

Lähiuokataapahtuman suunnittelu ja toteutus - Esimerkkinä Laurea Leppävaara



Kuivanen, Heini

Laurea-ammattikorkeakoulu
Laurea Leppävaara

**Lähiuokatapahtuman suunnittelu ja toteutus -
Esimerkkinä Laurea Leppävaara**

Kuivanen, Heini
Palvelujen tuottamisen ja
johtamisen koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Syyskuu, 2011

Kuivanen, Heini

Lähiuokatapahtuman suunnittelu ja toteutus - Esimerkkinä Laurea Leppävaara

Vuosi 2011 Sivumäärä 55

Opinnäytetyön tavoitteena oli suunnitella ja toteuttaa lähiuokatapahtuma Laurea Leppävaarassa syksyllä 2009 sekä luoda malli lähiuokatapahtumalle. Toteutetun lähiuokatapahtuman tavoitteena oli herättää keskustelua lähiuosta ja sen käytön mahdollisuuksista. Opinnäytetyö oli toiminnallinen ja sen toimeksiantajana toimi Laurea Leppävaara.

Opinnäytetyön teoriaosuus käsittelee tapahtuman suunnittelua ja toteutusta, lähiuokaa sekä toiminnallista opinnäytetyötä. Tapahtuman järjestämistä koskevassa osassa käydään läpi tapahtuman järjestämiseen liittyvät vaiheet aina suunnitteluvaiheen alusta tapahtuman toteutukseen ja purkuun. Lähiuokaa käsittelevässä teoreettisessa keskustelussa avataan lähiuolan määritelmiä, ominaisuuksia ja tuotantoa Suomessa sekä lähiuolan mahdollisuuksia ammattikeittiössä ostajan näkökulmasta.

Opinnäytetyön toiminnallisessa osassa käsitellään Laurea Leppävaarassa syksyllä 2009 järjestettyä lähiuokatapahtumaa. Lähiuokatapahtuma järjestettiin ensimmäistä kertaa. Luvussa käsitellään Laurea Leppävaaraa organisaationa sekä lähiuokatapahtuman suunnittelua, toteutusta ja jälkitoimia. Lähiuokatapahtuman aikana jaettiin palautelomake, jolla osallistuneilta kerättiin palautetta tapahtuman onnistumisesta.

Laurea Leppävaaran pyrkimys on tehdä lähiuokatapahtumasta vuosittain toistuva opiskelijalähtöinen tapahtuma. Opinnäytetyön tavoitteena on luoda malli lähiuokatapahtumalle ja pyrkiä kehittämään vuoden 2009 toteutusta. Opinnäytetyön johtopäätöksissä annetaan erilaisia ehdotuksia vuoden 2009 toteutuksen parantamiseksi.

Kuivanen, Heini

Event Management and Implementation of Sustainable and Local Food Event - Case Laurea Leppävaara

Year	2011	Pages	55
------	------	-------	----

The purpose of this thesis was to create a local food event at Laurea Leppävaara in fall 2009. The local food event aimed to raise discussion about local food and its possibilities in daily use. The thesis is an action study and it was commissioned by Laurea Leppävaara.

The theoretical section of this thesis deals with the planning and execution of the event, local food and the implemented action study. The stages from beginning the planning to the execution and dismantling of the event are depicted. In the section regarding local food, definitions and properties of local food as well as its production in Finland and its possibilities in a professional kitchen from the perspective of a buyer are reviewed as well.

The empirical section of the thesis covers the local food event held at Laurea Leppävaara in fall 2009. The event was held for the first time. This section of the thesis deals with Laurea Leppävaara as an organization and the planning, execution and processing of the local food event. A feedback form was delivered to the participants to define the success of the event.

Laurea Leppävaara aims to make the local food event a yearly student accomplished event. This thesis aims to create a model for the event and to improve the execution from year 2009 onwards. Ideas for enhancing the event are presented as a conclusion in this thesis.

Key words event implementation, event marketing, local food

Sisällys

1	Johdanto.....	7
1.1	Opinnäytetyön taustaa	7
1.2	Opinnäytetyön pää- ja alaongelmat	7
1.3	Keskeiset käsitteet.....	8
1.4	Aikaisemmat tutkimukset.....	9
1.5	Toiminnallinen opinnäytetyö.....	11
2	Lähiaruoka	11
2.1	Kestävä kehitys ja ekologinen ruoantuotanto.....	11
2.2	Lähiaruon määritelmä	12
2.3	Lähiaruon ominaisuudet.....	13
2.4	Lähiaruoka ja luomu	14
2.5	Lähiaruon tuotanto Suomessa.....	15
2.6	Lähiaruoka ammattikeittiössä	16
2.7	Valtakunnallinen lähiaruokaviikko	17
3	Tapahtuman järjestäminen prosessina	17
3.1	Tapahtuman suunnittelu	18
3.1.1	Tavoite	18
3.1.2	Paikka, ajankohta ja kesto.....	19
3.1.3	Tapahtumalajit ja budjetti	20
3.1.4	Kohderyhmät	21
3.1.5	Lupa- ja ilmoitusasiat	22
3.1.6	Turvallisuus	23
3.2	Tapahtuman markkinointiviestintä.....	23
3.3	Tapahtuman toteutus	25
3.4	Jälkimarkkinointi	26
4	Lähiaruokaviikko Laurea Leppävaarassa 2009	26
4.1	Laurea Leppävaara	26
4.2	BarLaurea.....	27
4.3	Toiminta	27
4.3.1	Henkilöstö.....	28
4.3.2	Lähiaruoka BarLaureassa.....	28
4.4	Lähiaruokaviikon suunnittelu	29
4.4.1	Tavoite	30
4.4.2	Tapahtumat ja aikataulu	30
4.4.3	Kohderyhmät ja yhteistyökumppanit.....	31
4.5	Toteutus	31
4.5.1	Tapahtumat ja aikataulu	32

4.5.2	Yhteistyökumppanit	32
4.5.3	Viestintä.....	33
4.5.4	Lähiaruoka BarLaureassa.....	34
4.5.5	Palaute ja osallistujien parannusehdotukset	34
4.5.6	Tapahtuman palautteen yhteenveto ja johtopäätökset	36
4.5.7	Jälkitoimet.....	37
5	Ehdotuksia lähiruokaviikon toteutukseksi	37
6	Pohdinta	40
	Lähteet	41
	Taulukot	44
	Liitteet.....	45

1 Johdanto

Tässä luvussa tarkastellaan opinnäytetyön taustaa ja pää- ja alaongelmia. Luvussa avataan myös opinnäytetyön keskeisimpiä käsitteitä sekä tutustutaan aikaisempiin opinnäytetöihin samoista aiheista.

1.1 Opinnäytetyön taustaa

Opinnäytetyön aihe lähti liikkeelle Laurea Leppävaaran tiloissa toimivan opiskelijaravintola BarLaurean esimiesten toimeksiannosta. Opinnäytetyön tavoitteena on luoda valtakunnallisia lähiruokaviikkoja muistuttava, vuosittainen ja opiskelijalähtöinen lähiruokatapahtuma Laurea-ammattikorkeakoulun Leppävaaran toimipisteeseen. Tapahtuman tavoitteena on tiedottaa lähiruoan mahdollisuuksista ja herättää keskustelua ekologisesta ruoantuotannosta ja lähiruoasta. Järjestettävä tapahtuma on ensimmäinen laatuaan Laurea-ammattikorkeakoulussa.

Aloitin opinnäytetyöni tekemisen syyslukukauden 2009 alussa. Samaan aikaan aloitin myös harjoitteluni BarLaureassa esimiesharjoittelijana. Harjoitteluni ajoittuminen päällekkäin Lähiruokatapahtuman 2009 suunnittelun ja toteutuksen kanssa helpotti suunnitteluprosessia ja yhteydenpitoa muihin projektiin osallistuviin. Harjoitteluni aikana pyrin kasvattamaan BarLaureassa työskentelevien opiskelijoiden tietoisuutta tarjottavasta lähiruoasta sekä pidin heille aiheesta kaksi koulutusta BarLaureassa. Koulutuksessa käyttämäni materiaali koostui power point -esityksestä sekä opiskelijoille jaettavasta tiivistelmästä.

Lähiruokatapahtuman suunnittelussa on ollut mukana Laurea Leppävaarassa opiskelijavaihdossa kevätlukukaudella 2009 ollut saksalainen ympäristötieteiden opiskelija saksalaisesta Münsterissä sijaitsevasta ammattikorkeakoulusta Münster University of Applied Sciences`ta. Hän osallistui lähiruokatapahtuman suunnitteluun ja laati tapahtumalle ennakkotiedotteen sekä alustavan viikko-ohjelman. Osa tapahtuman viestinnässä käytetystä materiaalista pohjautuu edellä mainitun vaihto-opiskelijan laatimille pohjille, jotka olen suomentanut.

1.2 Opinnäytetyön pää- ja alaongelmat

Opinnäytetyön tavoitteena on suunnitella ja toteuttaa lähiruokatapahtuma Laurea Leppävaarassa syksyllä 2009 sekä dokumentoida tapahtumasta nousevat kehitysehdotukset. Opinnäytetyön pääongelma on, miten suunnitella ja toteuttaa lähiruokatapahtuma Laurea Leppävaarassa 2009.

Teoriaosan alaongelmat ovat seuraavat:

- Mitä on lähiruoka? (luku 2)
- Miten hyödyntää lähiruokaa ammattikeittiössä? (alaluku 2.6)
- Miten suunnitella ja toteuttaa tapahtuma? (luku 3)

Empiirisen osan alaongelmat ovat seuraavat:

- Miten suunnitella ja toteuttaa lähiruokatapahtuma 2009? (luku 4)
- Miten parantaa lähiruokatapahtuman toteutusta 2009? (alaluku 4.5)
- Minkälainen lähiruokatapahtuman toteutus voisi tulevaisuudessa olla? (luku 5)

1.3 Keskeiset käsitteet

Opinnäytetyön keskeisiä käsitteitä ovat ekologinen ruoan tuotanto, lähiruoka, tapahtuman markkinointiviestintä sekä tapahtuman suunnittelu, toteutus ja jälkitoimenpiteet.

Ekologisella ruoantuotannolla tarkoitetaan ruoan tuotantoa ympäristön hyvinvointi huomioon ottaen. Ekologinen ruoantuotanto on osa kestävästä kehitystä ja merkittävä tekijä luonnon monimuotoisuuden ja hyvinvoinnin säilyttämiseksi. Kestävän kehityksen muut ulottuvuudet ekologisen kestävyuden ohella ovat taloudellinen, sosiaalinen ja kulttuurinen kestävyys. (EkoCentria 2011a.)

Lähiruoalla ei ole tarkkaa määritelmää. Yleisesti ottaen lähiruoalla tarkoitetaan kuitenkin ruoan tuotantoa ja kulutusta oman talousalueen sisällä oman alueen voimavaroja hyödyntäen. Kuluttajavirasto määrittelee lähiruoan ruoantuotannoksi ja -kulutukseksi, joka käyttää oman alueensa raaka-aineita ja tuotantopanoksia edistäen oman alueensa taloutta ja työllisyyttä. (Kuluttajavirasto 2010.)

Tapahtuman suunnittelu on ensimmäinen ja tärkein askel tapahtuman järjestämisessä. Tapahtuman suunnitteluvaihe vaatii paljon aikaa ja sen aikana tulee täsmentää tapahtuman tavoite, kohderyhmät, budjetti, markkinointi, tapahtumapaikka ja ohjelma sekä henkilökunta. Myös tapahtumaa mahdollisesti koskevista riskeistä sekä lupa-asioista tulee ottaa selvää jo suunnitteluvaiheessa. (Säteri 2010, 13.)

Tapahtuman toteutuksessa tapahtuman suunnitteluvaiheessa tehdyt suunnitelmat toteutetaan. Tapahtuman toteutus koostuu kolmesta vaiheesta, joita ovat rakennusvaihe, tapahtuma ja purkuvaihe. Tapahtuman rakennusvaiheessa on hyvä varmistaa, että kaikki toimii itse tapahtumaa varten. Tämä voidaan toteuttaa kenraaliharjoituksella tai varmistamalla, että kaikki laitteet ovat toiminnassa ja käyttövalmiita. Itse tapahtumavaihe on

prosessin lyhytkestoisin ja muodostaa vain noin 10 prosenttia kuluista. Tapahtuman purkuvaihe alkaa, kun viimeinen vieras poistuu ja itse tapahtuma on ohitse. (Säteri 2010, 20-21.)

Tapahtuman jälkitoimenpiteisiin kuuluu tapahtuman loputtua tehtävä jälkimarkkinointi. Jälkimarkkinointi alkaa heti tapahtuman loputtua ja se tulee hoitaa kahden viikon kuluessa tapahtuman päättymisestä. Vaiheeseen kuuluu muun muassa kiitosten lähettäminen tapahtumaan osallistujille, materiaalin toimittaminen, palautteen käsittely, yhteydenottopyyntöihin vastaaminen ja yhteistyön lujittaminen. Saadusta palautteesta järjestäjä näkee, mikä tapahtumassa on ollut onnistunutta ja mihin pitää mahdollisesti seuraavalla kerralla kiinnittää huomiota. (Säteri 2010, 22.)

Tapahtuman markkinointiviestinnän tavoitteena on luoda positiivinen kuva tapahtumasta ja sen tuottajasta. Viestinnän keinoja ovat muun muassa ennakkomainonta, kutsut ja esitteet, tapahtumassa jaettu materiaali ja jälkimarkkinointi. (Säteri 2010, 23.) Tapahtuman markkinointiviestintä ei rajoitu vain painettuun materiaaliin, vaan sisältää myös suullisen viestinnän.

1.4 Aikaisemmat tutkimukset

Lähiruoasta on aikaisemmin tehty useita opinnäytetöitä (taulukko 1). Lisäksi opinnäytetöitä on tehty aiheista tapahtuman suunnittelu ja toteutus (taulukko 1). Tässä opinnäytetyössä on hyödynnetty edellä mainittuja aiheita.

Tekijä ja vuosi	Opinnäytetyön nimi
Lähiruoka	
Arolaakso, Anu (2007)	Hankkeiden avulla lähiruokaa suurkeittiöihin 2000-2006
Kasurinen, Antero (2010)	Luomu- ja lähiruoka-aamiaisten suunnittelu, toteutus ja seuranta yritys X:ssä
Kempainen, Anu (2008)	Lähiruoan käytön mahdollisuudet matkailuyritysten ruokapalveluissa Kainuussa ja Koillismaalla
Knuutinen, Arja & Siltala, Tarja (2006)	Lähiruoan käyttömahdollisuudet Haapaveden ammattiopistossa
Leino, Kaisa (2009)	Lähiruoan saatavuus kolmen Itä-Uudenmaan yrityksen näkökulmasta

Naakka, Tiia (2009)	Lähiruoan tulevaisuus: Haminan Tuoteosaston mahdollisuudet kymenlaaksolaisten kasvien välittäjänä ammattikeittiöille ja vähittäiskauppaan
Virtanen, Sari (2006)	Lähikasviksia tuottavat pienyritykset ja tulevaisuuden asiakkaat
Väyrynen, Jaana (2010)	Ammattikeittiöt ja lähiruoka Etelä-Karjalassa
Tapahtuman suunnittelu ja toteutus	
Järveläinen, Tuomas & Paavola, Salme (2009)	BarLaurean mahdollisuudet saavuttaa Joutsenmerkki
Nieminen, Titta & Rissanen, Tuomas (2005)	Opiskelijatapahtuman suunnittelu Tampereen Ammattikorkeakoulun Opiskelijayhdistys TAMKO ry:lle
Suonikko, Paula (2009)	Juhlapalveluiden johtaminen Nurmijärven Linjan 80-vuotisjuhlatilaisuudessa
Säteri, Heidi (2010)	Käytännön opas onnistuneen tapahtuman järjestämiseen
Vuorinen, Maija (2006)	Tipas Ulvonta - tapahtuman suunnittelu ja toteutus
Muut	
Kämppi, Johanna (2008)	Luomumyynnin tulevaisuudennäkymät
Eronen, Jaana & Laakkonen, Eija (2006)	"Se ei näy mediassa" - Miten catering-alasta saadaan nuoria kiinnostava
Nurminen, Jessica (2007)	Luomu- ja lähiruoka opintojakso hotelli- ja ravintola-alan ammattioppilaitoksiin
Seppänen, Kati (2009)	Ny Nordisk Mat - hankkeen tulevaisuus

Taulukko 1: Aikaisemmat opinnäytetyöt aiheesta

Aikaisemmissa tutkimuksissa on käsitelty lähiruoan saatavuutta ostajan sekä tuottajan näkökulmasta. Aiheena on usein ollut lähiruoan hankinta päivittäiseen käyttöön, mutta myös tapahtumia varten. Lähiruokaa on käsitelty erikoistuotteena, jonka hankintaa tulisi helpottaa. Kaikissa aikaisemmissa lähiruoan hankintaa käsittelevissä opinnäytetöissä on käsitelty lähiruoan hankintaa suurkeittiön tai jälleenmyyjän näkökulmasta.

Aiheesta tapahtuman järjestäminen löytyi paljon opinnäytetöitä, joissa tapahtuma on järjestetty alusta loppuun saakka. Tämä opinnäytetyö on kuitenkin edellä mainituista ensimmäinen, jossa yhdistyy sekä lähiruoan käsite että tapahtuman järjestäminen. Opinnäytetyössä tavoitteena on suunnitella ja toteuttaa tapahtuma, jonka teemana on lähiruoan käytön edistäminen.

