**	**96,9**	**108,1**	v. 2013	v. 2014

Ennätysmäärä salaatteja ja yrttejä

Ruukkuvihannesten tuotanto jatkaa kasvuaan vuodesta toiseen Viime vuonna viljeltiin ennätykselliset 108 miljoonaa ruukkuvihannesta, joista 85 miljoonaa oli salaattia.

”Suuri osa ruukkusalaatista myydään ilman ruukkua, leikattuna ja pussitettuna”, kertoo aktuaari **Anna-Kaisa Jaakkonen** Luonnonvarakeskuksesta (Luke).

Viime vuonna kasvihuoneissa tuotettiin satoa 83 miljoonaa kiloa, josta tomaattia oli 40 miljoonaa ja kurkkua 38 miljoonaa kiloa, ilmenee tuoreista puutarhatilastoista.

Puutarhayritysten määrä väheni viime vuonna, mutta puutarhatuotannon kokonaisala kasvoi.

Vihannestuotanto kasvaa

Vihanneksia tuotettiin avomaalta ja kasvihuoneista entistä enemmän. Avomaavihanneksia viljeltiin 186 ja kasvihuonevihanneksia 83 miljoonaa kiloa.

”Suomessa viljeltyjä kasviksia ei merkittävässä määrin viedä ulkomaille, joten tuotanto kilpailee tuonnin kanssa”, Jaakkonen sanoo.

Pinta-alallisesti tarhaherne oli merkittävin avomaavihannes, mutta porkkana on sadon määrällä mitattuna tärkein. Viime vuonna sitä korjattiin ennätykselliset 74 miljoonaa kiloa.

Kaikkiaan avomaanvihanneksia tuotettiin 186 miljoonaa kiloa.

Kesä- ja sipulikukat kukoistavat

Koristekasvien, erityisesti leikkojen, viljely kuihtuu kuihtumistaan.

Tilalle ovat tulleet sipulikukat, joita hyödettiin viime vuonna 64 miljoonaa kappaletta. Tärkein on tulppaani, jonka määrä oli 59 miljoonaa kappaletta.

Kesäkukkien tuotannossa on havaittavissa pientä hiipumista, Jaakkonen kertoo.

MAIJA ALA-SIURUA

Farmari-lehti
pe 26.6.2015

Farmari-lehden jättipainos 100 000 kpl!

Leikattu tabloid-kokoinen **Farmari-lehti** käsittelee laajasti **2.-4. heinäkuuta Joensuussa järjestettävää Farmari 2015 -näyttelyä.** Farmari-lehden sisällöstä vastaavat Maaseudun Tulevaisuuden ammattitaitoiset toimittajat.

Laadukkaitten juttujen lisäksi lehdestä löytyvät tapahtuman näytteilleasettajat, kartat, uutuudet sekä muu lukijoita ja näyttelyvieraita kiinnostava näyttelyinfo.

Farmari-lehden painos- ja jakelumäärä on ruhtinaalliset 100 000 kappaletta, joista 20 000 jaetaan Joensuun seudun metsänomistajille Maaseudun Tulevaisuuden liitteenä **perjantaina 26. kesäkuuta.**

Maaseudun Tulevaisuuden peruspainoksen mitattu lukijamäärä on 336 000, jota alueellinen lisäjakelu kasvattaa vielä tuntuvasti. **Lehti on jaossa myös Farmari-näyttelyssä.**

KMT 2014

Aineistopäivä 10.6.
Varauspäivä 5.6.

Varaukset:
Maaseudun Tulevaisuuden ilmoitusmyynti
p. 020 413 2321 tai
ilmoitus@maaseuduntulevaisuus.fi

ILMOITUSKOOT	HINNAT/4-väri
1/1 sivu (236 x 310 mm)	5 960 €
1/2 sivu (236 x 150 mm)	3 280 €
Taka-, 2- ja 3-kansi (236 x 310 mm)	6 820 €
2/1 sivu (496 x 310 mm)	11 450 €

MUUT KOOT	MV	4-väri
pmm	2,90 €	4,50 €

PALSTALEVEYDET:
1 palsta 44 mm, 2 palstaa 92 mm, 3 palstaa 140 mm, 4 palstaa 188 mm, 5 palstaa 236 mm

FARMARI JOENSUU 2.-4.7.2015

MAASEUDUN TULEVAISUUS