



LOPPURAPORTTI

1.1.2008 – 31.12.2011

Karelia à la carte -hanke

Hankennumero 2349

ProAgria Pohjois-Karjala ry
Hankevastaava Pirjo Korjonen
PL 5, 80101 Joensuu
puh. 040 301 2417
sähköposti: pirjo.korjonen@proagria.fi

SISÄLTÖ

Tiivistelmä.....	3
1. Johdanto.....	5
1.1 Hankkeen tausta ja lähtökohdat.....	5
1.2 Kohderyhmä.....	6
1.3 Hankkeen laadulliset tavoitteet.....	6
1.4 Hankkeen määrälliset tavoitteet.....	7
2 Hankkeen riskit.....	7
3 Ajankohta ja kesto.....	7
4 Hankeorganisaatio.....	7
4.1 Hallinnointi ja ohjausryhmä.....	7
4.2 Yhteistyötahot.....	8
5 Toiminnan kuvaus ja tavoitteiden toteutuminen.....	9
5.1 Toimintasuunnitelma.....	9
5.2 Toimenpiteet ja tapahtumat ajalla 1.1.2008–30.6.2011.....	11
5.2.1 Tapahtumat, seminaarit ja koulutukset opintomatkat, joihin hanke osallistunut.....	12
5.2.2 Hankkeen järjestämät tapahtumat, koulutukset, opintomatkat, seminaarit:.....	19
5.2.3 Hankkeen tiedotus.....	26
6. Tulokset.....	30
6.1 Matkailupalveluiden tuotteistaminen.....	30
6.2 Tehdyt selvitykset ja tutkimukset:.....	33
6.3 Materiaalit ja julkaisut.....	35
6.4 Nettisivut.....	36
6.5 Määrällisten tavoitteiden toteutuminen.....	36
7. Talous.....	37
8. Hankkeen toteutuksen arviointi.....	37
8.1 Karelia á la carte -hankkeen Itsearviointi.....	37
8.2 Hankevastaavan arvio hankkeesta, hankevastaava Pirjo Korjonen ProAgria Pohjois-Karjala...38	38
8.3 Hallinnoijan arvio hankkeesta, Johanna Rinnekari, palvelupäällikkö ProAgria Pohjois-Karjala .39	39
8.4 Ohjausryhmän arvio hankkeesta, luonnos.....	40
8.5 Karelia á la carte -hankkeen ulkoinen väliarviointi.....	40
9. Johtopäätökset.....	41
10. Jatkotoimet.....	42

Tiivistelmä

Karelia à la carte -hanke 1.1.2008–31.12.2011 oli ProAgria Pohjois-Karjala ry:n hallinnoima ja toteuttama hanke. Hanke oli Manner-Suomen maaseudun kehittämissuunnitelman 2007–2013 toimenpiteen 313 (Matkailuelinkeinojen edistäminen) mukainen. Hankkeessa edistettiin matkailu-, elintarvike- ja käsi- ja taideteollisuusalan keskinäistä yhteistyötä sekä Pohjois-Karjalan erityispiirteitä ja paikallisen identiteetin huomioivaa tuotekehitystyötä. Hanke on ollut myös Pohjois-Karjalan matkailustrategian 2007 -2013 (5.4 Vahvuutena teematuotteet) mukainen.

Hanke toimi koko maakunnan alueella. Hanketta rahoittivat Pohjois-Karjalan ELY -keskus, valtio, Euroopan maaseuturahasto, kunnat ja mukana olleet yritykset. Hankkeen kokonaisbudjetti oli 400 000 euroa ja toteutuneet kustannukset 31.7.2011 olivat 397 649,15 euroa. Toiminnassa on ollut mukana 138 yritystä, joista Karelia à la carte verkostoon kuuluu noin 80.

Hankkeen aikana on työstetty ruokamatkan tuotteistaminen sekä kehitetty uusia matkailutuotteita kotimaan markkinoille sekä kansainvälisille markkinoille. Yrityskohtaisia investointeja ja kehittämistoimia on toteutettu 42 yritykseen

Hankkeen toimesta on informoitu yritysryhmähankkeiden hakumenettelystä, hallinnoinnista ja yrittäjien sitoutumisesta yritysryhmähankkeisiin. Aktivoinnin tuloksena laitettiin vireille kaksi yritysryhmähanketta: Karjalaiset perinneleivonnaiset -hanke sekä Pidot pystyyn -hanke. Hankkeet saivat rahoituspäätöksen 2.10.2009.