1.5 Toiminnallinen opinnäytetyö

Toiminnallisessa opinnäytetyössä työn tavoitteena on luoda uutta tietoa. Toiminnallisessa opinnäytetyössä yhdistyvät toiminnallisuus, teoreettisuus, tutkimuksellisuus ja raportointi. Toiminnallisuudella opinnäytetyössä tarkoitetaan ammatillista osaamista ja työelämän arjen tuntemusta. Teoreettisuudella tavoitellaan ammatillisen tiedon hallintaa, kuten alaan liittyvien käsitteiden, mallien ja määritelmien hallitsemista. Tutkimuksellisuus toiminnallisessa opinnäytetyössä toteutuu usein käyttäjätutkimuksen muodossa ja sen toteutuminen opinnäytetyössä edellyttää tutkivaa tekemistä. Tutkimuksellisuus toiminnallisessa opinnäytetyössä toteutuu usein aiheeseen sopivan käyttäjä- tai palautekyselyn muodossa. Toiminnallinen opinnäytetyö raportoidaan muiden opinnäytetöiden tapaan kirjallisena tuotoksena, jossa tutkiva tekeminen esitetään sanallisessa muodossa saavutettuine tuloksineen ja kehitysehdotuksineen. (Vilka 2010.)

Tutkimustiedon tarkoitus toiminnallisessa opinnäytetyössä on tuottaa tietoa, jonka avulla tekijä voi perustellusti täsmentää, rajata, kehittää, uudistaa sekä luoda kohdetta sen käyttäjää paremmin palvelevaksi. Tutkimustieto toiminnallisessa opinnäytetyössä on aina tapauskohtaista eli tulokset ovat tietystä paikasta, ajasta, ryhmästä ja ympäristöstä riippuvaisia. Tutkimustiedon tulkinta saa sovelletun, toiminnallisen ja käytännöllisen muodon toiminnallisessa opinnäytetyössä ja määrittelee työn tavoitteen toteutumisen. (Vilka 2010.)

2 Lähiruoka

Lähiruoka on nouseva trendi, jonka kulutuksen odotetaan lisääntyvän vahvasti tulevana vuosina. Suomen lähiruokamarkkinoiden koon arvioidaan kasvavan noin 100-200 miljoonaan euroon vuonna 2015. Vuonna 2008 vastaava luku oli noin 74 miljoonaa euroa. (Mäkipeska & Sihvonen 2010, 5.)

Tässä luvussa tarkastellaan lähiruokaa osana kestävästä kehityksestä ja ekologista ruoantuotantoa sekä perehdytään lähiruokan määritelmään ja ominaisuuksiin. Luvussa selvennetään myös eroa lähiruokan tuotannon sekä tavanomaisen ja luonnonmukaisen tuotannon välillä. Luvussa käsitellään lisäksi lähiruokan tuotantoa Suomessa sekä lähiruokan käyttömahdollisuuksia ammattikeittiössä.

2.1 Kestävä kehitys ja ekologinen ruoantuotanto

Kestävä kehitys on kehitystä, jossa otetaan huomioon ympäristön hyvinvointi ja jatkuvuus. Se on jatkuvaa ja ohjattua yhteiskunnallista muutosta niin alueellisesti lähipiirissämme kuin maailmanlaajuisesti kaikkia koskien. Kestävän kehityksen päämääränä on turvata nykyisille ja

tuleville sukupolville mahdollisuudet hyvään elämään samoin edellytyksin kuin tänä päivänä eläville. (Ulkoasiainministeriö 2011.)

Laajasti ajateltuna kestävä kehitys sisältää neljä ulottuvuutta, jota ovat ekologinen kestävyys, taloudellinen kestävyys, sosiaalinen kestävyys ja kulttuurinen kestävyys. Kestävän kehityksen eri ulottuvuudet ovat osittain lomittaisia ja moniulotteisia, ja usein yksittäinen toiminto kuuluu kaikkien ulottuvuuksien piiriin. (Ulkoasiainministeriö 2011.) Ekologinen ruoantuotanto kuuluu ensisijaisesti ekologiseen kestävyYTEEN. Ruoantuotanto on suoraan riippuvainen ympäröivästä luonnosta, viljelymaasta ja säästä. Tästä tiiviistä riippuvuussuhteesta aiheutuu helposti myös paljon haittaa ympäristölle. (Portaat luomuun 2011a.) Ekologiseen ruoantuotantoon kuuluu ympäröivän luonnon huomioonottaminen ja ekologisesta kestävyYdestä huolehtiminen, jolloin luonnonvarojen hyödyntäminen voi olla jatkuvaa. (Portaat luomuun 2011b).

Ruoantuotanto kuuluu ekologisen kestävyYden lisäksi myös sosiaalisen, kulttuurisen ja taloudellisen kestävyYden piiriin. Ruoka on osa sosiaalista hyvinvointiamme ja kulttuuriamme. Ruokakulttuurimme on pitkällä aikavälillä kehittynyt ja muuttunut luonnon ekosysteemien muuttuessa ja kehittyessä. Toisaalta se, mitä ja missä syömme, on riippuvaista myös taloudellisesta kestävyYdestä ja siitä, kuinka saamme ruokamme hankittua. Taloudellisella tilanteellamme on monenlaisia vaikutuksia luontoon aina maanviljelystä ja ruokailusta virkistäytymiseen ja matkustamiseen asti. (Portaat luomuun 2011a.)

Kestävän kehityksen kannalta on tärkeää ekosysteemin hyvinvoinnista huolehtiminen. Ekosysteemillä tarkoitetaan tietyn alueen järjestelmää, johon kuuluu sekä elollinen että eloton (Portaat luomuun 2011a.) Mikäli ympäröivä luonto ei ole tasapainossa, huonontavat ihmisen toimet helposti tilannetta. Tästä voi aiheutua ongelmia sekä luonnolle että ihmisille esimerkiksi satojen pienentyessä, maaperän köyhtyessä ja vesistöjen saastuessa. Huolehtimalla luonnon hyvinvoinnista ja ekosysteemin toimivuudesta huolehdimme myös omasta ravinnonsaannistamme, turvallisuudestamme sekä tulevaisuudestamme. Tuhoutunutta tai vaurioitunutta ekosysteemiä on vaikea korjata. (Portaat luomuun 2011b.)

2.2 Lähiruoan määritelmä

Lähiruoan tarkasteluun liitetään usein aluetaloudellinen näkökulma, ruoan tuotantotapa sekä ruoan markkinointinäkökulma. Aluetaloudelliseen näkökulmaan kuuluu ajatus lähiruoan paikallisuudesta ja sen kuluttamisesta paikallisesti. Lähiruoassa ruoan tuotantotapa voi olla luonnonmukainen tai tavanomainen, mutta pitkälle jalostettua ruokaa ei pidetä enää lähiruokana. Lähiruoan markkinointinäkökulmaan liitetään ajatus, että tuote voidaan kuljettaa pitkänkin matkan päästä, mikäli se saapuu kuluttajalle mahdollisimman suoraan

tuottajalta ilman turhia välikäsiä. Aluetaloudellisen näkökulman mukaan lähiruoan tulee kuitenkin olla tuotettu maan rajojen sisäpuolella. (Mäkipeska & Sihvonen 2010, 6-7.)

Maa- ja metsätalousministeriön asettama lähiruokatyöryhmä määrittelee lähiruoan seuraavalla tavalla: "Lähiruoka on ruoantuotantoa ja -kulutusta, joka käyttää oman alueensa raaka-aineita ja tuotantopanoksia edistäen oman alueensa taloutta ja työllisyyttä" (Mäkipeska & Sihvonen 2010, 7). Tuote tulisi sekä tuottaa että kuluttaa omalla alueella, jolloin ympäristöä kuormitetaan mahdollisimman vähän kuljetuksilla ja pakkauksella. Termiä "oma alue" ei ole tarkemmin määritelty, mutta yleisimmin sillä voidaan käsittää lähes koko maan aluetta. (Paananen & Forsman 2003.)

Lähiruoan määritelmien kirjavuus johtaa lähiruoan puutteelliseen tilastointiin ja markkinoitiin. Lähiruokaa ei silti voida pitää samana asiana kuin kotimaista ruokaa, koska lähiruoka koetaan tavallisesta ruoasta poikkeavana tuotteena. Kuluttajat asettavat lähiruokatuotteille odotuksia, jotka erottavat sen suurien ruokaketjujen tuotteista. Lähiruokatuotteita pidetään pientuottajien tuotteina ja lähiruoalla on vahva asema erikoistuotteina. (Mäkipeska & Sihvonen 2010, 7.)

2.3 Lähiruoan ominaisuudet

Lähiruoan ominaisuuksiin kuuluu, että tuotteiden alkuperä ja valmistusolosuhteet tunnetaan. Koska lähiruoka on tuotettu lähellä, omalla alueella, on elintarvikkeiden tuoreus ja laatu tuontituotteita parempia. Kun tuotteita ei tarvitse kuljettaa tai säilyttää pitkiä aikoja, on mahdollista käyttää myös huomattavasti vähemmän lisäaineita ja tuotanto on kaikin puolin kestävämpää. Myös pakkausten määrää ja pakkausmateriaaleja voidaan vaihtaa ekologisempaan suuntaan. (Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto 2009.)

Lähiruoan käyttö edistää paikallisten ja perinteisten ruokailutapojen sekä ruokakulttuurin säilymistä ja suosii sesonginmukaisia raaka-aineita. Tietyn alueen ruokakulttuurille on ominaista alueella hyvin menestyvien raaka-aineiden käyttö. Lähiruoan tuotanto suosii näitä alueelle ominaisia raaka-aineita ja niiden viljelyä, mikä edistää ruokakulttuurin säilymistä. Lähiruoassa myös korostuu alueellisten olosuhteiden vaikutus tuotteeseen, kuten maaperän ja ilmaston vaikutus vihannesten makuun ja koostumukseen. Lähiruoka on tutkimusten mukaan todettu myös tuontituotteita turvallisemmaksi, sillä viime vuosien tuotantoperäisiltä saastumisilta on lähiruoassa vältytty. (Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto 2009.)

Suomen EU-jäsenyys ja kaupan vapautuminen ovat lisänneet elintarvikkeiden tuontia, myös sellaisten elintarvikkeiden, joita pystytään tuottamaan ja on perinteisesti tuotettu kotimaassa. Tuontituotteet kuitenkin rasittavat ympäristöä kuljetuksin sekä

pakkausmateriaalien muodossa. Lähiruoan kuljetusmatkat määritelmästä riippumatta ovat sen sijaan tuontituotteisiin nähden paljon lyhyempiä eikä pakkausmateriaaliakaan tarvita niin paljoa. Suosimalla lähiruokaa voidaan ruokatuotannosta aiheutuvia haitallisia päästöjä vähentää jopa 80 % teolliseen ruokatuotantoon nähden. Esimerkiksi maailmanmarkkinavehänä kuluttaa energiaa 23 kertaa enemmän kuin paikallinen luomuvehänä. (Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto 2009.)

Lähiruoka on usein pienten ja keskisuurten tuottajien ja jatkojalostajien tuottamaa. Pk-yritysten toiminta on laajuudeltaan kohtuullisen suppeaa ja paikallista, jolloin toiminnasta saatu hyöty tukee paikallistaloutta rahavirtojen jäädessä alueelle. (Mäkipeska & Sihvonen 2010, 12.)

2.4 Lähiruoka ja luomu

Lähiruoan ja luomuruoan ero on usein kuluttajalle hämärtyvä. Luomuruoalla tarkoitetaan ruoan tuotantoa, jossa elintarvikkeet on tuotettu luonnollisista aineksista ja luonnollisin menetelmin. Luomuruoan ja lähiruoan merkittävin ero on niiden käsitteissä. Luomu on globaali ajattelumalli, jossa korostuu luonnonmukainen tuotanto. Luomutuotteiden valvonta on hyvin tarkkaa ja kansainvälistä. Lähiruoka ei täytä luomuruoan kriteereitä. (Mäkipeska & Sihvonen 2010, 6-7.)

Lähiruoka on luomusta poiketen paikallinen ja kansallinen ajattelumalli, joka painottuu pienten tuotantorenkaiden toimintaan. Koska lähiruoka ei ole erillinen valvottu tuotantomuoto, on tuotannon ekologisuus tuottajasta kiinni. Toisaalta Suomessa tuotettuja elintarvikkeita voidaan yleisesti pitää melko puhtaina, koska tuotannossa käytettävien torjunta-aineiden määrä on muita EU-maita keskiarvoisesti pienempi. Vähäisempi torjunta-aineiden tarve johtuu siitä, että Suomessa talvi ja routa tappavat suuren osan tuotannon kannalta haitallisista hyönteisistä, eliöistä ja taudinaiheuttajista. Lähiruoan tuotannossa käytössä olevien torjunta-aineiden käyttöä ei kuitenkaan ole rajattu tuotantotapakohtaisin määräyksin eikä torjunta-aineiden käyttöä valvota lähiruoantuotannossa kuten luomutuotannossa. Lähiruoan tuotantoa koskevat kuitenkin kaikkeen Suomessa tapahtuvaan ruoan tuotantoon sovellettavat lait ja määräykset, jotka asettavat reunaehdot tuotannossa käytettäville kemikaaleille ja menetelmille. Lähiruoan tuotanto ei kuitenkaan edellytä tavanomaisesta ruoantuotannosta poikkeavien tai luonnonmukaisten tuotantotapojen tai -menetelmien käyttöä. Elintarvikkeiden tuotantoa koskevan lainsäädännön toteutumista Suomessa valvoo Elintarviketurvallisuusvirasto EVIRA. (Mäkipeska & Sihvonen 2010, 6-7.)

Suomessa tuotettujen luomutuotteiden tuotanto ja myynti on mahdollista vain valvontaan kuuluvalla tilalla viranomaisten luvalla ja muualta tuotavien luomutuotteiden valvonta on

hyvin tarkkaa. Luomutuotteen tunnistaa joko suomalaisesta luomumerkistä, Euroopan Unionin luomumerkistä tai erilaisista kansainvälisistä luomumerkeistä. Luomutuotantoa koskevaa säädöksiä säätää ja niiden noudattamista seuraa kansainvälinen The International Federation of Organic Agriculture Movements -järjestö IFOAM (IFOAM 2011). Lähiruoalla ei ole virallista merkkiä eikä lähiruokana myytävien tuotteiden valmistusta tai myyntiä valvota tavanomaisen tuotannon valvonnasta poikkeavalla tavalla. (Portaat luomuun 2011c.)

2.5 Lähiruoan tuotanto Suomessa

Vain pieni osa elintarviketeollisuuden panoksesta tulee nykyisin maakunnista. Esimerkiksi Etelä-Savossa jalostetaan vain viisi prosenttia alkutuotannon tuotoksesta. Sekä maaseudun tuottajat että elintarviketeollisuus pitävät tärkeänä tilojen tuotannon erikoistumista ja tuotantoasteen nostoa. (Mäkipeska & Sihvonen 2010, 31.)

Suomen laissa ei ole erikseen määritelty lähiruoan tuotantoa koskevista määräyksistä tai säädöksistä. Lähiruokaketjua koskevat kuitenkin samat yleiset elintarviketjuun liittyvät kansalliset ja EU-tason lait ja määräykset kuin tavallista tuotantoketjuakin. Suomessa kesäkuussa 2007 asetettu hankintalaki mahdollistaa julkisen sektorin tekemien hankintojen tarkastelun tuotteen hinnan sekä kokonaistaloudellisuuden kannalta. Hankintalain tarkoitus on helpottaa ja kannustaa julkista sektoria tekemään hankintansa lähituottajilta ja tuotteen ekologisuus huomioon ottaen. Hankintalaki vahvistaa myös lähiruoan asemaa ammattikeittiöissä. (Mäkipeska & Sihvonen 2010, 12-13.)

EU tukee ja rahoittaa aluetaloutta ja kestävästä kehitystä tukevia ohjelmia. Myös kansallinen ja julkinen sektori pyrkivät edistämään lähiruokaa tukevaa yrittäjyyttä. Julkinen sektori pyrkii lisäämään paikallisten ruokakulttuurien ja -tapojen tuntemusta laitoksissaan sekä lisäämään lähiruoan kulutusta omalla sektorillaan. (Mäkipeska & Sihvonen 2010, 11.)

Maa- ja metsätalousministeriö rahoittaa useita lähiruokaa tukevia hankkeita esimerkiksi laatuketjun, maataloustuotteiden menekinedistämisen ja suomalaisen ruokakulttuurin edistämishojelman avulla. Lisäksi Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmä Ruoka-Suomi -teemaryhmä pyrkii kehittämään elintarvikealan pienyrittäjyyden kannattavuutta. Lähiruoan ja suomalaisen ruoan tuotannon tukeminen koetaan tärkeäksi omavaraisuuden takaamiseksi sekä elintarvikehuollon kriisinkestävyuden lisäämiseksi. (Mäkipeska & Sihvonen 2010, 14-15.)

Lähiruoan markkinoiden kasvun kannalta on oleellista kysynnän kasvu. Valtakunnalliset linjaukset kestävästä elintarvikehankinnoista tukevat lähiruokaan siirtymistä. Linjausten tavoitteena on edistää lähiruokatuotteiden kulutusta ja parantaa pienyritysten mahdollisuutta osallistua julkisiin hankintoihin hankintalain nojalla. (Mäkipeska & Sihvonen 2010, 15.)

2.6 Lähiruoka ammattikeittiössä

Ammattikeittiöt ovat lähiruoalle kaupan ohella hyvin potentiaalinen kohderyhmä. Ravitsemispalveluiden kokonaisarvo Suomessa vuonna 2008 oli noin 5 588 miljoonaa euroa, joka oli neljä prosenttia edellistä vuotta enemmän. Ulkona tapahtuvan ruokailun osuus edellisestä oli 6,1 prosenttia. (Mäkipeska & Sihvonen 2010, 55.)

