

001	06	12	18	24	30	36	42	48	54	60	66	72	78	84	90	96	100	
0	2	4	6	8	10	11	13	15	17	19	21	23	25	27	29	31	33	35

UUTISET

Ruokavientiin pyydettäväissä miljoonien EU-tuet

Suomesta puuttuu yhteistyötä, jotta vienti saisi vauhtia.

.....

Elintarvikevienti ei ole enää rahasta kiinni. EU myöntää ensi vuodeksi 111 miljoonaa euroa menekinedistämisrahaa ja muutaman vuoden kuluttua jo 200 miljoonaa euroa vuodessa.

Summaa ei ole jaettu jäsenmaiden kesken, vaan nopeat syövät hitaat.

Suomalaiset ovat toteuttaneet EU-rahoitteisia tiedotus- ja menekkiohjelmia lähinnä kotimaassa. Maailmalle menoon on haettu hävettävän heikosti ilmaista vientirahaa.

”EU:n vientitukea on käyttänyt viimeksi yli 10 vuotta sitten Kaurayhdistys kauran viennissä Venäjälle. Paljon enemmän voisi hakea. Esimerkiksi Italia, Ranska ja Tanska ovat tässä hyviä”, sanoo Maaseutuviraston ylitarkastaja **Eveliina Viitanen**.

Tanska edistää EU:n menekki-rahalla sianlihansa vientiä Kiinaan ja Portugali riisiin vientiä lastenruokien raaka-aineeksi.

Hakemukset toimitetaan jatkossa suoraan Brysseliin, ja ohjelmien summat ovat yleensä 0,5–5 miljoonaa euroa.

Uusi järjestelmä kohdentaa rahaa nimenomaan EU:n ulkopuolelle suuntautuvaan menekinedistämiseen.

Tähän saakka menekkirahaa on annettu myös tiedotukseen kotimaassa, ja sitä ovat käyttäneet esimerkiksi Maito ja terveys ry ja Lihatiedotus.

Nyt kannattaa hakea

Nimisuojauksesta on hyötyä. Sen ja alkuperän voi mainita viennissä. EU:n sisämarkkinoille tarkoitetusta menekkirahasta osa on jatkossa varattu vain nimisuojatuotteille.

Nimisuojauksia kannattaisikin hakea lisää. Tällä hetkellä suojattuja suomalaistuotteita on vain kymmenen.

”Nekin ovat lähinnä marginaalituotteita, joilla ei ole kansantaloudellista merkitystä viennissä. Ei messuille mennä pelkällä karjalanpiirakalla, koska tuotemäärät eivät riitä isompaan vientiin”, sanoo maa- ja metsätalusministeriön ylitarkastaja **Petri Koskela**.

Parhaiten vienti lähtisi vetämään ja EU-rahaa saataisiin hyödynnettyä, jos Suomessa tehtäisiin yhteistyötä, Koskela katsoo.

EIJA MANSIKKAMÄKI



Jorma Käkälä pyytää itse ja ostaa Kitkan viisasta noin kymmeneltä koillismaalaiselta kalastajalta.

NIMISUOJA

EU suojaa ruuan alkuperää kolmella merkillä

Nimisuojattuja tuotteita on EU:ssa 1 200, suurimpina ryhminä juustot, hedelmät ja vihannekset, liha ja oliiviöljyt.

Suomalaista tuotteista suoja on kymmenellä.

Nimisuoja on kolmenlaista.

■ **Suojattu alkuperänimitys** SAN viidellä suomalaistuotteella:

Lapin puikula
Lapin poron liha
Lapin poron kuivaliha
Lapin poron kylmäsavuliha
Kitkan viisas

Tuotteen koko tuotantoketju on samalta alueelta.

■ **Suojattu maantieteellinen merkintä** SMM kahdella:

Kainuun rönttönen
Puruveden muikku

Tuote on peräisin edes osin tietyltä alueelta.

■ **Aito perinteinen tuote** APT-suojaus kolmella:

sahti
kalakukko
karjalanpiirakka

Suojaan valmistustavan, mutta ei alkuperää eli voidaan valmistaa missä vain.

Merkin käyttö on ilmaista. Sitä voi hyödyntää esimerkiksi viennin ja matkailun yhteydessä.

Suojausta voi hakea järjestö tai yhteenliittymä, mutta ei yksittäinen yritys. Suojauksen saaminen kestää ainakin vuoden.

Euroopassa nimisuojattujen tuotteiden hinta oli 70 prosenttia tavanomaisia korkeampi vuonna 2012.

Suojattuja tuotteita valmistavia yrityksiä voi hakea sivustolta [www.aitojamakuja.fi](#)

”Pitäisi olla taho, joka kokoaisi yhteen yrityksiä ja tuoteperheitä, hakisi tukia ja panostaisi vientiponnisteluihin. Yleishyödyllisenä se voisi hakea nimisuojausta esimerkiksi kauralle, metsämustikalle tai saunapalvikinkulle.”