Karelia à la carte -hankkeessa on toteutettu Laatu yrittämiseen -valmennuksia. Valmennuksien tavoitteena on ollut selkeyttää yrityksen toimintaa nyt ja tulevaisuudessa. Valmennukset ovat sisältäneet lyhyitä tietoisuuksia, keskusteluja, ryhmätöitä ja toinen toisilta oppimista. Valmennus (kesto 4 pvä) on sisältänyt toimenpiteitä, joiden avulla on voitu tarkastella ja kehittää yritystoimintaa käytännönläheisesti.

Karelia à la cartesta on luotu vakiintunut brandi, jonka tunnettavuutta on hankkeen aikana lisätty runsain mitoin erilaisilla markkinointitoimenpiteillä. Yksi tärkeimmistä toimenpiteistä on ollut www.kareliaalacarte-fi sivujen tunnetuksi tekeminen. Sivujen kokonaiskävijämäärä on seurattu 1.1.2009 alkaen. Ensimmäisellä raportointikaudella 1.1.–30.6.2009 kävijöitä oli 1 796. Sivulla on 1.1.2009–30.6.2011 vierailtu 40 754 kertaa. Keskimäärin joka kuukausi 1 400 eri ihmistä käy sivustoilla, lähes 50 kävijää päivittäin. Jokainen vierailija on käynyt vähintään viidellä sivulla eli ei ole käyty vain katsomassa vaan on haettu myös tietoa. Sivustoilta on ladattu 44,53 GB erilaisia aineistoja mm. Karjalaiset perinneleivonnaiset esitykset, logistiikka/markkinointiselvitys, Juhlapalveluopas, Karelia à la carte reseptivihkonen.

Hanke kilpailutti Pohjois-Karjalaan liittyviä ruoka- ja tuotekuvauksia varten valokuvauksen ammattilaisia. Valokuvaaja otti vuoden ajan eri vuodenaikoihin liittyviä ruokakuvia; valmiista ruoka-annoksista, yksittäisistä ruokalajeista, karjalaisista perinneleivonnaisista, pitopöydistä, ruokailutilanteista sekä kuvia sienistä, marjoista ja järvikaloista. Kuvat ovat yrittäjien, yhteistyökumppaneiden ym. käytettävissä. Joensuun Kauppahallin torin puoleisten ikkunoiden somistukset ovat hyvä esimerkki näistä kuvista.

Yritysten kehittämiseen liittyy olennaisesti myös markkinakentän tunteminen ja uusien ideoiden synnyttäminen ja edelleen kehittäminen. Hankkeen aikana tehtiin viisi opintomatkaa eri puolelle Suomea. Opintomatkojen tavoitteena on ollut yhteistyön sekä matkailupalveluiden ja tuotteiden kehittäminen. Opintomatkoihin kuuluivat matkan aikana tehtävät ryhmätöitä matka-

kohteista, joissa arvioitiin yritysten palvelun laatua, tuotteita, markkinointia, opasteita, sisätilaa, lähiympäristöä sekä elämyksellisyyttä. Ruokapalveluiden osalta arvioitiin ruoan aistittava laatu, astiat, kattaus, asiakaspalvelu sekä ympäristö sisätiloissa.

Hankkeen aikana on tuotteistettu eri teemoihin liittyviä Karelia à la carte ruokaretkiä. Karelia à la carte Karjalaisella Ruokaretkellä tulevat tutuiksi pohjoiskarjalainen yrittäjäyys, ruokakulttuuri, nykypäivän gastronomia ja Karelia à la carte -verkosto. Paikalliset makuelämykset ja karjalainen vieraanvaraisuus täydennettynä monipuolisilla ohjelmalveluilla ja kädentaidoilla muodostavat ainutlaatuisen ruokamatkan.

1. Johdanto

1.1 Hankkeen tausta ja lähtökohdat

Elintarvike-, matkailu- ja käsi- ja taideteollisuusalan yhteistyötä tulee edistää. Karelia à la carte -yhteistyö on edelläkävijänä ottanut ensimmäiset askeleet: Toimintaa on hankkeen aikana laajennettu toimialojen sisäisestä yhteistyöstä myös toimialojen väliseen yhteistyöhön. Karelia à la carte -yhteistyön laajennettu toiminta-ajatus: Karelia à la carte on pohjoiskarjalaisten ravintoloiden sekä matkailu-, elintarvike- ja käsityöalan yritysten verkosto. Karelia à la carte pohjautuu karjalaisuuteen ja paikallisten raaka-aineiden käyttöön.

Yhteisen Karelia à la carte -brändin alla toimiminen on tuonut yhteistoiminnan kehittämiseen määrätietoista tavoitteellisuutta. Resursseja yhdistämällä on saatu aikaan entistä suurempia ja näyttävämpiä yhteisesiintymisiä. Lisäksi entistä tiiviimmän yhteistyön avulla ollaan saatu aikaiseksi kustannussäästöjä, kun ollaan karsittu päällekkäisiä toimintoja.