Uusin hankintalaki, joka astui voimaan kesäkuussa 2007, mahdollistaa julkisen hallinnon ravitsemispalveluiden hankintojen tarkastelemisen myös tuotteen ekologisuuden kannalta. Lain nojalla myös suuremmat talousyksiköt voivat harkita lähiruokatuotteiden hyödyntämistä omista tuotantoprosesseissaan. (Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto 2009.) Tämän lisäksi Suomen valtioneuvosto on tehnyt periaatepäätöksen edistää sesonginmukaisen, luomu- ja kasvisruoan tarjoamista. Tavoitteena on tarjota kestävästä kehitystä tukevia ateriaita vähintään kerran viikossa vuoteen 2010 mennessä ja vähintään kaksi kertaa viikossa vuoteen 2015 mennessä. Päätös vaikuttaa suoraan valtion keskushallinnon päätöksentekijöihin ja toimii suosituksena kunnallisen ja valtiollisen paikallishallinnon päätöksentekijöille sektoreilla energia, rakentaminen ja asuminen, liikkuminen, ruokapalvelut, energiaa käyttävät laitteet ja palvelut. (EkoCentria 2011b.)

Hankintalain kannalta oleellista on hankittavien tuotteiden kilpailuttaminen ja siinä käytettävät kriteerit. Kriteerit ja niiden painokerroin tulee mainita hankintailmoituksessa tai kilpailutuksen kutsussa. Jos painokerrointen määrittäminen on mahdotonta, pitää kriteerit listata tärkeysjärjestyksessä. Kilpailutuksessa saaduista tarjouksista hankinta-osaston tulee valita joko kaikista halvin tai kaikista taloudellisin tarjous. (Kärkkäinen 2009.)

Lähiruokaa hankittaessa tuotetta ei saa kilpailuttaa lähiruokana, vaan tuotteelle täytyy määritellä kriteerit, joissa korostetaan tuotteen lähiruokaominaisuuksia. Esimerkiksi haluttaessa hankkia ruisleipää lähiruokana, kriteerinä ei voi olla, että ruisleipä on lähellä tuotettu. Lähellä tuotettua ruisleipää voidaan kuitenkin hankkia asettamalla tuotteelle kriteereitä, kuten leivän tulee olla leivottu kuusi tuntia ennen tuotteen vastaanottoa tai tuotteen tulee olla pakattu kierrätettävään pakkaukseen tai sen suolapitoisuuden tulee olla alle 0,9 prosenttia. Myös luomutuotantoa voidaan käyttää hankintakriteerinä, koska luomu on valvottu tuotantomuoto. Muualla Euroopassa, etenkin Keski-Euroopassa, suurin osa julkisten ruokapalveluiden lähiruokahankinnoista tehdään luomuruokana. (Kärkkäinen 2009.)

Julkisella sektorilla on kysyntää lähiruoalle usein tarjontaa enemmän. Lähiruoan toimittajat ovat ammattikeittiöille usein täydennystoimittajia, koska lähiruokatuotteiden heikko saatavuus ei mahdollista laajempaa käyttöä. (Mäkipeska & Sihvonen 2010, 55.)

Lähiuokatuotteita voidaan kuitenkin käyttää erilaisten tapahtumia ja tilaisuuksia järjestettäessä, jolloin tuotteita voidaan hankkia pienempiä määriä ilman kilpailutusta ja hankintalain asettamia rajoituksia.

2.7 Valtakunnallinen lähiruokaviikko

Valtakunnallinen lähiruokaviikko järjestettiin Suomessa ensimmäistä kertaa syyskuussa 2007. Tapahtumaa koordinoivat Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto MTK r.y. ja Lähiruokahanke. Lähiruokatapahtuman valtakunnallinen lanseeraus tapahtui Helsingissä toukokuussa 2007. Tapahtuma järjestettiin yhteistyössä Lähikeittiöhankeen, RuokaSuomi - teemaryhmän, Finfoodin, Lähileipähankkeen, Paliskuntain yhdistyksen, SEL, Marttojen, Arktiset Aromit ry:n sekä Maa- ja kotitalousnaiset yhdistyksen kanssa. Lähiruokaviikot 2007 ajoittuivat syksyille viikoille 36-39 ja valtakunnallisten lähiruokaviikkojen järjestämisaikajankohda on vakioitunut myöhäissyksyyn. (Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto 2011.)

Lähiruokaviikko aloitetaan lähiruokaviestillä, joka poljetaan pyörillä maakunnista aina Helsinkiin asti. Lähiruokaviesti poljetaan joukkueittain yhteistä reittiä, jonka varrella tutustutaan maakuntien lähiruokakohteisiin. Viestin reitti vaihtelee vuosittain ja vuonna 2011 reitti kulkee Nurmeksesta Seinäjoen kautta Helsinkiin. Lähiruokaviestin teemana on `tarjoa tuoretta`. (EkoCentria 2011c.) Lähiruokaviikon aikana järjestetään myös kaikille avoin Lähiruokaseminaari. Seminaarissa luennoidaan lähiruoasta ja kestävä kehityksen mukaisesta ruoantuotannosta. Seminaarin teema vaihtelee vuosittain ja vuonna 2011 teemana on `ruuan jäljillä`. Seminaari järjestetään Laurea Leppävaaran tiloissa 4.10.2011. (EkoCentria 2011d.)

Lähiruokaviikon tavoitteena on tuoda esille lähiruoan merkitys ruokakulttuurin kannalta ja tutustuttaa ihmiset lähiruokaan. Lähiruokaviikon aikana järjestetään edellä mainittujen lisäksi erilaisia pienempiä lähiruokaa käsitteleviä tapahtumia ja toreja ammattikeittiöissä, kouluissa, laitoksissa ja keskuksissa eripuolilla Suomea. (Kärkkäinen 2007.) Viikkojen sisältö ja tapahtumien toteutus vaihtelevat suuresti vuodesta riippuen.

3 Tapahtuman järjestäminen prosessina

Tapahtuman järjestäminen on kolmivaiheinen prosessi, johon kuuluu tapahtuman suunnittelu, toteutus ja jälkitoimenpiteet. Tapahtuman suunnitteluvaihe vaatii eniten aikaa, ja hyvin toteutettu suunnittelu on tae tapahtuman onnistumiselle. Minimiaika tapahtuman suunnittelulle suunnittelun alkamisesta jälkitoimenpiteisiin on kaksi kuukautta. Lyhyemmällä aikavälillä toteutettavasta tapahtumasta joudutaan usein tinkimään tapahtuman suunnittelusta ja toteutuksesta, mikä näkyy lopputuloksessa. Tapahtuman järjestämisestä

noin 75 prosenttia on suunnittelua, 10 prosenttia toteutusta ja loput 15 prosenttia jälkitoimenpiteitä. (Säteri 2010, 12.)

3.1 Tapahtuman suunnittelu

Tapahtuman suunnittelu tulee aloittaa hyvissä ajoin. Tapahtuman suunnitteluun on hyvä ottaa mukaan kaikki ne, jotka osallistuvan tulevan tapahtuman toteutukseen. Tällöin kaikkien näkemykset, toiveet ja odotukset on mahdollista ottaa huomioon jo tapahtuman suunnitteluvaiheessa ja tapahtumasta saadaan mahdollisimman monipuolinen. Samalla tapahtuman järjestämiseen osallistuvat tahot ja henkilöt saadaan mahdollisimman hyvin sitoutettua tapahtuman toteutukseen. (Vallo & Häyrinen 2008, 148.)

Tapahtuman suunnitteluvaihe voi tapahtuman laadusta riippuen vaatia aikaa kuukausista vuosiin. Mitä isompia ja tiloiltaan vaativampia tilaisuuksia järjestetään, sitä aikaisemmin on oltava liikkeellä. Isojen tilojen, kuten konserttisalien tai kongressisalien varaukset onkin hyvä tehdä 2-3 vuotta ennen tapahtumaa, mutta viimeistään vuotta ennen suunniteltua ajankohtaa. (Vallo & Häyrinen 2008, 148.) Tärkeintä tapahtuman suunnittelussa on yhteydenpito tapahtumaa järjestävien tahojen välillä. Suunnittelun alkuvaiheessa tapaamiset voivat olla parin viikon välein, mutta tapahtuman lähestyessä tapaamisten aikaväli lyhenee ja yhteydenpidosta tulee jatkuvaa. (Vallo & Häyrinen 2008, 148.)

Jos käytät tapahtumassa hyväksesi suurempaa kattotapahtumaa, on suunnittelussa huomioitava myös kattotapahtuman suunnitteluun liittyvät vaiheet. Kattotapahtumalla tarkoitetaan valmista tapahtumaa, jonka teema ostetaan tapahtuman käyttöön. Jos kattotapahtuman liput tulevat myyntiin esimerkiksi kolme kuukautta ennen tapahtumaa, on aiotulla tapahtumalla jo silloin oltava suunnitelma tapahtuman pääpiirteistä, jotta tapahtuma saadaan markkinoille. (Vallo & Häyrinen 2008, 62.) Suunnittelun tarkka aikataulutus auttaa saamaan tapahtuman markkinoille ajoissa ja halutunlaisena.

3.1.1 Tavoite

Jokaisella tapahtumalla on tavoite. Tapahtuman tavoite tulee määrittää hyvin aikaisessa vaiheessa, koska selkeä tavoite ohjaa suunnittelutyötä ja antaa tapahtumalle merkityksen. Tapahtuman tavoitteena voi olla esimerkiksi varojen keruu, uuden tuotteen lanseeraus tai hyvien asiakkaiden tai työntekijöiden palkitseminen. (Vallo & Häyrinen 2008, 100-105.)

Tapahtuman tavoitetta on hyvä pohtia tapahtuman suunnittelua aloitettaessa - miksi tapahtuma järjestetään ja mikä on tapahtuman tavoite. Jos tapahtuman tavoite on selkeä ja tapahtuma rakennettu tavoitteen saavuttamiseksi, on tapahtuman onnistumista helpompi

arvioida tapahtuman jälkeen. Saavutettiin tavoite? Usein tapahtumia järjestettäessä tapahtumasta tulee perinne tai tapa ja tapahtuman alkuperäinen tavoite sumenee tai muuttuu. Tällöin myös onnistumisen arviointi vaikeutuu. (Vallo & Häyrinen 2008, 100-105.)

3.1.2 Paikka, ajankohta ja kesto

Tapahtumapaikkaa valittaessa tulee ottaa huomioon tapahtuman luonne ja osallistujat. Hyviä tiloja tapahtuman järjestämiselle on paljon ja pienellä somistuksella perinteisestä neuvotteluhuoneestakin saa tunnelmallisen tilan. Tila toimii vain harvoin sellaisenaan, mutta sopivalla somistuksella tilasta saa käyttökelpoisen. (Vallo & Häyrinen 2008, 131-133.)

Tapahtumapaikkaa valittaessa on huomioitava paikkakunta. Mikäli tapahtuma järjestetään toisella paikkakunnalla, esimerkiksi 50 km päässä, vaikuttaa etäisyys kuljetuskustannuksiin ja mahdollisesti myös osallistumisaktiivisuuteen. Etäällä järjestettäviin tilaisuuksiin on jo suunnitteluvaiheessa hyvä tarkistaa, tulevatko vieraat omalla autolla vai onko paikalle mahdollista saapua helposti julkisilla kulkuvälineillä. Paikalle voidaan myös järjestää yhteiskuljetuksia. Tapahtuman järjestäminen vieraassa ympäristössä poikkeaa aina tutuista kuvioista. Vieras tila luo haasteen niin käyttömahdollisuuksien kuin somistuksenkin suhteen. Jos tapahtuma järjestetään vieraassa maassa, tulee muistaa, että lainsäädäntö ja määräykset muuttuvat maan mukaan. (Vallo & Häyrinen 2008, 131-133.)

Kun tapahtuma päätetään pitää ulkona, on hyvä olla varasuunnitelma sateen tai myrskyn varalle. Tarvitaanko mahdollista sisätilaa tai katosta, jonka alle tapahtuman voi sään muuttuessa siirtää? Järjestetäänkö tapahtuma säävarauksella? Tilaisuudessa voi myös olla tarjolla sateenvarjoja ja erilaisia suojavarusteita sadesään yllättäessä. Vuodenajasta riippuen paikalle voi olla hyvä varata myös lämmittimiä, huopia ja kuumaa juotavaa. (Vallo & Häyrinen 2008, 131-133.)

Tapahtuman ajankohta ja kesto ovat merkittäviä tapahtuman onnistumisen kannalta ja vaikuttavat oleellisesti siihen, kuinka moni kutsutuista voi tai haluaa tapahtumaan osallistua. Kiireisille organisaatioille parhaimpia ajankohtia ovat aikaiset aamut ja myöhäiset iltapäivät. Kuitenkin aikaisin aamulla järjestettyjen tilaisuuksien osallistumisaktiivisuus on korkeampi kuin myöhäisten iltapäivien. Tämä johtuu siitä, että päivän suunnitelmien muutokset ja uudet menot voivat vaikuttaa päivän aikatauluun ja tilaisuuteen osallistuminen voi ilmoittautumisesta ja aikeista huolimatta jäädä. (Vallo & Häyrinen 2008, 137-139.)

Viikonpäivistä maanantaiaamut ja perjantai-iltapäivät ovat osallistujille haastavampia kuin muut viikonpäivät. Toisaalta useamman päivän kestävät tapahtumat järjestetään mielellään joko aivan viikon aluksi tai lopuksi, jolloin ei katkaista työviikkoa. Selkeästi vapaa-ajalle,

viikonloppuna tai loma-aikaan järjestettävät tapahtumat kannattaa toteuttaa avec-tilaisuuksina, jolloin tapahtumasta tulee viihdyttävämpi ja helpommin osallistuttava. (Vallo & Häyrinen 2008, 137-139.)

Suomessa on hyvä muistaa myös vuoden aikojen aiheuttamat haasteet; talvella pitkä automatka voi vaikuttaa rasittavalta, mutta kesällä pitkä etäisyys on pienempi haaste. Tapahtuman ajankohtaa mietittäessä tulee myös muistaa tapahtumaa järjestävän organisaation väki, joiden odotetaan toimivan tilaisuuden isäntinä ja emäntinä. Tapahtumaa ei kannata järjestää heille kiireiseen aikaan, vaan se kannattaa sijoittaa hiljaiseen ajankohtaan, jolloin tapahtuman toteutus ei aiheuta liikaa ylimääräisiä paineita ja kiirettä. (Vallo & Häyrinen 2008, 137-139.)

Tapahtuman keston kannattaa kiinnittää paljon huomiota. Mikä on tapahtuman kannalta optimaalisin kesto? Miten tilaisuuden tapahtumat saadaan tiivistettyä mahdollisimman lyhyeen aikaan tapahtuman tavoitteen siitä kuitenkaan kärsimättä? Kyse on tapahtuman sisällön lisäksi myös kustannuksista sekä tapahtumaan osallistujien aikataulusta. Liian pitkäkestoinen tapahtuma, jossa ei ole tarpeeksi kiinnostavaa tekemistä tasaisin aikavälein, saa innokkaimmankin kiinnostuksen lopahtamaan hyvin pian. (Vallo & Häyrinen 2008, 138-138.)

3.1.3 Tapahtumalajit ja budjetti

Heti tapahtuman suunnittelun alkuvaiheessa on hyvä pyrkiä määrittämään tapahtumalle budjetti, jonka puitteissa tapahtuman toteutusta suunnitellaan. Budjetilla tarkoitetaan sitä rahamäärää, joka on varattu tapahtuman suunnitteluun ja toteutukseen. Budjetin suuruus määrää pitkälle tapahtuman sisällön ja puitteet, mutta pienelläkin budjetilla voi saada paljon aikaan oman luovuuden avulla. Halvin tapahtuma tehdään pitkälle oman henkilöstön voimin. (Vallo & Häyrinen 2008, 139-140, 166.) Itse rakennettu tapahtuma vaatii kuitenkin paljon aikaa ja omistautumista sekä vie aikaa henkilöstön normaalista työajasta. (Säteri 2010, 15.)

Mikäli käytössä on enemmän rahaa, voi jo tapahtuman suunnitteluvaiheessa hyödyntää ulkopuolisen tapahtumatoimiston apua. Tapahtumatoimistolle on hyvä antaa jonkinlainen arvio tapahtuman kokonaisbudjetista, jotta toimisto osaa mitoittaa tapahtuman oikein. Aikaisemmista tapahtumien toteutuneista budjettilaskelmista voi olla hyötyä tapahtuman budjettia laadittaessa. Budjettia laadittaessa on myös eduksi, mikäli kutsuttavien mieltymyksistä ja tottumuksista on jonkinlaista kokoemusta tai arviota. Tietoa voidaan käyttää muun muassa ruoka- ja juomalistan suunnittelussa sekä tapahtumien suunnittelussa. (Vallo & Häyrinen 2008, 139-140.)

Tapahtumaa suunniteltaessa on hyvä ottaa huomioon, että tapahtuma voidaan myös ostaa osittain valmiina tai teemoitettuna. Tapahtuma voidaan esimerkiksi liittää johonkin tiettyyn kattotapahtumaan. Tällöin ostetaan käyttöön jonkin suuremman ja valmiin tapahtuman teema, jonka mukaan oma tapahtuma suunnitellaan. Tällaista tapahtumaa suunniteltaessa on otettava huomioon myös kattotapahtuman aikataulus ja suunnitelmat, mutta tapahtuma toteutus on vapaasti valittavissa. (Säteri 2010, 15-16.)

Tapahtuma voidaan myös ostaa paloina tai valmiiksi suunniteltuna tapahtumatoimistolta. Ketjutetulla tapahtumalla tarkoitetaan tapahtumaa, joka ostetaan osina ja yhdistetään yhdeksi tapahtumaksi ostajan toiveiden ja teeman mukaan. Ketjutetun tapahtuman ongelma voi olla sujuvan kokonaisuuden luominen. Toisaalta tapahtumatoimiston hyödyntäminen voi ratkaista monta ongelmaa. Tapahtumatoimiston apua käytettäessä on muistettava, että mitä enemmän käytetään ulkopuolista suunnittelijaa, sen korkeammiksi tapahtuman kustannukset nousevat. (Säteri 2010, 15-16.)