Kauppa ei maksa lisää

Kuusamolainen Kitkan Herkku Oy pyytää ja purkittaa muikkua, Kitkan viisasta, jolla on EU:n alkuperänimisuoja. Toimitusjohtaja **Jorma Käkälä** pitää merkkiä hyvänä lisänä tunnetun kalan myynnissä.

”Se kertoo suomalaisille, että kysymyksessä on juuri Koillismaan kala, puhdas luonto ja kirkaat vedet. Vientiin ei näin pieni yritys yksin pysty.”

Kaavailtu vienti Venäjälle tysäsi samaan aikaan pystytettyyn vientikieltoon.

Kotimaassa alkuperämerkki ei tuo Käkelän mukaan lisää hintaa.

”Toivon, että vähittäiskauppa ymmärtäisi paremmin suomalaisen ruokatuotannon haasteellisuuden, pitäisi omat katteensa järkevinä ja maksaisi tuottajille paremman hinnan.”

Lihatalot yhteistyöhön

Suomalaisen saunapalvikinkun viennissä voisi tukeutua esimerkiksi Lihatiedotuksen vetovastuuseen, mutta hyödyn saisivat kaikki lihatalot. Niiden yhteistyö viennissä on ollut muutoin melko vähäistä.

Suomalaisia ovat riivanneet muutenkin kateus, keskinäinen kilpailu ja ”ei kai ny meidän ruokia kukaan osta” -asenne.

Koskelan mielestä myös Pohjoismaat voisivat tehdä yhteistyötä esimerkiksi luonnontuotteiden viennissä.

”Nythän niitä poimivat Suomessa ulkomaalaiset. Ne viedään sellaisenaan ulkomaille, eikä meille jää edes jalostusarvoa. Merkkejä voisi käyttää myös matkailussa, sillä eurooppalaiset tunnistavat nimisuojamerkit hyvin.”

Helsingin yliopiston Ruralia-instituutin erikoissuunnittelija **Marjo Särkkä-Tirkkonen** rakentaisi nimisuojan varaan suomalaisen luottamustarinan: meillä on puhdas vesi ja luonto, hyvä hygienia ja eläintenhoito ja pidämme sanamme.

”Ja Portugalissa kuulin juuri, että viljelijät saavat yhteisen markkinointiyrityksen kautta paremman neuvotteluaseman hinnoista ja lisäksi vielä mahdolliset osingot.”



”Kun minulla on nämä ammattikalastajan vehkeet, käyn kalassa aina kun mahdollista. On ihan sielunhoitoa, kun pääsee järvelle”, Ala-Kitkalla kalastava Kitkan Herkun toimitusjohtaja Jorma Käkälä sanoo. Muikun lisäksi saaliiksi saadaan usein myös siikaa, ahventa ja haukea. Koko saalis päätyy ruuaksi.

Suojaa brändisi, jos mielit lähteä maailmanmarkkinoille

Uskaltaako Kiinaan viedä kauniisti pullotettua pohjoisia liköörejä?

Entä priimakauraa tyylikäissä pussukoissa? Design-lasia? Puuta? Pelejä? Vaatteita? Osaamista? Tai yhtään mitään, jos ne vaikka väärennetään ja maineemme pilataan?

Huoli ei ole turha. Ulkomisteriön pari vuotta sitten tekemän selvityksen mukaan peräti seitsemän prosenttia suomalaisyritysten ulkomailla kohtaanista kaupanesteistä liittyi tavaramerkkien tai tuotteiden kopiointiin tai muihin aineettomien eli immateriaalioikeuksien (IPR) rikkomuksiin.

Usein kysymys on Kiinasta ja Venäjästä, kertoo aihepiiriin erikoistuneen lakitoimisto Kol-

sterin IPR-lakimies **Jani Kaulo**.

Rikkomukset ovat lisääntyneet niiden todellisen kasvun, yritysten paremman tarkkaavaisuuden sekä sen vuoksi, että aineettomien oikeuksien merkitys yritysten liiketoiminnassa on kasvanut.

Isot hoitavat asiansa

Kaulon mukaan isot suomalaisyritykset hoitavat IPR-asiansa melko hyvin, mutta monilta pienemmiltä puuttuu järjestelmällisyys.

Mikään vientiyritys tai tehokkainkaan vientimies ei kuitenkaan pysty seuraamaan esimerkiksi Kiinan markkinoita niin tarkasti, että huomaisi kaikkien suomalaismerkkien väärinkäytön.

Kaulo neuvookin hoitamaan suojaukset ennalta ja kattavasti kuntoon.

”Jos kiinnostusta herättävää tuotetta ei ole suojattu, sitä aletaan mitä todennäköisimmin väärentää tai kopioida. Suojaus, kuten rekisteröinti, ei sitä estä, mutta se antaa mahdollisuuden reagoida juridisiin keinoin.”

”Kysymys on brändistä ja erottautumisesta. Elintarvikeissa IPR-suojaus tarkoittaa yleensä kolmea asiaa: nimisuojan, tavaramerkin eli tuotteen nimen ja logon sekä mallisuojan eli pakkauksen muodon suojaamista. Myös maahantuojat arvostavat suojattuja tuotteita.”