Kun hankkeessa on järjestetty tilanteita, joissa yrittäjät ovat tavanneet toisiaan, ollaan tultu tutuiksi ja on syntynyt luontaista yhteistyötä. Tapaamistilanteissa, koulutuksissa ja yhteisissä messuesiintymisissä opitaan toisilta erilaisia toimintatapoja. Tapaamisten myötä opitaan tuntemaan toisen yrityksen toimintaa, tuotteita ja mahdollisten asiakkaiden toiveita. Tutustumisen myötä opitaan käyttämään entistä enemmän paikallisia tuotteita. Yhteistyön tiivistäminen on tärkeää, koska maakunnallisesti omaperäinen ruoka ja makumuistot ovat merkittävä osa matkailua. Maakunnan matkailuyritykset tuntevat yllättävän huonosti paikalliset elintarvikkeet ja käsityötuotteet, mikä on seurausta mm. siitä, että kehittämishankkeet ja kehittäjäorganisaatiot ovat toimineet liian toimialakohtaisesti. Toisaalta elintarvikealan yritykset eivät markkinoi tuotteitaan oman maakunnan matkailuyrityksille. Suurimmalle osalle esim. elintarvikealan ja käsityöalan yrityksistä riittäisi Pohjois-Karjalan markkinat, jos paikallisia tuotteita käytettäisiin enemmän matkailuyrityksissä ja muissa vastaavissa yrityksissä. Usein voimavaroja tuhlatetaan ja hajautetaan, kun pyritään keskusliikemarkkinointiin, Helsingin seudun vähittäiskauppoihin ja kansainvälisille markkinoille, vaikka oman paikkakunnan tai maakunnan markkinat riittäisivät.

Karelia à la carte -hankkeessa kolme osa-aluetta:

Karelia à la carte -hanke		
Karelia à la carte – Elintarvikkeet	Karelia à la carte – Matkailu	Karelia à la carte – Käsi- ja taideteollisuus



Tavoite: Matkailu-, elintarvike- ja käsi- ja taideteollisuusalan yhteistyön, toimintaedellytysten ja – ympäristön kehittäminen.

Hanke on Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelman 2007 – 2013 toimenpiteen 313 (matkailuelinkeinojen edistäminen) mukainen. Hankkeessa on edistetty matkailu-, elintarvike- ja käsi- ja taideteollisuusalan keskinäistä yhteistyötä ja Pohjois-Karjalan erityispiirteet ja paikallisen identiteetin huomioivaa tuotekehitystyötä. Hanke on ”Ruoasta Elämys – Pohjois-Karjalan kehittämisohjelman 2007–2010” mukainen; tukee kehittämisen painopisteitä (2 ja 3) ja toteuttaa toimenpiteitä. Hanke on myös Pohjois-Karjalan maaseutuohjelman 2007–2013 mukainen.

1.2 Kohderyhmä

Karelia á la carte -hankkeen toiminta on kohdistunut pohjoiskarjalaisiin yrityksiin, toimialoina:

- Matkailuyritykset
- Majoituspalvelut
 - Ohjelmapalveluyritykset*
 - Ateriapalveluyritykset*
 - Pito- ja juhlapalvelut*
 - Ravintolat, hotellit*
- Elintarvikealan yritykset, tuotteina:
 - Kasvikset, kasvisjalosteet, yrtit, sinapit*
 - Marjat, hedelmät, marja- ja hedelmäjalosteet*
 - Hunaja ja hunajajalosteet*
 - Kala, kalajalosteet*
 - Liha, lihajalosteet*
 - Riista, riistajalosteet*
 - Metsäsienet, viljellyt sienet, sienijalosteet*
 - Jauhot, hiutaleet, suurimot, leivät, piirakat, leivonnaiset*
 - Maitojalosteet*
- Käsi- ja taideteollisuusalan yritykset, tuotteina:
 - Tekstiilityöt*
 - Kankaanpainantatuotteet*
 - Puutuotteet*
 - Kivi-, keramiikkatuotteet*
 - Saippuat, kynttilät*
 - Taideteollisuustuotteet*
- Muut pohjoiskarjalaiset yritykset, järjestöt, yrityksen perustamista suunnittelevat
- Maatilayritykset, jotka laajentavat toimintaansa elintarvikkeiden valmistukseen, matkailupalveluiden tuottamiseen tai käsi- ja taideteollisuusalaan

1.3 Hankkeen laadulliset tavoitteet

1. Elintarvike-, matkailu- ja käsi- ja taideteollisuusalan sisäisen ja toimialojen välisen yhteistyön lisääntyminen osaamisen kehittämisessä, tuotekehityksessä, raaka-aineiden hankinnassa, tuotannossa, markkinoinnissa, logistiikassa ja liiketoiminnan kehittämisessä Karelia á la carte -brändin alla.