Tapahtumaan voi suunnitteluvaiheessa lisätä elävyyttä ja piristystä yllätyksellisyydellä. Yllätyksellisyys vaatii pientä viitseliäisyyttä ja luovuutta tehdä asiat hieman tavallisesta poikkeavalla tavalla. Oleellisinta yllätyksellisyydessä on, ettei tapahtumaan osallistuville kerrota kaikkea tapahtuman toteutuksesta. Tapahtuman yllätyksellisyyttä voi lisätä esimerkiksi tarjoilulla, tiloilla, somistuksella sekä tapahtuman erikoisella teemalla. (Vallo & Häyrinen 2008, 156-157.)

3.1.4 Kohderyhmät

Tapahtuman suunnitteluvaiheessa on hyvä kartoittaa tarkkaan tapahtuman kohderyhmä. Tapahtuman kohderyhmällä tarkoitetaan niitä henkilöitä, joille tapahtuma järjestetään. Kohderyhmä voidaan rajata tapahtumaa järjestävän yrityksen sisäisiin tai ulkoisiin ryhmiin. (Säteri 2010, 14-15.)

Kohderyhmää rajattaessa tulee muistaa, että onnistuneen tapahtuman järjestämiseksi tulee tuntee kohderyhmien toiveet ja mieltymykset. Kohderyhmiä valittaessa tulee ottaa huomioon muun muassa kutsuttavien ikä, sukupuolijakauma, kansallisuus sekä erilaiset mieltymykset musiikin, ruoan ja viihteen suhteen. Tapahtumaa suunniteltaessa ja kohderyhmää valittaessa on hyvä ottaa huomioon myös järjestävän yrityksen omat tavoitteet ja edellytykset sekä arvomaailma, jotka luovat perustan suunnittelulle. (Säteri 2010, 14-15.)

3.1.5 Lupa- ja ilmoitusasiat

Tapahtuman järjestäjä on vastuussa tapahtuman turvallisuudesta ja sujuvuudesta. Tapahtuman järjestäjän on huomioitava jo tapahtumaa järjestettäessä, että monet tapahtuman toiminnot voivat olla luvanvaraisia. Tapahtuman luonne ja koko määrittelevät pelastussuunnitelman tarpeen. Paikalle on ehkä palkattava järjestyksestä vastaavia henkilöitä tai osa alueesta on rajattava. Ympäristönsuojelulaki kertoo, kuinka tapahtuman aikana syntyneet jätteet on hävitettävä ja pelastuslaki vaatii varautumaan vaaratilanteisiin ja niiden vaatimiin pelastustoimenpiteisiin. (Säteri 2010, 18.)

Kaikkiin ulkotapahtumiin tarvitaan aina maanomistajan lupa, ellei tapahtumaa pidetä tapahtuman järjestäjän omistamalla alueella. Kaupunkien ja kuntien omistamiin alueisiin kuten, puistot, kadut ja torit, saadaan käyttö lupa ottamalla yhteyttä kaupungin tai kunnan kiinteistövirastoon. Lupaa urheilukentille, uimarannoille tai muille liikuntaan tarkoitetuille paikoille on kysyttävä liikuntavirastolta. (Vallo & Häyrinen 2008, 141-142.)

Kokoontumislaki velvoittaa tapahtuman järjestäjää ilmoittamaan tapahtuman paikkakunnan poliisille kirjallisesti järjestettävästä tapahtumasta viimeistään viisi päivää ennen tapahtuman alkua. Kokoontumislaki koskee yleisötilaisuuksia, jotka ovat kilpailuja, näytöksiä tai näihin rinnastettavia avoimia huvitilaisuuksia. Kokoontumislaki ei koske tilaisuutta, joka luokitellaan avoimeksi kokoukseksi. Poliisille on ilmoitettava tapahtuman luonne, kulku sekä järjestelyt mahdollisimman tarkasti, jotta mahdollisiin ongelmatilanteisiin osataan varautua ennalta. (Säteri 2010, 18.)

Mikäli järjestettävä tapahtuma on huvitilaisuus, kuten tanssiaisit, kilpailu tai esiintyminen, tarvitaan tapahtumalle poliisin myöntämän hupilupa. Lupaa haetaan poliisin lupatoimistosta. (Vallo & Häyrinen 2008, 141-142.)

Tilaisuudessa käytettäviin ulkotuliin, tervapatoihin ja ulkoroihuihin on haettava lupa poliisilta. Tulien käytöstä tapahtumassa on hyvä ilmoittaa myös lähimmälle pelastuslaitokselle ennen tapahtuman alkua. Mikäli tapahtumassa aiotaan käyttää vähittäiskaupan ilotulitteita, on siihen haettava kirjallinen lupa pelastuslaitokselta. Mikäli ilotulitus järjestetään ammattikäyttöön tarkoitetuilla tulitteilla, on lupa ilotulitukseen haettava poliisilta. (Vallo & Häyrinen 2008, 141-142.)

Terveysturvallisuuslaki velvoittaa tapahtuman järjestäjää huolehtimaan tapahtumassa tarjottavien elintarvikkeiden asianmukaisesta ja hygieenisestä kuljetuksesta, säilytyksestä ja käsittelystä. Mikäli tapahtumassa myydään tai tarjoillaan ruokatuotteita, ja tapahtumaan uskotaan saapuvan enemmän kuin 500 vierasta, on tapahtumasta tehtävä ilmoitus alueen

terveystarkastajalle viimeistään 15 päivää ennen tapahtuman alkua. Terveystarkastajalle on ilmoitettava kaikkien toiminnanharjoittajien tiedot sekä selvitys omavalvonnasta, vedenotosta, ilmanvaihdosta, viemäroinnistä sekä jätteiden hävityksestä. (Säteri 2010, 18.)

Tapahtuman järjestäjä on velvollinen huolehtimaan tapahtuma-alueen siisteydestä ja järjestyksestä. Alueelle on varattava tarpeeksi käymälöitä ja roska-astioita ja niiden puhtaudesta ja tyhjennyksestä on huolehdittava. Jätteet on lajiteltava kunnan ympäristövaatimusten mukaan. Autoille on varattava tarvittava määrä parkkipaikkoja ja ympäröivän alueen asukkaat on otettava huomioon. (Säteri 2010, 19-20.)

3.1.6 Turvallisuus

Tapahtumaa suunniteltaessa on otettava huomioon tapahtuman toteutukseen liittyvät riskit. Tapahtumaa suunniteltaessa on hyvä tehdä riskikartoitus ja keskustella ongelmakohtiin liittyvistä tekijöistä. Ulkoilmatapahtumaa järjestettäessä pitää tarkastaa mahdollinen pelastussuunnitelman tarve. Pelastussuunnitelmaan vaikuttavat tapahtumaan osallistujamäärä, tilaisuuden ajankohta, paikka ja kesto sekä tilaisuuden luonne. Suunnitelmassa määritellään tilaisuuteen tarvittava riittävä määrä ensiaputaitoista henkilöstöä. Lisäksi suunnitelmassa varataan riittävä miehitys järjestyksen ylläpitoon ja muihin turvallisuuden kannalta merkittäviin toimintoihin. (Vallo & Häyrinen 2008, 167.)

Joihinkin tapahtumiin voi olla tarkoituksenmukaista hankkia järjestysmiehiä. Turvallisuuteen on kiinnitettävä erityistä huomiota, jos tapahtuma on kansainvälinen ja tapahtumassa on mukana eri maiden edustajia, poliittisia tai uskonnollisia vaikuttajia tai isojen organisaatioiden päättäjiä ja ylintä johtoa. (Vallo & Häyrinen 2008, 167.)

3.2 Tapahtuman markkinointiviestintä

Markkinointiviestintä on viestintää, joka kohdistuu yrityksen ulkoisiin sidosryhmiin. Sen tarkoituksena on välillisesti tai suoraan saada aikaan kysyntää tai kysyntään myönteisesti vaikuttavia ilmiöitä. Markkinointiviestintä on yksi markkinoiden kilpailukeinoista. Perinteisesti markkinointiviestinnässä kerrotaan tuotteiden tai palveluiden ominaisuuksista, saatavuudesta ja hinnasta. Yritykset käyttävät mediaa markkinointiviestinnän kanavana ja erityisesti sähköisen median käytön suosio markkinointiviestinnässä on kasvussa. Markkinointiviestinnän keinoja ovat muun muassa mainonta, tiedotus- ja suhdetoiminta, myynninedistäminen ja myyntityö. (Wikipedia 2011.)

Mainonta on yritykselle maksullista tiedottamista, jonka pyrkimys on tavoittaa yrityksen ja tuotteen kohderyhmät. Tiedotus- ja suhdetoiminnalla tarkoitetaan määrätietoista toimintaa,

jolla pyritään vaikuttamaan yrityksen sidosryhmien mielikuviin yrityksestä. Suhdetoiminnan ja sponsoroinnin tavoitteena on yleensä luoda positiivinen mielikuva yrityksestä. Erilaiset hinnanalennukset, kuponkitarjoukset, kilpailut ja messut lukeutuvat myynninedistämiseksi. Myyntityö tarkoittaa henkilökohtaista myyntityötä, joka tapahtuu yrityksen edustajan ja asiakkaan välillä myyntitilanteessa. (Wikipedia 2011.)

Markkinointiviestinnällä ei kuitenkaan pyritä siihen - eikä sillä voida sitä saavuttaakaan - että sidosryhmillä olisi kaikki ne tiedot, käsitykset ja kokemukset, joita organisaatiolla on. Markkinointiviestinnän avulla halutaan vaikuttaa nimenomaan niihin tietoihin ja käsityksiin, joilla on merkitystä sille, kuinka sidosryhmä käyttäytyy organisaatiota kohtaan. Asiakkaille viestitään tuotteiden ominaisuuksista, sijoittajille kannattavuuslukuista ja tavarantoimittajille organisaation maksukyvyistä. Markkinointiviestinnän suunnittelussa on osattava valita, mistä eri sidosryhmien kanssa on saatava aikaan yhteinen käsitys. (Vuokko 2003, 12.)

Yrityksen markkinointiviestinnän tarkoituksena on kertoa hyödykkeen olemassa olostsa, saada asiakas kiinnostumaan tuotteesta, saada asiakas tiedostamaan tarvitsevansa tuotteen, saada asiakas ostamaan tuotteen ja saada asiakas ostamaan uuden tuotteen tai liitännäistuotteita. Markkinointiviestintä on viime vuosina kasvanut huomattavasti. Medioiden määrän kasvu on monipuolistanut markkinointiviestinnän muotoja ja laajentanut sen toimintaympäristöä. (Kuluttajavirasto 2011.)

Markkinointiviestintää suunniteltaessa on tunnettava kohderyhmien tarpeet ja mieltymykset. Näitä muuttujia verrataan yrityksen tavoitteisiin ja ominaisuuksiin, jotka ovat markkinointiviestinnän perusta. Markkinointiviestinnän suunnittelussa otetaan kantaa yleensä kohderyhmien- ja halutun vaikutuksen määrittämiseen, viestinnän suunnitteluun, viestintäkanavien valintaan, viestin lähettäjän ominaisuuksien määrittämiseen sekä toteutusmenetelmien ja onnistumisen arviointimenetelmien valintaan. (Wikipedia 2011.)

Suhdetoiminnalla pyritään saavuttamaan ja säilyttämään niiden sidosryhmien ymmärtämys ja tuki, joista organisaatio on riippuvainen tai kiinnostunut. Lyhyesti sanottuna suhdetoiminta on siis tapa luoda yritykselle aineetonta arvoa. Suhdetoiminnan keinot voidaan karkeasti jakaa kahtia, joko sisäisiin tai ulkoisiin keinoihin. Sisäinen suhdetoiminta kohdistuu organisaation henkilöstöön, ulkoinen puolestaan asiakkaisiin, tavarantoimittajiin, alihankkijoihin, tiedotusvälineisiin ja viranomaisiin. Yksi ulkoisen suhdetoiminnan keino on asiakaspalautteen hankkiminen ja siihen reagoiminen. (Vuokko 2003, 279.)

3.3 Tapahtuman toteutus

Tapahtuman toteutus voidaan jakaa kolmeen osaan, tapahtuman rakennusvaiheeseen, itse tapahtumaan ja tapahtuman purkamiseen. Rakennusvaihe on tapahtuman aikaa vievin vaihe, jolloin tapahtumalle rakennetaan sen kulissit ja rekvisiitta valmistellaan tapahtumaa varten. Itse tapahtuma on kuin suuri näytelmä, jossa kuukausia kestänyt suunnittelutyö tuodaan todellisuuteen. Tapahtuman toteutus vaatii kaikkien tahojen saumatonta yhteistyötä. Jokaisen toteutukseen osallistuvan on ymmärrettävä oma osansa ja vastuunsa tapahtumassa. (Vallo & Häyrinen 2008, 153.)

Ennen varsinaista tapahtumaa on hyvä pitää kenraaliharjoitukset, joissa tapahtuma käydään läpi jokaista yksityiskohtaa ja laitetta myöten. Kenraaliharjoituksen tavoitteena on varmistaa tapahtuman kulun sujuvuus, jokaisen henkilökohtainen rooli sekä laitteiden toimivuus. Harjoitusvaiheessa on vielä mahdollista korjata mahdolliset virheet ja parannella suunniteltua toteutusta. Jokaisen esiintyjän on hyvä harjoitella esiintymistään ja totutella käytössä olevaan laitteistoon sekä tilaan. (Vallo & Häyrinen 2008, 154.)

Tapahtuma itsessään viedään läpi aikataulu mukaan. Tapahtumalla on hyvä olla yksi johtaja, esimerkiksi projektipäällikkö, jonka tehtävä tapahtumassa on huolehtia tapahtuman sujuvuudesta ja etenemisestä aikataulun mukaisesti. Hän myös päättää, mitä tehdään, jos tapahtuma ei etene suunnitellulla tavalla. (Vallo & Häyrinen 2008, 155.)

Tapahtuman onnistumiseen vaikuttavat tapahtuman sisällön, tilojen ja teeman lisäksi tapahtuman rytmitys ja jaksotus. Asiatapahtumassa tulee huomioida, ettei kukaan jaksa kuunnella mielenkiintoistakaan asiaa yli puoltatoista tuntia istuen paikallaan. Siksi tapahtuman lomassa on hyvä pitää riittävästi taukoja. Taukojen tiheyteen ja pituuteen vaikuttavat muun muassa vessojen ja ruokailutilojen etäisyys tapahtumapaikasta, tapahtuman osallistujamäärä sekä kokonaiskesto. Mikäli tapahtuma kestää erityisen pitkään, on tapahtuman lomassa hyvä antaa osallistujille myös omaa aikaa. Samalla tapahtuman toteutukseen osallistuvat henkilöt saavat myös hieman aikaa rauhoittua ja valmistautua tulevaan. (Vallo & Häyrinen 2008, 155.)

Hyvä projektipäällikkö on ajan tasalla tapahtumassa ja pyrkii takaamaan tapahtuman sujuvuuden. Mikäli tapahtuman jokin vaihe sujuu arvioitua nopeammin, voi projektipäällikkö aikaistaa seuraavan tapahtuman alkamista. Tapahtumassa tulisi välttää tarkoituksettomia hiljaisia hetkiä pitkästymisen välttämiseksi. (Vallo & Häyrinen 2008, 155-156.)

Tapahtuman päättyessä alkaa purkuvaihe, joka on usein rakennusvaihetta lyhyempi ja tehokkaampi. Purkuvaiheessa puretaan tapahtumaa varten rakennetut kulissit ja siivotaan tapahtumapaikka luovutusta varten.

3.4 Jälkimarkkinointi

Tapahtuman jälkeen alkaa tapahtuman jälkimarkkinointivaihe. Jälkimarkkinointi alkaa heti tapahtuman loputtua ja se tulee hoitaa kahden viikon kuluessa tapahtuman päättymisestä. Yksinkertaisimmillaan jälkimarkkinoinnilla tarkoitetaan tapahtuman materiaalien toimitusta, kiitoskortteja tai lahjojen toimittamista tapahtumaan osallistujille. Kiitoksella tai lahjalla tapahtuman jälkeen kiitetään osallistumisesta ja osoitetaan, että osallistujan panosta tapahtumaan arvostetaan. Jälkimarkkinointia on myös palautteen kerääminen tapahtumaan osallistuneilta niin oman organisaation sisältä kuin vierailtakin. Saadusta palautteesta järjestäjä näkee, mikä tapahtumassa on ollut onnistunutta ja mihin pitää seuraavalla kerralla kiinnittää enemmän huomiota. Jälkimarkkinointiin kuuluu myös mahdollisiin yhteydenottopyyntöihin vastaaminen sekä yhteistyöstä kiittäminen ja sen lujittaminen. (Säteri 2010, 23.)

4 Lähiruokaviikko Laurea Leppävaarassa 2009

Lähiruokaviikon kohderyhminä olivat Laurean opiskelijat ja henkilökunta, Metropolian Leppävaaran toimipisteen opiskelijat ja henkilökunta, lähiruokatuottajat, ruokatuotantopalveluiden päätöksentekijät, media sekä kaikki aiheesta kiinnostuneet.

Laurea Leppävaaran ja BarLaurean tavoitteena oli lähiruokatapahtuman muodossa näyttää esimerkkiä siitä, että lähiruoka on mahdollista julkisissa suurkeittiöissä. BarLaureassa tarjotaan lähiruokaa päivittäin.

4.1 Laurea Leppävaara

Laurea on uutta osaamista tuottava palveluinnovaatioiden ammattikorkeakoulu. Laurean opetustoiminnassa on keskeistä työelämälähtöisyys. Laurealainen toimintamalli Learning by Developing (LbD) yhdistää koulutuksen, aluekehityksen sekä t&k-toiminnan. Laureassa opiskelijoita on noin 8000, joista n. 1200 aikuiskoulutuksessa, ja henkilöstöä n. 500. Laurean toimitilat sijaitsevat seitsemässä eri yksikössä Uudellamaalla ja Itä-Uudellamaalla. (Laurea 2011a.)