Jälkeenpäin rekisteröinnin saaminen on vaikeaa, jos tuote on jo päässyt levitykseen ja joku

» Jos kiinnostavaa tuotetta ei ole suojattu, sitä aletaan mitä todennäköisimmin väärentää tai kopioida.

muu on ehtinyt hakea rekisteröintiä ensin.

Myös kiinankielinen versio

Oikeuksia voi suojata monella tavoin. Tuotteessa voi olla jotakin patentoitavaa. Brändiä voidaan suojata mallioikeudella, tavaramerkillä tai verkkotunnuksella.

Hyödyllisyysmalli on patent-

tia kevyempi ja nopeampi suojaustapa.

Tarkkana pitää olla, sillä esimerkiksi tavaramerkin rekisteröintiä pitäisi hakea täsmälleen sille sanan tai logon muodolle ja värille, jota aiotaan käyttää. Pienikin ero rekisteröidyn ja käytetyn tavaramerkin välillä voi johtaa rekisteröinnin menettämiseen.

Kiinassa kannattaa suojata myös tuotemerkin kiinankielinen ja Venäjällä kyrillinen versio.

Tavaramerkin rekisteröinnin voi hoitaa kolmella tavalla. Kalleinta on tehdä se kansallisesti erikseen kussakin kohdemaassa. EU-maissa suositeltavampaa on hakea suojaus EU:n laajuisesti yhdellä hakemuksella ja

vielä laajemmin kansainvälisen järjestelmän kautta.

EU-tavaramerkkirekisteröinnin saa nopeimmillaan muuttamassa kuukaudessa ja se maksaa Kaulon mukaan reilun tuhat euroa asiamiehen palkkioineen.

Kiinassa tavaramerkkihakemuksen käsittely saattoi kestää aiemmin parikin vuotta, mutta viime vuonna voimaan tuli uusi laki, jonka on määrä nopeuttaa käsittelyaikoja.

Kauppaneuvotteluihin kannattaa mennä oman ehdotuksen kanssa, sopia heti aluksi salaspäidosta ja kirjata kaikki mahdollinen ylös. Riitatilanteissa tutkitaan kirjallisia sopimuksia.

EIJA MANSIKKAMÄKI

Lisää asiasta seuraavalla sivulla.



Mustikalle haetaan nimisuoja

Yksi tulevista EU:n nimisuoja-tuotteista voi olla suomalainen metsämustikka. Mustikalle on hakenut suojattua maantieteellistä merkintää luonnontuotejärjestö Arktiset Aromit ry.

Mustikka olisi EU:n yli tuhannen nimisuojatun tuotteen joukossa ensimmäinen luonnonmarja.

”Tavoitteena on saada suomalainen metsämustikka erottumaan maailmalla pensasmustikasta. Sitä viljellään lähinnä Pohjois-Amerikassa 540 miljoona kiloa, ja meidän mustikkaamme ostetaan vain seitsemän miljoonaa kiloa”, sanoo Arktiset Aromit ry:n toiminnanjohtaja **Simo Moisio**.

Metsämustikka on jäänyt pensasmustikan varjoon, vaikka se on ravitsemuksellisesti paljon arvokkaampi. Ero ei ole kuluttajillekaan selvä, sillä pensasmustikan englanninkielinen nimi on harhaanjohtavasti blueberry ja metsämustikan bilberry.

Moision mukaan Suomi on valmis tukemaan Ruotsia, jos ruotsalaismustikalle päädyttäisiin hakemaan vastaavaa suojaa.

EIJA MANSIKKAMÄKI



”Käyttöä lähinnä viennissä”

Pohjois-Karjalassa Nurmeksessä ja Lieksassa toimivan Porokylän leipomon suurin yksittäistuote ovat karjalanpiirakat. Osassa piirakoiden myyntipakauksia on myös EU:n sinikeltainen Aito perinteinen tuote-nimisuojamerkki (APT).

Toimitusjohtaja **Timo Väänäsen** mukaan merkillä ei juuri ole merkitystä Suomessa, jossa sekä tuote että leipomo tunnetaan.

”Mutta viennissä voisi hyvinkin olla. Karjalanpiirakka saattaisi olla hyvä vientituote. Missä vain niitä maistatetaan, ne viedään käsistä.”

Porokylän leipomo ei vielä vie piirakoita mutta on Food from Finland -vientiohjelman ”esikouluvaiheessa” eli käynyt kotimaan kurssin viennistä Tšekkiin.

Väänäsen mukaan tähtäimessä on ennen kaikkea gluteenittomien leipomusten vienti. ”Siinä samassa menisi karjalanpiirakoita ja muutakin.”

APT-merkki ei rajaa tuotetta maantieteellisesti vaan sitä voi valmistaa perinteisin menoin missä vain.

”En pelkää kilpailua”, Väänänen tuumii suosikin tuotannon aloittamisesta muissa maissa.

EIJA MANSIKKAMÄKI