Laurea-ammattikorkeakoulun Leppävaaran toimipiste sijaitsee Espoon Leppävaarassa osoitteessa Vanha maantie 9. Leppävaaran toimipisteessä Laurea Leppävaarassa on

henkilökuntaa noin 100-150 henkilöä ja opiskelijoita lukukaudesta riippuen noin 800 henkilöä. Laurea Leppävaarassa opetetaan viittä eri alaa, jotka ovat hotelli- ja ravintola-alan liikkeenjohto, liiketalous, palvelujen tuottaminen ja johtaminen, tietojenkäsittely ja turvallisuusala. (Laurea 2011b.)

4.2 BarLaurea

BarLaurea on Laurea Leppävaaran toimitiloissa sijaitseva Living lab -oppimisympäristö ja palveluiden kehittämiskeskus, joka on aloittanut toimintansa marraskuussa 2002.

BarLaureassa painottuu oppimis-, palvelu- sekä tutkimus ja kehittämistoiminta. BarLaurea tarjoaa opiskelijoille mahdollisuuden oppia sekä osallistumalla että kehittämällä palveluprosesseja. (LaureaSid 2011.)

4.3 Toiminta

BarLaurea-konseptin osat ovat lounasbuffet, tilausravintola á la carte Flow ja Flow Corner -kabinetti, kokouspalvelu, kahvila Cafe Beat, aulapalvelu Lobby Leppävaara sekä tapahtumapalvelu Laurea Events. BarLaurea-konseptin tavoitteena on opettaa opiskelijoita toimimaan palveluliiketoiminnan eri osa-alueilla tarjoamalla aitoja oppimis- ja asiakaspalvelutilanteita. BarLaureassa palvelut tuotetaankin restonomiopiskelijoiden toimesta ravintola- ja keittiöpäälliköiden ohjauksessa. (LaureaSid 2011.)

BarLaureassa on päivittäin tarjolla lounasbuffet, jossa tarjotaan vaihtoehtoina liha/kana/kala-, kasvis- tai keittolounas. Lounas tarjoillaan ma - pe klo 10.45-13.00. (LaureaSid 2011.) Lounasbuffet on avoin kaikille nälkäisille. Hinnasto ja ruokalista löytyvät Laurean internetsivustoilta.

Tilausravintola á la carte Flow tarjoaa asiakkailleen päivittäin laadukkaita lounaita, joiden suunnittelussa on pyritty keskittymään lähiruoka- ja luomutuotteiden käyttöön. Ravintola Flow on auki maanantaista perjantaihin kello 11.00-13.00. Ravintola Flow'n yhteydessä sijaitsee Flow Corner-kabinetti, jonne mahtuu 18 henkilöä. Tila on varattavissa kokouspalveluiden kautta. (LaureaSid 2011.)

Barlaurean kokouspalvelut ovat suunnattuja Laurean henkilöstölle ja opiskelijoille sekä yksityis- ja yritysasiakkaille. Kokouspalveluiden käytössä on useita erikokoisia kokoushuoneita Laurea Leppävaaran tiloissa sekä mahdollisuus lounasbuffetin ja a la carte -ravintolan käyttöön. BarLaurean kokouspalveluilta voi lähestyä sähköisellä lomakkeella, jonka osoite löytyy BarLaurean internetsivustoilta. (LaureaSid 2011.)

Café Beat on BarLaurea-konseptin osana toimiva oppimisympäristö ja viihtyisä kohtaupaikka. Asiakaspaikkoja kahvilassa on 20. Kahvilan tuotteiden tarjoilusta vastaavat BarLaurean opiskelijat. (LaureaSid 2011.)

Aulapalvelu Lobby Leppävaara on LaureaSID:in infopiste, joka sijaitsee Leppävaaran toimipisteen pääaulassa. Infopisteen tehtäviin kuuluu opastaminen ja tiedon jakaminen niin koulun opiskelijoille ja opettajille kuin ulkoisille vierailijoillekin. Lobby Leppävaara on avoinna maanantaista torstaihin kello 8.00-16.00 ja perjantaisin kello 8.00-15.00. (LaureaSid 2011.)

Laurea Events on tapahtumapalvelu, joka tarjoaa asiakkailleen suunnittelu- ja organisointipalveluita kuten tilajärjestelyt, tekniikan, kuljetukset, sisältöpalvelut, cateringpalvelut, turvallisuuspalvelut, kutsut, ilmoittautumiset ja tilaisuuden jälkihoidon. Tapahtumapalveluiden palvelut ovat suunnattu niin Laurean henkilöstölle ja opiskelijoille kuin yksityis- ja yritysasiakkaillekin. Laurea Eventsin palvelut sijoittuvat pääasiassa Laurea Leppävaaran tiloihin. (LaureaSid 2011.)

4.3.1 Henkilöstö

BarLaurea -konsepti työllistää vakituisesti kaksi työntekijää, ravintolapäällikkö Miia Vakkurin ja keittiöpäällikkö Ilari Paanasen. Lisäksi konsepti työllistää vaihtelevan määrän Laurea Leppävaaran eri opintojaksojen lehtoreita sekä puolivuositain vaihtuvat esimiesharjoittelijat. (LaureaSid 2011.)

Pääsääntöisesti BarLaureassa tuotettavat palvelut ja palvelutuotteet ovat Laurea Leppävaaran opiskelijoiden tuottamia. BarLaureassa työskentelevät opiskelijat ovat restonomi-opiskelijoita eri vuosikursseilta. Opiskelijat työskentelevät BarLaureassa osana opintojaksoaan ja opintojaksoonsa liittyvissä työtehtävissä. BarLaureaan sijoittuvia opintojaksoja on käynnissä jatkuvasti poislukien yleiset loma- ja pyhäpäivät, jolloin BarLaurea on suljettuna. BarLaurea toimii oppimisympäristönä myös monille valinnaisille opintojaksoille.

4.3.2 Lähiruoka BarLaureassa

BarLaureassa on tarjottu lähiruokaa päivittäin jo muutaman vuoden ajan. Keittiöpäällikkö Ilari Paananen arvostaa lähiruokassa sen tuoreutta, laatua ja ekologisuutta. Hän hankkii mielellään tuotteet lähiruokana aina kun mahdollista. Paanasen arvostus lähiruokaa kohtaan on peräisin ravintolamaailmasta, josta hän on tuonut aikaisemmin luomansa lähiruokatuottajakontaktit nyt johtamaansa suurkeittiöön.

BarLaureassa päivittäin tarjolla olevista tuotteista leipä, suurin osa maitotuotteista sekä vihannekset ovat lähiruokaa. Vaalea leipä hankitaan Klaukkalassa sijaitsevasta leipomosta Uudenmaan Leipä Oy:stä, josta vastaanotetaan kuorma tuoretta leipää päivittäin viikossa. Myös makeat leivonnaiset kahvila Beatiin ja kokouspalveluihin hankitaan samasta leipomosta. BarLaureassa tarjottava ruisleipä hankitaan joko Uudenmaan Leipä Oy:stä tai Tuomon Luomu Ky:stä Kuusankoskelta.

BarLaureassa tarjottavat hedelmät ja vihannekset hankitaan Klaukkalassa sijaitsevasta JH vihannes Oy:stä. JH vihannes Oy toimittaa hedelmiä, vihanneksia, marjoja ja sieniä tuoretuotteina sekä pakasteena Uudenmaan tuottajilta keittiöön kolmesta neljään kertaa viikossa.

BarLaureassa tarjolla oleva maito hankitaan Valio Oy:stä. Valio Oy kerää maitoa suomalaisilta tuottajilta ympäri maata ja jatkojalostaa sen erilaisiksi keittiössä hyödynnettäviksi maitotaloustuotteiksi Pitäjänmäellä sijaitsevassa tehtaassa. Osa BarLaureassa tarjottavista tuotteista, kuten piimä, ovat Valio Oy:n luomutuotteita.

Vakituisen lähiruokavalikoiman lisäksi BarLaureassa tarjotaan lähiruokaa mahdollisuuksien mukaan päivän ruokalistasta ja saatavuudesta riippuen. Myös Cafe Beatissä sekä kokouspalveluissa on tarjolla lähiruoka- ja luomutuotteita jatkuvasti. Tapahtumissa ja tilaisuuksissa tarjottavat erikoistuotteet pyritään hankkimaan lähiruokatuottajilta.

4.4 Lähiruokaviikon suunnittelu

Lähiruokaviikon suunnitteluun osallistui ryhmä Laurea Leppävaaran lehtoreita ja opiskelijoita sekä vaihto-opiskelija Münster University of Applied Sciences:sta.

Tapahtuman suunnittelu aloitettiin jo keväällä 2009, jolloin saksalainen vaihto-opiskelija tuli Laurea Leppävaaraan. Tuolloin hän aloitti tapahtuman toteutuksen sekä kohderyhmän suunnittelun. Hänen projektinsa vaihto-opiskelujaksolla oli nimeltään ”Laurea´s organic and local food week” (2009), joka sisältää suunnitelman ja materiaalia Lähiruokaviikon toteutukseksi. Tapahtuman lopullinen toteutus on suunniteltu saksalaisen vaihto-opiskelijan tekemän suunnitelman pohjalta.

Lähiruokaviikon toteutuksen suunnitteluryhmään kuului vaihto-opiskelijan lisäksi BarLaurean keittiöpäällikkö Ilari Paananen, lehtori Tuula Kuivanen ja yliopettaja Irma Tikkanen sekä vaihto-opiskelijan ohjaaja, lehtori Sirkka Antinluoma. Tapasimme suunnitteluryhmän kanssa aluksi noin kahden viikon välein ja tapahtuman lähetessä viikon välein Laurea Leppävaaran

tiloissa. Lähiruokaviikkoa edeltäneellä viikolla tapasimme lähes päivittäin. Yhteistyö suunnitteluryhmän kanssa oli hyvin tiivistä.

Jaoin vastuualueet tapahtuman suunnittelussa ryhmän sisällä. Paananen oli vastuussa BarLaurean ruokalistan suunnittelusta ja toteutuksesta lähiruokaviikolla sekä Lähiruokaseminaarin cocktailtilaisuuden tarjoilusta. Paananen myös otti yhteyttä tapahtumassa esillä olleisiin luennoitsijoihin ja edustajiin. Itse olin vastuussa tapahtuman tiedotuksesta, markkinoinnista, toteutuksesta ja visuaalisesta toteutuksesta. Suunnitteluun osallistuneen vaihto-opiskelijan opiskelujakso Laurea Leppävaarassa päättyi reilu kuukausi ennen lähiruokaviikkoa, mutta hän palasi Suomeen auttamaan tapahtuman järjestelyssä viikkoa ennen tapahtumaa.

4.4.1 Tavoite

Lähiruokaviikon tavoitteena oli tiedottaa ja herättää keskustelua ekologisesta ruoanvalmistuksesta ja lähiruoasta. Lähiruoka on monelle vielä vieras käsite, mutta aihe on hyvin ajankohtainen. Lähiruokaviikon tarkoituksena oli tarjota mahdollisuus tutustua lähiruokaan eri näkökulmista ja jakaa tietoa ekologisesta ruoantuotannosta sekä tutustuttaa tapahtumaan osallistujia lähiruoan tuottajiin ja tuotteisiin.

4.4.2 Tapahtumat ja aikataulu

Lähiruokaviikko suunniteltiin pidettäväksi syksyllä 2009. Tapahtuma ajoitettiin syksylle sen takia, että mahdollisimman moni tuottaja voisi osallistua tapahtumaan kiireisimmän satokauden ollessa lopuillaan ja toisaalta opiskelijoiden ja lehtoreiden ollessa tavoitettavissa kesälomakauden jo päätyttyä. Tapahtuman katsottiin sopivan hyvin valtakunnallisten lähiruokaviikkojen yhteyteen eduskunnan Lähiruokaseminaarin jälkeen pidettäväksi.

Laurea Leppävaaran Lähiruokaviikko sijoitettiin viikolle 39. Kestoksi suunniteltiin viikkoa maanantaista perjantaihin. Tapahtuma haluttiin aloittaa maanantaina tai tiistaina seminaarilla, johon kutsuttaisiin puhujiksi lähiruoan puolestapuhujia Suomesta ja Laurean yhteistyökoulusta Münster University of Applied Sciences. Seminaaripäivän yhteydessä suunniteltiin pidettävän messutapahtuma koulun ala-aulassa, jossa tapahtuman yhteistyökumppanit voisivat halutessaan esitellä toimintaansa ja tuotteitaan. Messualueelle suunniteltiin myös erilaisia tietoisuuksia lähiruoasta sekä lähiruoka-aiheisia postereita ja tietovisoja.

Tavoitteena oli luoda ohjelmaa päiville maanantaista torstaihin. Suunnitelmana oli järjestää erilaisia workshop-mallisia työpajoja, joihin Laurea Leppävaaran opiskelijat voisivat osallistua

itsenäisesti tai tietyn opintojakson osana. Työpajojen vetäjäksi suunniteltiin Lähiruokaseminaarin keulahahmoa, keittiöpäällikkö Markus Maulavirtaa. Lisäksi tapahtumaan suunniteltiin vierailua johonkin koulun ulkopuoliseen kohteeseen, kuten pääkaupunkiseudulla sijaitseville tuotantotiloille. Perjantai suunniteltiin tapahtuman purku- ja yhteenvetopäiväksi.

Lähiruokaviikon tapahtumat on suunniteltu vaihto-opiskelijan suunnitelman pohjalta. Lähiruokaviikon suunniteltu aikataulu ja lista tapahtumista liitteenä (liite 1).

4.4.3 Kohderyhmät ja yhteistyökumppanit

Tapahtuman kohderyhmät valittiin tapahtuman kannalta helposti tavoitettavista ja lähellä sijaitsevista kouluista sekä asiasta mahdollisesti kiinnostuneista ryhmistä. Tapahtuman tavoitteen kannalta tärkeää oli saada paikalle mahdollisimman paljon ihmisiä, jotka olisivat halukkaita osallistumaan Lähiruokaseminaariin ja keskustelemaan aiheesta. Tapahtumaan tavoiteltiin myös ravintola-alan osajia ja päättäjiä, jotka olisivat halukkaita keskustelemaan ja laajentamaan näkemyksiään lähiruoasta ja sen tulevaisuudesta itse edustamissaan organisaatioissa. Paikalle kutsuttiin myös median edustajia lehdistötiedotteella.

Tapahtuman kohderyhmiksi valittiin Laurea Leppävaaran opettajat ja opiskelijat, Laurea - ammattikorkeakoulun matkailu-, ravitsemis- ja talousalan opettajat ja opiskelijat, Leppävaaran Metropolia Ammattikorkeakoulun opettajat ja opiskelijat, Helsingin seudun keittiömestareiden liiton jäsenet, Kotitalousopettajien liiton jäsenet, Uudenmaan seudun lähiruokatuottajat ja -jalostajat sekä pääkaupunkiseudun lehdistö. Lista tapahtuman kohderyhmistä liitteenä (liite 2).

Tapahtuman yhteistyökumppaneiksi haluttiin toimijoita, joilla on yhteyksiä lähiruoantuotantoon pääkaupunkiseudulla ja joilla on mielellään jo aikaisempia yhteyksiä BarLaureaan. Yhteistyökumppaneiden suunniteltiin osallistuvan tapahtumaan pystyttämällä koju seminaaripäivänä tapahtuman messualueelle ja esittelevän tuotteitaan seminaariin osallistujille. Koska yhteistyökumppaneiden toivottiin olevan lähiruoan tuottajia, suunniteltiin BarLaureassa lähiruokaviikolla tarjottava ruoka hankittavaksi samoilta yhteistyökumppaneilta. Tapahtuman yhteistyökumppaneiksi suunniteltiin muun muassa Eat&Joy Maatilatorin Oy:ta, Uudenmaanleipä Oy:ta, Jh-vihannes Oy:ta, Pakkasmarja Oy:ta ja Tuomon Luomu Ky:ta.

4.5 Toteutus

Lähiruokaviikko toteutettiin Laurea Leppävaarassa 21.-25.9.2009. Tapahtuma toteutettiin tapahtuman suunnitteluryhmän, Tuotteistaminen ja markkinointiviestintä -opintojakson

osallistujien sekä BarLaurean henkilöstön avustuksella. Tapahtuma sijoittui Laurea Leppävaaran pääaulaan, auditorio Timoon sekä BarLaurean tiloihin.

4.5.1 Tapahtumat ja aikataulu

Lähiuokaviikko aloitettiin Lähiuokaseminaarilla maanantaina 21.9. Tapahtumassa pidettiin kolme esitystä Laurea Leppävaaran Timo-auditoriossa seminaaripäivänä 21.9.2009. Seminaari oli englanninkielinen ja maksuton. Seminaarin puhujina esiintyivät ruokakulttuuriasiamies Jaakko Nuutila Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto MTK r.y:stä aiheella ”Sustainable and Local Food”, Carola Strassner Münster University of Applied Sciences:sta aiheella ”Possibilities for Local and Organic Products in Public Catering - Cases from Germany” ja Irma Kärkkäinen EkoCentriasta aiheella ”Local Food in Finland”. Seminaarin puheenjohtajana toimi Ilari Paananen BarLaureasta ja juontajana Markus Maulavirta Marcuisine Oy:sta. Seminaarin tarkka ohjelma liitteenä (liite 3).

Tapahtuman kutsuvierailta oli mahdollisuus ennen seminaaria nauttia lähiuokalounas lounasravintola BarLaureassa tai vaihtoehtoisesti á la carte -lounas ravintola Flow`ssa. Myös kahvila Beat palveluineen oli vieraiden ja osallistujien käytössä. Lounaan ohella tarjottuihin palveluihin kuului narikkapalvelu koulun aulassa, jossa kutsuvieraille jaettiin nimilaput, seminaariohjelmat, palautelomakkeet sekä Laurea-ammattikorkeakoulun esitteitä. Seminaarin jälkeen kutsuvieraat pääsivät osallistumaan verkostoitumistilaisuuteen ravintola Flow`ssa, jossa tarjoiltiin lähiuokaherkkuja.

Seminaarin ohella tapahtumapäivänä koulun pääaulassa messualueella oli esillä Tuotteistaminen ja markkinointiviestintä -opintojakson suunnittelemissa ja toteuttamissa postereita sekä kaksi diaesitystä lähiuokasta ja ekologisesta ruoantuotannosta. Lisäksi messualueella oli tapahtuman yhteistyökumppaneiden esittelypöydät, joilla esiteltiin yhteistyökumppaneiden Eat&Joy Maatilatori Oy:n, Uudenmaanleipä Oy:n ja JH-vihannes Oy:n lähiuokatuotteita sekä Münster University of Applied Sciences:in ja EkoCentrian esitteitä. Messualueen posterit ja esitykset olivat esillä messualueella lähiuokaviikon perjantaihin asti. Yhteistyökumppaneiden näyttely korjattiin pois seminaaripäivän päätteeksi.

Tapahtuman toteutus poikkesi suunnitellusta, sillä viikolle suunniteltuja work shop -tapahtumia tai retkiä ei toteutettu osallistujien ja pitäjien puutteen takia.

4.5.2 Yhteistyökumppanit

Tapahtumassa yhteistyökumppaneina Laurea - ammattikorkeakoululle toimivat Eat&Joy:n ylläpitämä Maatilatori Oy, Uudenmaanleipä Oy, JH-vihannes Oy, EkoCentria sekä Münster

University of Applied Sciences. Kullekin edellä mainituista pystytettiin pöytä oppilaitoksen aulaan, jossa heillä oli mahdollisuus esitellä haluamaansa materiaalia. Kaikki edellä mainitut yhteistyökumppanit toimittivat tuotteitaan oheismateriaaleineen esiteltäviksi. Maatilatori Oy:sta, Uudenmaanleipä Oy:stä tai JH-vihannes Oy:stä ei oltu halukkaita lähettämään tuote-esittelijää messuille. Tapahtumassa käytetty rekvisiitta lainattiin Eat&Joy Maatilatori Oy:n varastosta.

4.5.3 Viestintä

Seminaarin viestintä alkoi tapahtuman ennakkokutsulla julkaisussa Ruoka-Suomi nro 2/2009. Tämän jälkeen kohderyhmille lähetettiin henkilökohtainen ennakkokutsu kaksi kuukautta ennen tapahtumaa sekä uusi kutsu ja linkki seminaarin ilmoittautumislomakkeeseen sähköpostitse noin kuukautta ennen tapahtumaa. Ennen seminaariin ilmoittautumisen loppumista kohderyhmille lähetettiin myös muistutusviesti tapahtumasta. Esimerkki tuottajille lähetetystä kutsusta liitteenä (liite 4).

Seminaarista tiedotettiin viemällä ilmoitukset tapahtumasta Helsingissä Lasipalatsissa sijaitsevalle Maatilatorille sekä Leppävaarassa sijaitsevan Metropolia Ammattikorkeakoulun ilmoitustaululle. Myös Laurea-ammattikorkeakoulun tiloissa sekä internetsivuilla oli tiedote ja kutsu tulevaan lähiruokatapahtumaan. Seminaarista annettiin myös lehdistötiedote noin kaksi viikkoa ennen tapahtumaa.

Viestintä tapahtuman aikana tapahtui suullisen viestinnän lisäksi koulumme alueelle kiinnitettyjen julisteiden ja diaesitysten avulla. Niiden sisältö käsitteli ekologista ruoantuotantoa ja lähiruokaa eri näkökulmista ja erilaisin painotuksin. Esillä oli myös seminaarin esiintyjistä laaditut kuvaukset. Yhteistä ilmettä painettuun viestintään toivat teeman lisäksi jokaisessa julisteessa esiintyvä vilja-aiheinen taustakuva. Seminaarin viestintä toteutettiin sekä suomeksi että englanniksi kohderyhmien ja esiintyjien monikansallisuus huomioon ottaen.

Osa Lähiruokaviikon 2009 toteutuksessa käytetystä materiaaleista on tuotettu yhteistyössä Tuotteistaminen ja markkinointiviestintä - opintojakson opiskelijoiden kanssa (toteutus 2009). Olen pyrkinyt liittämään opinnäytetyöhöni oleellisemmat kirjalliset tuotokset liitteinä, mutta tapahtumassa sekä koulutuksessa käytetty materiaali on saatavissa kokonaisuudessaan lehtori Tuula Kuivaselta sekä BarLaureasta.

4.5.4 Lähiruoka BarLaureassa

BarLaureassa tarjottiin tapahtumaviikolla lähiruokaa maanantaista perjantaihin lounasravintolassa, á la carte -ravintola Flow`ssa ja kahvilassa. Lounasravintolan viikon 39 ruokalista liitteenä (liite 5). Lounasravintolassa tarjotun ruoan pääraaka-aineet olivat lähiruokaa ja tuotteiden lähiruokaominaisuuksista sekä alkuperästä kerrottiin asiakkaille ruokalistassa sekä ruokalajikohtaisissa selostuksissa. Selostuksista kävi ilmi pääraaka-aineen tuottaja, tuotannon paikkakunta sekä ruokalajin soveltuvuus eri ruokavalioita noudattaville ruokailijoille. Esimerkki ruokalajikohtaisesta selostuksesta liitteenä (liite 6). Pääruoan lisäksi lähiruokaa olivat salaattit, leipä sekä maitotuotteet. Lähiruokaviikon ruokalista sekä sen toteutus olivat BarLaurean keittiömestari Ilari Paanasen suunnittelemissa ja toteuttamissa. Tarjottu lähiruoka ei vaikuttanut asiakkaan ruokailun hintaan.

Kahvilassa ja á la carte -ravintolassa lähiruokaa oli tarjolla pienemmässä mittakaavassa. Flow`ssa tarjotun ruoan pääraaka-aineet olivat lähiruokaa. Käytössä oli myös erilaisia suomalaisia erikoistuotteita, kuten ruislastuja ja tyrnimarjajogurttia. Kahvilassa tarjolla oli erilaisia makeita ja suolaisia tuotteita Uudenmaan leipä Oy:stä sekä BarLaureassa leivottuja tuotteita.

4.5.5 Palaute ja osallistujien parannusehdotukset

Tapahtuman palaute kerättiin seminaaripäivän aikana. Palautelomake laadittiin lähiruokaseminaarin järjestäjien toimesta Tuotteistaminen ja markkinointiviestintä - opintojakson opiskelijoiden avustuksella. Palautelomake laadittiin sekä suomen että englannin kielellä osallistujien monikansallisuus huomioon ottaen. Palautelomake liitteenä (liite 7). Vastausten purkuun käytettiin SPSS-ohjelmaa.

Palautelomakkeeseen saatiin yhteensä 60 vastausta. Palautelomakkeeseen vastanneista osallistujista suurin osa eli 84,7 prosenttia olivat naisia. Vähemmistö osallistujista eli 15,3 prosenttia olivat miehiä.

Palautelomakkeeseen vastanneista osallistujista suurin osa eli 83,3 prosenttia oli alle 25-vuotiaita nuoria. Toiseksi suurin ikäryhmä vastanneista oli 26-35 -vuotiaita ja loput vastanneista tätä vanhempia.

Seminaariin osallistuneista henkilöistä 95 prosenttia olivat asemaltaan opiskelijoita Laureammattikorkeakoulusta. Toiseksi suurin osa eli 3,3 prosenttia palautelomakkeeseen vastanneista olivat opettajia. Loput 1,7 prosenttia vastanneista olivat vierailijoita.

Palautelomakkeessa pyrittiin selvittämään osallistujien käsityksiä lähiruoasta ja siitä, mikä mielletään lähiruoksi. Suurin osa vastanneista eli 86,7 prosenttia määritteli lähiruoan ruoksi, joka on tuotettu lähellä sen tarjoilupaikkaa. Toiseksi eniten eli 10 prosenttia vastaajista määritteli lähiruoan ruoksi, joka on tuotettu Suomen alueella. Muita vastauksia olivat ”ruokaa, joka on haettu lähikaupasta” sekä oma määritelmä ”ruokaa, joka on tuotettu 100 km:n päässä sen tarjoilupaikasta”.

Palautelomakkeessa kysyttiin myös siitä, miksi osallistujat suosivat tai ovat halukkaita käyttämään lähiruokaa. Vastaukset olivat hyvin samansuuntaisia ja painottuivat lähiruoan ekologisiin ominaisuuksiin sekä tuoreuden, laatuun ja paikallisuuden vaikutelmiin. Avointen kysymysten vastaukset liitteenä (liite 8).

Ruoan alkuperä tuntui olevan lomakkeeseen vastanneille hyvinkin tärkeä, mutta myös kotimaisuus koettiin tärkeänä. Osallistujista 45 prosenttia vastasi olevansa kiinnostuneita ruoan alkuperästä ja osallistujista 25 prosenttia korosti suomalaisuuden merkitystä elintarvikkeiden valinnassa. Toisaalta 15 prosenttia osallistujista koki, ettei ruoan alkuperällä ole väliä.

Palautelomakkeella kerättiin tietoa myös seminaarin onnistumisesta ja osallistujien odotuksista. Valtaosa seminaariin osallistujista eli 45 prosenttia koki informaation kulun ennen tapahtumaa hyväksi. Vastaavasti 35 prosenttia osallistujista koki tiedotuksen huonoksi. Erittäin hyväksi tai erittäin huonoksi tiedotuksen koki noin 9 prosenttia vastanneista.

Palautelomakkeen mukaan tiedonkulku seminaarin aikana koettiin pääsääntöisesti onnistuneeksi. Osallistujista 60 prosenttia vastasi tiedotuksen olleen hyvää ja 16,6 prosenttia vastaajista piti tiedotusta erittäin hyvänä. Vähemmistö osallistujista eli 13,3 prosenttia koki tiedonkulun huonona.

Tapahtuma-alueella sijaitsevan messualueen muodostivat JH-vihannes Oy:n, Uudenmaan leipä Oy:n ja Maatilatorin tuote-esittelyt. Osallistujien mukaan messualue oli onnistunut ja 56,7 prosenttia osallistujista koki alueen hyvänä ja 3,3 prosenttia osallistujista erittäin hyvänä. Toisaalta vastaajista 26,7 prosenttia piti messualueen yleisvaikutelmaa huonona. Suullisena saadun palautteen mukaan puutteeksi koettiin esittelijöiden puuttuminen lähiruokapisteillä.

Tapahtuma-aluetta, johon sisältyi seinille kiinnitetyt posterit sekä kaksi diaesitystä, tapahtumaan osallistuneista 60 prosenttia piti hyvänä ja 16,7 prosenttia erittäin hyvänä. Huonona tapahtuma-alueen toteutuksen koki 11,7 prosenttia vastaajista.

Tapahtuman aikataulutusta piti osallistujista 58,3 prosenttia hyvänä ja 6,7 prosenttia erittäin hyvänä. Huonona tapahtuman aikataulutusta piti 16,7 prosenttia vastaajista ja erittäin huonona 5 prosenttia vastaajista. Vastausten jakaumaan on vaikuttanut muun muassa se, että seminaarin luentojen väleissä ei pidetty taukoja.

Tapahtumapäivänä BarLaureassa tarjottiin lähiruokatuotteista valmistettua ruokaa ja eri tuotteiden lähiruokaominaisuuksia pyrittiin tuomaan esille ruoanjakelun yhteydessä. Osallistujat kokivat pääsääntöisesti eli 43,3 prosenttisesti tarjotun lähiruoan hyvänä ja 8,3 prosenttisesti erittäin hyvänä. Vastaavasti huonona tarjoilua piti 18,3 prosenttia vastaajista ja erittäin huonona 3,3 prosenttia vastaajista. Jakaumaan vaikutti muun muassa se, että ruokalistassa ilmoitettu ruokalaji loppui tapahtumapäivänä kesken suuren menekin johdosta.

Palautelomakkeemme lopussa esitimme osallistujille kysymyksen, saiko Laurean lähiruokapäivä osallistujan kiinnostumaan lähiruoasta aiempaa enemmän. Vastaajista 76,7 prosenttia vastasi kiinnostuksensa lähiruokaa kohtaan lisääntyneen ja 23,3 prosenttia vastaajista koki, ettei järjestetyllä päivällä ollut vaikutusta heidän kiinnostuksensa kohteisiin.

Pyrimme suunnittelemaan lähiruokatapahtuman kohderyhmiemme tarpeiden näkökulmasta. Tapahtumaan osallistujista 77 prosenttia koki päivän toteutuksen vastanneen heidän odotuksiaan. Vastaajista 23 prosenttia koki tapahtuman toteutuksen jääneen heidän odotustensa alapuolelle.

Palautteen pohjalta pyritään muokkaamaan tapahtuman toteutusta paremmin kohderyhmien odotuksia vastaavaksi huomioimalla kehitysehdotukset seuraavan lähiruokatapahtuman toteutuksessa.

4.5.6 Tapahtuman palautteen yhteenveto ja johtopäätökset

Palautelomake toimi tarkoituksenmukaisesti. Sen avulla saatiin runsaasti vastauksia eli yhteensä 60 kappaletta. Saatu palaute oli pääsääntöisesti positiivista ja tapahtuma koettiin tarpeellisena ja ajankohtaisena. Avoimet kysymykset ja vapaa palaute toivat syvyyttä ja moniulotteisuutta vastauksiin ja niiden perusteella on helpompi kehittää tapahtuma toimivammaksi. Palautteista saadut kehitysehdotukset olivat rakentavia ja asiallisia.

Vastatakseen paremmin osallistujien tarpeita, on tapahtuman suunnitteluun ja järjestämiseen panostettava entistä enemmän. Seminaaripalaute oli jonkin verran negatiivista tapahtuman ajankäytön osalta. Tässä merkitseväksi tekijäksi nousi tapahtuman taukojen puute. Saadun palautteen perusteella seminaarin aikataulutus oli liian tiukka ja osallistujat olisivat kaivanneet taukoa luentojen väliin. Koska seminaari oli hyvin asiapitoinen, olisi taukoja

tarvittu aina muutaman puhujan välein. Käytännössä seminaarissa olisi pitänyt pitää ainakin yksi tauko.

Palautteesta nousi myös muita kehityskohteita. Tapahtuman onnistumisen takaamiseksi tapahtumalla on oltava selkeä johtaja, jonka rooli tapahtumassa on huolehtia kokonaisuuden sujuvuudesta, aikataulutuksesta ja tiedon kulusta. Lisäksi vastuualueet ja niiden vastaavat on nimettävä ja toteutuksen muutosten oltava selvillä hyvissä ajoin. BarLaureassa tarjotun lähiruoan loppuminen kesken ja tapahtumaan osallistuvien tuottajien puuttuminen oli monelle pettymys. Kaiken kaikkiaan tapahtumaan kaivattiin parempaa tiedotusta ja ohjausta.

Saadut tulokset vastasivat suurelta osin odotuksia. Palautteesta todetut tapahtuman ongelmakohdat nousivat esille jo itse tapahtumassa. Palautteesta nousseet kehitysehdotukset pyritään ottamaan huomioon seuraavaa lähiruokatapahtumaa suunniteltaessa.

4.5.7 Jälkitoimet

Tapahtuman jälkitoimenpiteinä keräsimme yhteen ja analysoimme saamamme palautteen sekä tuotetun materiaalin. Materiaali luovutettiin ohjaavalle opettajalle sekä BarLaurealle. Seminaarissa esitetyt materiaalit lisättiin Laurea-ammattikorkeakoulun Optima - verkkoympäristöön vapaasti hyödynnettäväksi.

Seminaarissa esiintyneitä puhujia sekä juontaja Markus Maulavirtaa muistettiin heti seminaarin päätteeksi Laurea-ammattikorkeakoulun yrityslahjalla, jotka teeman mukaisesti olivat suomalaista tuotantoa.

5 Ehdotuksia lähiruokaviikon toteutukseksi

Suunnitelma lähiruokaviikoksi tuleville vuosille sisältää erilaisia ehdotuksia lähiruokatapahtuman ohjelmaksi. Tavoitteena on esittää erilaisia mahdollisuuksia tapahtuman toteuttamiseksi ja toteutuksen helpottamiseksi.

Lähiruokatapahtuma tulisi ajoittaa syksyyn, jolloin satokausi on parhaimmillaan. Mitä myöhäisempään syksyyn tapahtuma ajoitetaan, sitä paremmat mahdollisuudet tuottajilla on osallistua tapahtumaan. Myös valtakunnalliset lähiruokaviikot ajoittuvat syksylle ja Laurea Leppävaaran tapahtuma olisi hyvä sijoittaa hieman eduskunnan Lähiruokaseminaarin jälkeen pidettäväksi.

Sopiva pituus lähiruokatapahtumalle on viikko maanantaista perjantaihin, jolloin tapahtumajalle jää myös muutamia välipäiviä, mutta tapahtumasta ei kuitenkaan tule liian hajanainen.

Tapahtuma voidaan aloittaa lähiruokaseminaarilla, jossa alan ihmiset kertovat lähiruoasta ja sen mahdollisuuksista. Tapahtuma voidaan myös teemoittaa valtakunnallisten lähiruokaviikkojen teeman mukaan. Seminaarin sijoittaminen tapahtuman alkuun parantaa ihmisten tietämystä aiheesta sekä meneillään olevasta tapahtumasta, mikä kannustaa ihmisiä osallistumaan tapahtuman muuhun ohjelmaan.

Jos tapahtuma mitoitetaan viikon pituiseksi, on tapahtumaviikolle hyvä sijoittaa muutakin ohjelmaa seminaarin lisäksi. Jos seminaari järjestetään samaan aikaan valtakunnallisten lähiruokaviikkojen kanssa, voivat osallistujat ottaa osaa molempiin tapahtumiin. Seuraavassa on muutamia ehdotuksia lähiruokaviikolla järjestettäväksi ohjelmaksi.

Ehdotus 1: Retki lähiruokatuotteita myyviin kohteisiin

Retki tehdään pääkaupunkiseudulla sijaitseviin lähiruokakohteisiin tietyn ryhmän tai opintojakson kanssa tilauskuljetuksella tai julkisilla kulkuvälineillä. Ehdotuksia kohteiksi ovat Eat&Joy Maatilatorin Helsingissä, Juuren Puoti Helsingissä, Anton & Anton Helsingissä, Uudenmaanleipä Oy Klaukkalassa ja Labby -tilamyymälä Isnäsissä sekä kauppahallit Helsingissä.

Ehdotus 2: Retki lähiruokatuottajien luokse

Retki tehdään lähiruokatuottajien tiloille tai toimipisteisiin tilauskuljetuksella. Koska suurin osa tiloista sijaitsee hieman kauempana, retki tehdään pienenä ryhmänä ja opiskelijat osallistuvat kustannuksiin. Vierailu voidaan toteuttaa osana opintojaksoa tai kaikille avoimena vierailuna. Pidemmät retket vaativat majoituksen. Ehdotuksia kohteiksi ovat Uudenmaanleipä Oy Klaukkalassa, Lähiruokatori Heila Heinolassa, Labby -tilamyymälä Isnäsissä, Rönnavikin viinitila Hämeen Laitikkalassa, Polven Juustola Saverolla, Peltolan Juustola Suonenjoella ja Hunaja-Aitta Iittalan lasikeskuksessa Lasimäessä.

Ehdotus 3: Tutustuminen Eat&Joy Maatilatorille ja/tai Juuren Puotiin

Retki tehdään tietyn ryhmän kanssa Helsingin keskustassa sijaitsevalle Eat&Joy:n Maatilatorille Lasipalatsiin ja Juuren Puotiin Korkeavuorenkadulle. Retki tehdään julkisilla kulkuneuvoilla kokoontumalla ensimmäiseen kohteeseen. Kohteissa tutustutaan kaupan tuotteisiin ja tuottajiin kaupan henkilökunnan ohjauksella. Vierailusta on sovittava kaupan pitäjien kanssa etukäteen. Tutustumisen lisäksi retkelle voi antaa aiheeseen liittyvän tehtävän. Tehtävän aiheita ovat esimerkiksi kauppojen tuotteiden ja valikoiman vertailu tai tuottajiin tutustuminen.

Ehdotus 4: Kokkilpailu lähiruokatuotteista

Kilpailu toteutetaan BarLaurean tiloissa ja se on avoin kaikille osallistujille. Kilpailuun osallistujien tulee esittää reseptit sekä tarvelista noin viikkoa ennen kilpailun sovittua ajankohtaa. Kilpailussa tavoitteena on valmistaa suomalaista ruokaa lähiruokatuotteita mahdollisimman monipuolisesti hyödyntäen. Kilpailussa voidaan valmistaa yksi tai useampia ruokalajeja juomineen. Kilpailuun osallistuminen vaatii tutustumista markkinoilla oleviin lähiruokatuotteisiin ja niiden ominaisuuksiin sekä saatavuuteen. Tuotokset arvioidaan käytettyjen tuotteiden monipuolisuuden, maun ja kokonaisvaikutelman perusteella.

Ehdotus 5: Perinneruoka - workshop

Workshop toteutetaan BarLaurean tiloissa. Tavoitteena on tehdä puhdasta ja perinteikästä ruokaa suomalaisista lähiruokatuotteista. Reseptien tulee olla perinteisiä ja teemaksi voidaan ottaa esimerkiksi tietyn maakunnan perinneruoat tai maakuntaruokien vertailu. Osallistujat etsivät itse reseptejä ja esittävät ne järjestäjälle viikkoa ennen tapahtumaa. Workshopissa voidaan tutustua myös maakuntien alueelliseen kulttuuriin.

Ehdotus 6: Lähiruokatuotteet - workshop

Workshopin tavoitteena on tutustuttaa opiskelijat erilaisiin lähiruokatuotteisiin ja avartaa heidän näkemystään lähiruoan mahdollisuuksista. Tilaisuuteen hankitaan erilaisia lähiruokatuotteita, joihin tutustutaan maistelemalla ja tutustumalla tuotteisiin ja tuottajiin pakkauksen ja internetin avustuksella. Tilaisuus voidaan toteuttaa ryhmittäin tai pareittain niin, että kukin ryhmä saa tuotteen tutustuttavakseen ja esitettäväkseen. Lopuksi tuotteet tuottajineen kerätään Suomen kartalle. Tuotteet voidaan valita myös BarLaureassa käytössä olevien tuotteiden ryhmästä ja kartta asettaa esille BarLaurean ruokailutilaan.

6 Pohdinta

Tapahtuman suunnittelu tapahtui hyvin nopeassa tahdissa ja tapahtuman sijoittuminen lukukauden alkuun asettivat haasteita suunnittelulle. Käytännössä suunnittelutyö pääsi kunnolla vauhtiin vasta syyslukukauden 2009 alkaessa, jolloin kaikki palasivat lomiltaan ja tapaamisia oli taas mahdollista järjestää. Työ saatiin kuitenkin nopeasti vauhtiin ja osapuolet jatkoivat tapahtuman suunnittelua muiden työkiireidensä lomassa.

Tapahtuman suunnittelu-aika oli hyvin hektistä. Suurin osa tapahtumaa varten tehdyistä materiaaleista saatiin valmiiksi vasta juuri ennen tapahtuman alkua. Ryhmämme olisi mielestäni kaivannut yhden tai useamman lisähenkilön, joka olisi auttanut suunnitelmien toteutuksessa. Suurena apuna toteutuksessa olivat Tuotteistaminen ja markkinointiviestintä - opintojakson opiskelijat, jotka auttoivat tapahtuman messualueen sekä muiden esitteiden ja postereiden valmistuksessa.

Tapahtumaviikko sujui suunnitellusti ja yleisöllä tuntui riittävän kiinnostusta aihetta kohtaan. Toki paljon parannettavaakin löytyi, mutta kokonaisuutena olen tapahtumaan tyytyväinen. Kyselylomakkeen tulosten ja muun asiakaspalautteen pohjalta suurimmiksi haasteiksi nousivat tiedotuksen kulku, lähiruoan riittävyys BarLaureassa ja BarLaurean opiskelijoiden tietämättömyys lähiruoasta. Vaikka ravintolassa viikolla työskennelleet opiskelijat olivat osallistuneet pitämälleni Lähiruoka tutuksi! - luennotte, asetti tapahtumaviikolla päivittäin vaihtuvien lähiruokien tuntemus haasteita. Myös tiedotus tapahtumasta oli joidenkin ravintolassa vierailleiden asiakkaiden mielestä puutteellista.

Lähiruokaviikolle suunniteltiin järjestettäväksi erilaisia workshop - tapahtumia, mutta niitä ei toteutettu pitäjien ja varojen puutteen takia. Muuten tapahtumaviikko sujui suunnitelmien mukaan. Tapahtuman painopisteet olivat viikon aloittanut lähiruokaseminaari ja BarLaureassa päivittäin tarjottu lähiruoka.

Opinnäytetyön kirjallisen osuuden tekeminen oli mielenkiintoista, mutta vei paljon aikaa. Syynä kirjoitustyön pitkittymiseen olivat opinnäytetyön ohella hoidettavat työkiireet. Tapahtuman ollessa ohi kaipasin myös hieman etäisyyttä tehtävään ja aikaa toipua suunnittelu- ja toteutusvaiheen aiheuttamasta rasituksesta.

Aiheesta lähiruoka löytyi kiitettävästi tietoa, mutta suurin osa julkaistusta materiaalista oli lehtiartikkeleita tai sähköisessä muodossa. Ongelmia aiheutti lähiruoka-määrittelyn väljyys, mikä näkyi useissa lähteissä. Uskon kuitenkin työni lähiruokaosuuden vastaavan yleistä käsitystä lähiruoasta.

Lähteet

Kirjalliset lähteet

Arolaakso, A. 2007. Hankkeiden avulla lähiruokaa suurkeittiöihin 2000-2006. Opinnäytetyö. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Cerén, S. 2009. Projekt synopsis, Laurea´s organic and local food week. Opinnäytetyö. Münster University of Applied Science.

Eronen, J. & Laakkonen, E. 2006. "Se ei näy mediassa" - Miten catering-alasta saadaan nuoria kiinnostava. Opinnäytetyö. Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Järveläinen, T. & Paavola, S. 2009. BarLaurean mahdollisuudet saavuttaa Joutsenmerkki. Opinnäytetyö. Laurea-ammattikorkeakoulu.

Kasurinen, A. 2010. Luomu- ja lähiruoka-aamiaisten suunnittelu, toteutus ja seuranta yritys X:ssä. Opinnäytetyö. Laurea-ammattikorkeakoulu.

Kempainen, A. 2008. Lähiruokan käytön mahdollisuudet matkailuyritysten ruokapalveluissa Kainuussa ja Koillismaalla. Opinnäytetyö. Kajaanin ammattikorkeakoulu.

Knuutinen, A. & Siltala, T. 2006. Lähiruokan käyttömahdollisuudet Haapaveden ammattiopistossa. Opinnäytetyö. Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kämppe, J. 2008. Luomumyynnin tulevaisuudennäkymät. Opinnäytetyö. Metropolia Ammattikorkeakoulu.

Leino, K. 2009. Lähiruokan saatavuus kolmen Itä-Uudenmaan yrityksen näkökulmasta. Opinnäytetyö. HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu.

Mäkipeska, T. & Sihvonen M. 2010. Lähiruokaa nyt! Trendeistä markkinoille. Sitran selvityksiä 29.

Naakka, T. 2009. Lähiruokan tulevaisuus: Haminan Tuoteosaston mahdollisuudet kymenlaaksolaisten kasvien välittäjänä ammattikeittäille ja vähittäiskauppaan. Opinnäytetyö. Hämeen ammattikorkeakoulu.

Nieminen, T. & Rissanen, T. 2005. Opiskelijatapahtuman suunnittelu Tampereen Ammattikorkeakoulun Opiskelijayhdistys TAMKO ry:lle. Opinnäytetyö. Tampereen ammattikorkeakoulu.

Nurminen, J. 2007. Luomu- ja lähiruoka opintojakso hotelli- ja ravintola-alan ammattioppilaitoksiin. Opinnäytetyö. Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Seppänen, K. 2009. Ny Nordisk Mat -hankkeen tulevaisuus. Opinnäytetyö. Laurea-ammattikorkeakoulu.

Suonikko, P. 2009. Juhlal palveluiden johtaminen Nurmijärven Linjan 80-vuotisjuhlatilaisuudessa. Opinnäytetyö. Laurea-ammattikorkeakoulu.

Säteri, H. 2010. Tapahtuman järjestäminen. Opinnäytetyö. Seinäjoen ammattikorkeakoulu.

Vallo, H. & Häyrinen, E. 2008. 2. Painos. Tapahtuma on tilaisuus: tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Helsinki: Tietosanoma.

Virtanen, S. 2006. Lähikasviksia tuottavat pienyritykset ja tulevaisuuden asiakkaat. Opinnäytetyö. Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Vuokko, P. 2003. Markkinointiviestintä; merkitys, vaikutus ja keinot. Porvoo: WSOY.

Vuorinen, M. 2006. Tipas Ulvonta - tapahtuman suunnittelu ja toteutus. Opinnäytetyö. Kajaanin ammattikorkeakoulu.

Väyrynen, J. 2010. Ammattikeittiöt ja lähiruoka Etelä-Karjalassa. Opinnäytetyö. Mikkelin ammattikorkeakoulu.

Sähköiset lähteet

EkoCentria 2011a. Kestävä kehitys jaotellaan usein neljään eri ulottuvuuteen. Luettu 13.5.2011.

<http://www.ekocentria.fi/kestvakehitys/ulottuvuudet>

EkoCentria. 2011b. Valtionneuvoston periaatepäätös. Luettu 12.5.2011.

<http://www.ekocentria.fi/kest%C3%A4v%C3%A4kehitys/vnp>

EkoCentria. 2011c. Lähiruokaviesti. Luettu 28.7.2011.

<http://www.ekocentria.fi/hankkeet/lahiruokaviesti2011>

EkoCentria. 2011d. Viidennen kerran järjestettävä Lähiruokaseminaari järjestetään tiistaina 4.10.2011 klo 8.30 - 13.00 Espoossa, Laurea AMK:ssa. Luettu 28.7.2011.

<http://www.ekocentria.fi/hankkeet/lahiruokaviesti2011/lahiruokaseminaari2011>

IFOAM 2011. The IFOAM Organizational Structure. Luettu 1.9.2011.

http://www.ifoam.org/about_ifoam/inside_ifoam/organization.html

Kuluttajavirasto 2010. Lähiruoka. Luettu 20.5.2010.

<http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/eko-ostaja/elintarvikkeet/lahiruoka/>

Kuluttajavirasto 2011. Mitä on markkinointiviestintä? Luettu 22.2.2010.

<http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/markkinointiviestint%C3%A4/mit%C3%A4%20on%20markkinointiviestint%C3%A4>

Kärkkäinen I. 2009. Local food in Finland - esitys. Tulostettu 20.5.2010.

<https://optima.discendum.com/learning/id74/bin/user?rand=20814>

Kärkkäinen, I. 2007. MTK. Makupäivät ja lähikeittiöneuvonta - esitys. Tulostettu 27.2.2011.

http://www.mtk.fi/maatalous/ruoka/kuluttajatyo/1220koulutus/fi_FI/kuluttajavastaavien_koulutuspaiva_2_2007/_files/76784480793219475/default/20070202_Makup%C3%A4iv%C3%A4t.ppt

Laurea 2011a. Tietoa Laureasta. Luettu 1.10.2011.

http://www.laurea.fi/internet/fi/03_tietoa_laureasta/index.jsp

Laurea 2011b. Amk-tutkinnot. Luettu 21.5.2011.

http://www.laurea.fi/fi/leppavaara/opiskelu/amk_tutkinnot/Sivut/default.aspx

LaureaSid 2011. BarLaurea. Luettu 10.1.2011. <http://laureasid.com/labrat/barlaurea>

Maa- ja metsätaloustuottajain keskusliitto MTK r.y. 2009. Lähiruoka. Luettu 8.4.2009.

http://www.mtk.fi/maatalous/ruoka/lahiruoka/fi_FI/miksi_lahiruokaa/

Maa- ja metsätaloustuottajain keskusliitto MTK r.y. 2011 Lähiruualle nostetta teemaviikoilla ja viestillä läpi Suomen. Luettu 27.2.2011.

http://www.mtk.fi/mtk/ajankohtaista/tiedotteet/tiedotteet_2007/toukokuu/fi_FI/viesti/

Paananen, J. & Forsman, S. 2003. Lähiruoan markkinointi vähittäiskauppoihin, suurkeittiöihin ja maaseutumatkailuyrityksiin. Luettu 26.5.2010 <http://www.mtt.fi/met/pdf/met24.pdf>.

Portaat luomuun 2011a. Ekologinen kestävyys. Luettu 28.7.2011.
http://www.portaatluomuun.fi/ekologinen_kestavyys

Portaat luomuun 2011b. Ruoka ja kestävä kehitys. Luettu 28.7.2011.
http://www.portaatluomuun.fi/ruoka_ja_kestava_kehitys

Portaat luomuun 2011c. Luomumerkit. Luettu 27.2.2011
<http://www.portaatluomuun.fi/luomumerkit>

Ulkoasiainministeriö 2011. Kestävä kehitys Suomen ulkopoliitikassa. Luettu 12.2.2011.
<http://formin.finland.fi/public/default.aspx?nodeid=32099&contentlan=1&culture=fi-FI>

Vilka H. 2010. Toiminnallinen opinnäytetyö. Luettu 12.2.2011.
http://vilka.fi/hanna/Toiminnallinen_ont.pdf

Wikipedia 2011. Markkinointiviestintä. Luettu 5.4.2011.
<http://fi.wikipedia.org/wiki/Markkinointiviestint%C3%A4>

Taulukot

Taulukko 1: Aikaisemmat opinnäytetyöt aiheesta	10
--	----

Liitteet

Liite 1: Lähiruokaviikon suunnitelma	46
Liite 2: Tapahtuman kohderyhmät	47
Liite 3: Seminaarin ohjelma	48
Liite 4: Kutsu lähiruokaseminaariin	49
Liite 5: Lähiruokaviikon ruokalista BarLaureassa	51
Liite 6: Ruokalajikohtainen selostus	52
Liite 7: Palautelomake	53
Liite 8: Palautelomakkeen avointen kysymysten vastaukset	54

Kestävän kehityksen ja lähiruoan viikko

Ajankohta: 21.-25.9.2009 **Paikka:** Laurea Leppävaara, Espoo

Rekisteröityminen ja maksut: Mahdollista 1.9.2009 alkaen

Tapahtuu viikolla:

21.09-25.09.2009	11-13:00	Mahdollisuus lähiruokalounaaseen Bar Laureassa (6,50€) Mahdollisuus buffetlounaaseen ravintola Flowssa
	13:00	Messut aulassa, aiheena lähiruokatuotteet Postereita, diaesitys, Münster UAS:n esittelypiste

Seminaarit:

21.09.2009	11-13:00	Mahdollisuus lähiruokalounaaseen Bar Laureassa (6,50€) Mahdollisuus buffetlounaaseen ravintola Flowssa
	13:00	Lähi- ja luomuruoan mahdollisuudet Euroopan julkisissa ruokapalveluissa, Professori PhD Carola Strassner UAS Vastuullisuus ammattikeittiössä, Jaakko Nuutila, asiantuntija Lähi- ja luomuruoan mahdollisuudet Euroopan julkisissa ruokapalveluissa, Professori PhD Carola Strassner UAS
	17:00	Cocktailtilaisuus Bar Laureassa EKoCentrian esittelypiste Bar Laureassa Münster UAS:n esittelypiste Bar Laureassa

Videokonferenssi:

23.09.2009	13:00	Videokonferenssi auditorio Tuomossa, Professori PhD Carola Strassner
------------	-------	---

Työpajat:

24.09.2009	11-13:00	Mahdollisuus lähiruokalounaaseen Bar Laureassa (6,50€) Mahdollisuus buffetlounaaseen ravintola Flowssa
	11-18:00	Keittiömestareiden kilpailu Tietovisa opiskelijoille Münster UAS:n pisteessä/ kivat palkinnot voittajille!

LÄHIRUOKAVIHKON ASIAKKAAT, PALVELUT JA VIESTINTÄ

Asiakasyhmä	Asiakasyhmän tarpeet	Tarjottavat palvelut								Markkinointiviestintä					
		Seminaari	Messutila	Verkostoitumis-cocktail	Lounaspalvelut	Narkkapalvelut	Kahvilapalvelut	Saniteetti palvelut	Parkkipalvelut	Ennakkotiedote	Kutsu	Mainokset internetissä	Lehdistöedote	Diaesitykset ja posterit	Laurean markkinointimateriaali
Opiskelijat (Laurea)	informaatio	x	x		x		x	x	x	x	x		x		
Opiskelijat (muut*)	informaatio	x	x		x		x	x	x	x	x		x		
Opettajat (Laurea)	informaatio	x	x		x		x	x	x	x	x		x		
Opettajat (muut*)	informaatio	x	x		x		x	x	x	x	x		x		
Luennonitsijat	informaatio	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		x	x	
Ravintola-alan asiantuntijat	informaatio, verkostoituminen	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x				x
Lähiruokatuottajat	informaatio, verkostoituminen	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		x		x
Keittiömestareiden liiton jäsenet	informaatio, verkostoituminen	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		x		x
Kotitalousopettajien liiton jäsenet	informaatio, verkostoituminen	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		x		x
Kuntien ruokapalveluiden päättäjät	informaatio, verkostoituminen	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		x		x
Media	informaatio	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		x		x
Muut aiheesta kiinnostuneet osallistujat	informaatio	x	x		x		x		x		x		x		x

* Muilla opiskelijoilla ja opettajilla tarkoitetaan Laurean muiden kuin Laurea Leppävaaran toimipisteiden opiskelijoita ja opettajia sekä Metropolian Leppävaaran toimipisteen opiskelijoita ja opettajia. Myös Omnian, Perhon, Roihuvuoren ja Haagan ammattikoulujen opettajille on lähetetty kutsu tapahtumaan.

ENJOYING LOCAL FOOD

Sustainability is a hot topic in Europe and in Finland. The government of Finland has decided that organic, vegetarian and seasonal food will be served at least once a week by 2010 in public kitchens, catering, schools, hospitals, kinder-gartens, and public organizations.

Sustainability considers three issues: ecology, social well-being, economy and health. Ecological aspects include regional products and organic farming. An example of social aspects in the field of food sustainability is the use of fair trade products which supports the salary of farmers in third world countries.

Economic aspects embrace the protection of the environment. The topic of health concerns for the end-users the production of good, tasty, healthy products. We live in an environment, where climate change plays an important role, the eating habits are changing and consumers are more and more confused about the enormous product offer in food chains.

We welcome you to join us at the seminar and meet various experts in the field of sustainable food production and catering.

SEMINAR PROGRAM

Monday September 21, 2009

Place: Auditorium Timo, Laurea Leppävaara
Moderator: Markus Maulavirta, Chef, Marcuisine Oy

13:00 OPENING AND WELCOMING

Ilari Paananen, Head Chef, BarLaurea
Heini Kuivanen, Trainee, BarLaurea

13:30 SUSTAINABLE AND LOCAL FOOD

Jaakko Nuutila, Central Union of Agricultural Producers and Forest Owners, Ombudsman for Food Culture

14:00 POSSIBILITIES FOR LOCAL AND ORGANIC PRODUCTS IN

PUBLIC CATERING - CASES FROM GERMANY
Carola Strassner, PhD, oec.troph., MBA, Professor, University of Applied Sciences, Münster, Germany

14:30 LOCAL FOOD IN FINLAND

Irma Kärkkäinen, MSc. (Econ.), Home Economics Teacher, EkoCentria

14:55 CLOSING REMARKS

Markus Maulavirta, Chef

15:00 ENTRANCE HALL: LOCAL FOOD FAIR

LOCAL FOOD PRODUCERS

SID | BarLaurea
LABS

Kestävän kehityksen ja lähiruoan viikko

21-25.9.2009

Enjoying Local Food - Seminaari

21.9.2009



Yhteystiedot:

Ilari Paananen

Keittiöpäällikkö, BarLaurea

Sähköposti: ilari.paananen@laurea.fi

Puh. +358(0)407391661

www.laurea.fi

Aihe: "Lähiruokaa"

Kestävä kehitys on kuuma puheenaihe niin Euroopassa kuin Suomessakin. Valtioneuvosto on tehnyt periaatepäätöksen edistää sesonginmukaisen, luomu- ja kasvisruoan tarjoamista. Tavoitteena on tarjota kestävä kehitys tukevia aterioita vähintään kerran viikossa vuoteen 2010 mennessä julkisissa keittiöissä muun muassa kouluissa, sairaaloissa ja lastentarhoissa.

Kestävä kehitys voidaan hahmottaa neljänä eri ulottuvuutena: ekologisen, sosiologisen, taloudellisen sekä terveydellisen ulottuvuuden. Ekologisena ulottuvuutena voidaan nähdä paikallinen tuotanto, luonnonmukainen viljely sekä kasvispainotteinen ruokavalio. Esimerkkinä kestävä kehityksen sosiologisista ulottuvuuksista mainittakoon Reilun kaupan tuotteet ja lähellä tuotetun ruoan käyttö. Kestävän kehityksen taloudellinen ulottuvuuden tavoitteena on luonnon kestävä käyttö sekä ympäristön ja yhteisön hyvinvoinnin vaaliminen. Elämme ympäristössä, jossa ilmastonmuutos vaikuttaa jokapäiväiseen elämäämme, ruokailutottumukset ovat muuttuneet ja kuluttajat ovat yhä hämmentyneempiä suurten kauppaketjujen tarjonnasta. Tämän takia meidän tulisi pyrkiä lisäämään tietouttamme myös ruokatuotannon kestävästä ratkaisusta.

Kestävän kehityksen ja lähiruoan viikon tavoitteena on tiedottaa lähiruoan tarjoamista mahdollisuuksista ja herättää keskustelua ajankohtaisesta aiheesta.

Lähiruokaseminaari 21.9.2009

Kestävän kehityksen ja lähiruoan viikko alkaa seminaaripäivällä 21. syyskuuta 2009. Seminaarissa kuulet alan ammattilaisten ja asiantuntijoiden näkökulmia kestävä kehityksen mukaiseen ruoantuotantoon Suomessa. Lisäksi seminaari tarjoaa tietoa luomu- ja lähiruokatuotteiden käytöstä julkisissa ruokapalveluissa sekä esimerkkitapauksia alan uranuurtajista.

Seminaarin tavoitteena on vahvistaa ruoka-alan ammattilaisten, lähiruokatuottajien, kuluttajien sekä yritysten välistä tietoverkkoa. Lähiruokatuottajille seminaari tarjoaa hyvän mahdollisuuden lisätä tuotteidensa tunnettavuutta ja luoda uusia yhteyksiä niin muihin tuottajiin kuin kuluttajiinkin.

Toivotamme sinut tervetulleeksi seminaariin tutustumaan ja keskustelemaan kestävä kehityksen mukaisen ruokatuotannon ja ruokapalveluiden mahdollisuuksista alan asiantuntijoiden kanssa.

Puhujat

Dr. oec.troph., MBA, Carola Strassner, Münsterin ammattikorkeakoulu, Saksa

Irma Kärkkäinen, KTM, kotitalousopettaja, EkoCentria

Jaakko Nuutila, ruokakulttuuriasiamies, MTK

Markus Maulavirta, keittiöpäällikkö, Marcuisine Oy

Ajankohta

Maanantai 21.9.2009

Paikka

Seminaari järjestetään Laurea ammattikorkeakoulussa, Leppävaaran toimipisteessä, osoitteessa Vanha maantie 9.

Ilmoittautuminen:

Päivitetty ohjelma ja lisätietoja: www.laurea.fi

Ilmoittautuminen e-lomakkeella viimeistään 16. syyskuuta, 2009.

Ilmoittautumislomake: <https://elomake3.laurea.fi/lomakkeet/991/lomake.html>

SID | BarLaurea
LABS



Seminaarin ohjelma: Enjoying Local Food

Maanantai 21. syyskuuta, 2009

Paikka: Auditorio Timo

Juontaja: Markus Maulavirta, keittiöpäällikkö, Marcuisine Oy

- | | |
|-------|--|
| 13:00 | Tervetuloa seminaariin!
Markus Maulavirta, keittiöpäällikkö, Marcuisine Oy
Ilari Paananen, keittiöpäällikkö, BarLaurea
Heini Kuivanen, tutkimusharjoittelija, BarLaurea |
| 13.30 | Sustainable and Local Food
Jaakko Nuutila, MTK, ruokakulttuuriasiamies |
| 14.00 | Possibilities for Local and Organic Products in Public Catering - Cases from Germany
Carola Strassner, PhD, oec.troph., MBA, Professori, Münsterin ammattikorkeakoulu, Saksa |
| 14.30 | Local Food in Finland
Irma Kärkkäinen, KTM, kotitalousopettaja, EkoCentria |
| 14:55 | Loppupuheenvuoro
Markus Maulavirta, keittiöpäällikkö |
| 15.00 | Tapahtuma-aula: Lähiruokamessut
Lähiruokatuottajien tuotteet tutuksi! |
| 16.00 | Ravintola Flow: Verkostoitumiscocktail
Kysymyksiä, keskusteluita ja tutustumista |

Tapahtuma on maksuton!



LÄHIRUOKAVIIKON MENU 21.-25.9.2009

MAANANTAI

Karjalanpaistia ja keitinperuna
Punajuuri-ohrapaistos
Siskonmakkarakeitto
Talkkunahyve

TIISTAI

Kukonharjan kukonpoika
Juuresgratiini
Porkkanakeitto
Puolukkavispipuuro

KESKIVIIKKO

Luomu jauhelihapihvi
Uunipunajuurta ja Kolatun Chevreä
Kukkakaalikeitto
Marjarahka

TORSTAI

Kanapyöryköitä
Kasvispyöryköitä
Hernekeittoa ja viljapossunkylkeä
Kyytönmaito pannukakkua

PERJANTAI

Paahdettua kirjolohta ja keitinperuna
Kesäkurpitsa "lasagne"
Maa-artisokkakeitto
Mustikkapiirakka



SID | BarLaurea
LABS

Sustainable and Local Food Week
24.9.2009

Karjalanpaisti Karelian stew

Liha/ Meat: Benjamin's local farm market, Iitti
Peruna/ Potatoes: JH-vihannes, Klaukkala

Gluteeniton, maidoton
Gluten free, milk free



Palaute lähiruokapäivästä 21.9.2009

Hyvä vastaaja,

Olemme kiinnostuneita saamaan palautetta Laurean lähiruokapäivästä. Saamamme palautteen pohjalta voimme järjestää seuraavan lähiruokapäivän entistä paremmin vierailijoiden toiveita ja tarpeita vastaavaksi. Palautathan lomakkeen täytettynä pääaulan infopisteeseen.

Ympyröi oikea vaihtoehto.

1. Olen 1) nainen
 2) mies

2. Ikäni on: 1) alle 25 v.
 2) 26-35 v.
 3) 36-45 v.
 4) 46-55 v.
 5) yli 56 v.

3. Olen 1) opiskelija
 2) opettaja
 3) vierailija
 4) luennoitsija
 5) näyttelleasettaja
 6) muu, kuka? _____

4. Mitä mielestäsi lähiruokalla tarkoitetaan? (Ympyröi yksi vaihtoehdoista.)

- 1) ruokaa, joka on haettu lähikaupasta
2) ruokaa, joka on tuotettu lähellä sen tarjoilupaikkaa
3) kaikkea Suomessa tuotettua ruokaa
4) kaikkea EU:n alueella tuotettua ruokaa
5) muuta, mitä? _____

5. Jatka virkettä haluamallasi tavalla.

Suosin lähiruokaa, koska _____

6. Mitä syömäsi ruoan alkuperä Sinulle merkitsee? (Ympyröi yksi vaihtoehdoista.)

- 1) olen kiinnostunut sen alkuperästä, mutta harvemmin otan siitä selvää
2) ruoan alkuperällä ei ole juurikaan väliä, kunhan se on suomalaista
3) ruoan alkuperällä ei ole mitään väliä
4) jotain muuta, mitä? _____

7. Minkälainen oli

(Ympyröi mielestäsi sopivin vaihtoehto 4= erittäin hyvä, 3= hyvä, 2= huono, 1= erittäin huono)

a) informaatio ennen tapahtumaa?	4	3	2	1
b) tiedon kulku tapahtuman aikana?	4	3	2	1
c) seminaariohjelman kiinnostavuus?	4	3	2	1
d) messualueen kiinnostavuus?	4	3	2	1
e) tapahtuma-alueen julisteet ja diaesitykset?	4	3	2	1
f) tapahtuman aikataulutus?	4	3	2	1
g) tarjottu lähiruoka BarLaureassa?	4	3	2	1

8. Saiko Laurean lähiruokapäivä sinut kiinnostumaan enemmän ruoan alkuperästä?

- a) kyllä b) ei

9. Vastasiiko tapahtuman toteutus odotuksiasi?

- a) kyllä b) ei

10. Kehitysideoita tai muuta kommentoitavaa tapahtumasta voit halutessasi kirjoittaa lomakkeen kääntöpuolelle.

Kiitos vastauksista!



Lähiuokapalaute 21.9.2009

Avointen kysymysten vastaukset

Kysymys 5

Jatka virkettä haluamallasi tavalla.

Suosin lähiuokaa, koska..

Ekologinen näkökulma:
<ul style="list-style-type: none"> - It is more ecological. - Haluan säästää luontoa ja vähentää hiilidioksidipäästöjä. - It is ecological. - Se on ekologista. - Se säästää luontoa. - Lähiuoka on tuoreempaa, siinä on vähemmän lisäaineita, kuljetusmatkat ovat lyhyempiä (vähemmän päästöjä ja pakkausjätettä) sekä tukee lähituottajien työllisyyttä ja kestäväää kehitystä. - Se on yleensä tuoreempaa sekä ekologisempaa syödä läheltä kuljetettua ruokaa - It doesn't require so much packing and preservatives. - Lähiuoka on tuoreempaa, siinä on vähemmän lisäaineita, kuljetusmatkat ovat lyhyempiä (vähemmän päästöjä ja pakkausjätettä) sekä tukee lähituottajien työllisyyttä ja kestäväää kehitystä.
Sosiologinen näkökulma:
<ul style="list-style-type: none"> - Haluan tukea lähituloja, leipomoita ym.
Taloudellinen näkökulma:
<ul style="list-style-type: none"> - It gives me good concious, provides jobs and supports agriculture. - Se on hyväksi yrittäjille ja siinä on useimmiten käytetty vähemmän kemikaaleja eikä tarvita logistiikkaa yhtä paljon. - It helps local farmers and keeps the food in finland.
Työllistymisen näkökulma:
<ul style="list-style-type: none"> - Se on suomalaista, tuoretta ja se tarjoaa työpaikkoja lähiympäristön asukkaille.
Ravitsemuksellinen näkökulma:
<ul style="list-style-type: none"> - Sen ravintoarvot ovat parempia kuin tavanomaisesti tuotetun. - It's more fresh and probably has less preservatives. - Se on terveellisempää ja tuoreempaa.

Kysymys 4

Vaihtoehto 5) muuta, mitä?

Havainto 41	Ruokaa, joka on tuotettu 100km säteellä.
Havainto 33	Paikallisten viljeilijöiden/tuottajien ruokaa/raaka-aineita.

Kysymys 10.

Kehitysehdotuksia

Havainto 2	A brake would have been nice.
------------	-------------------------------

Havainto 4	<p>Kylläpä oli huonosti järjestetty tapahtuma. Enemmän panostusta suunnitteluun ja aikaa lisää.</p> <p>Tapahtumalla ei ollut johtajaa, joka vastaa kaikesta.</p> <p>Vastuualueita ja niistä vastaavia ei ollut nimetty.</p> <p>Suunnittelu oli sekavaa.</p> <p>Suunnittelu-aika oli liian lyhyt.</p> <p>Faktat muuttuivat viime hetkellä.</p> <p>Ohjelmia ei jaettu sisään tultaessa kaikille, minäkään en saanut.</p> <p>Paikallisia tuottajia ei ollut.</p> <p>Seminaari oli englanniksi, mutta ohjelma netissä oli suomeksi.</p> <p>Kommunikaatio oli sekavaa etenkin kielen kannalta.</p> <p>Puheenjohtajan rooli jäi epäselväksi.</p> <p>Aikataulutus ei pitänyt.</p> <p>Puheet kannattaa miettiä etukäteen, eikä puhua ad hoc.</p>
Havainto 20	<p>Olin sen puolesta pettynyt päivän lähiruokaan BarLaureassa, koska klo 12.30 ei enää saanut karjalanpaistia. Odotin, että lähiruokapäivänä ruoka olisi listan mukaista.</p>
Havainto 39	<p>Neljä puhujaa on liikaa, tauko välissä olisi ollut kiva.</p> <p>Juontajalla ei ihan homma hallussa.</p>
Havainto 41	<p>Mustaherukkajuliste oli erittäin hieno ja mielekiintoinen, hyvä!</p>
Havainto 44	<p>Ymmärrän, että usein tauon aikana porukka vähenee, mutta kyllä pissatauko olisi kahden tunnin aikana olisi jo paikallaan. Olisiko kestävään kehitykseen hyvä e-lomake vai lippulappuset?</p>
Havainto 48	<p>Brake in between!</p>