2. Pohjoiskarjalaisten maaseudun pienyritysten toimintaympäristön ja -edellytysten kehittäminen niin, että maaseudun toimeentulomahdollisuudet lisääntyvät, elinkeinotoiminta monipuolistuu, kilpailukyky parantuu ja pohjoiskarjalaisten tuotteiden ja palveluiden tunnettavuus ja kysyntä kasvavaa.

3. Maakunnan elintarvikealan yritykset, matkailuyritykset ja käsi- ja taideteollisuusalan yritykset verkostoituvat myös muiden maakunnan yritysten kanssa mm. kärkiyritysten kanssa.

4. Yritysten laadun hallinnan, toimintatapojen, tuotteiden, palveluiden, liiketoiminnan suunnitelmallisuuden, markkinointimahdollisuuksien ja kannattavuuden paraneminen

5. Karelia à la cartesta on luotu vakiintunut brändi, jonka avulla hankkeessa markkinoidaan maakunnan matkailua, elintarvikealaa ja käsi- ja taideteollisuusalaa sekä kotimaassa että kansainvälisillä markkinoilla.

1.4 Hankkeen määrälliset tavoitteet

Hankkeen toiminnassa on ollut mukana 138 yritystä ympäri Pohjois-Karjalaa, muutamia yrityksiä myös lähi maakunnista.

Hankkeen aikana on toteutettu yrityskohtaisia investointeja ja kehittämistoimia 42 yritykseen.

Hankkeen aikana kehitetyt uudet matkailutuotteet kotimaahan sekä kansainvälisille markkinoille (toimenpide 313):

2 Hankkeen riskit

Karelia à la carte -hankkeen suurimmat riskit liittyvät toimintaympäristön uhkatekijöihin:

- Pohjois-Karjalan matkailun ja elintarvikealan kehityksen taantuma; pääomien, investointien, resurssien, markkinoinnin vähäisyys
- Kuluttajien ostovoima heikkenee
- Ruokailun merkitystä osana matkailuelämystä ei tunnusteta
- Karelia à la carte -hankkeen toimialojen välinen ja sisäinen yhteistyö epäonnistuu

3 Ajankohta ja kesto

Hankkeen toteutusaika: 1.1.2008 – 31.12.2011.

4 Hankeorganisaatio

4.1 Hallinnointi ja ohjausryhmä

Hankkeen hallinnoinnista, toteuttamisesta sekä kirjanpidosta vastasi ProAgria Pohjois-Karjala ry

Y-tunnus 0212384-8

PL 5 (Koskikatu 11 C, 4.krs) 80101 Joensuu

(Vuoden 2011 alusta Länsikatu 15, Joensuun Tiedepuisto)

Puh. 040 301 2400

E-mail. etunimi.sukunimi@proagria.fi, www.proagriapohjois-karjala.fi

Hankkeen rahoitus: Pohjois-Karjalan ELY -keskus, valtio, Euroopan maaseuturahasto, kunnat ja yksityiset

Hankkeen vastuullisena johtajana toimi palvelupäällikkö Johanna Rinnekari ja hankevastavaa yritysneuvoja Pirjo Korjonen, ProAgria Pohjois-Karjala ry.

Kirjanpito, maksatukset, toimistos sihteeri Ritva Hyttinen, ProAgria Pohjois-Karjala ry

Muut toteuttajat:

Jokinen Päivi, ProAgria Pohjois-Karjala
 Kervinen Pirjo, ProAgria Pohjois-Karjala
 Natri Marko, ProAgria Pohjois-Karjala
 Norismaa Minna, ProAgria Pohjois-Karjala
 Pesonen Anu, ProAgria Pohjois-Karjala
 Pesonen Arja, ProAgria Pohjois-Karjala (20.3.2009 saakka)
 Peuhkurinen Kirsi, ProAgria Pohjois-Karjala
 Hyppönen Sari, ProAgria Pohjois-Karjala (1.5.2010 alkaen)
 Rinnekari Johanna, ProAgria Pohjois-Karjala
 Rummukainen Kirsti, ProAgria Pohjois-Karjala
 Tahvanainen Päivi, ProAgria Pohjois-Karjala (27.4.2009 alkaen)
 Vanne Raija, ProAgria Pohjois-Karjala

Hankkeen ohjausryhmä:

Iivanainen Pertti, Liperin kunta
 Ikonen Raija-Liisa, Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulu (31.12.2010 saakka)
 Jussila Rauno, Pohjois-Karjalan maakuntaliitto
 Karjalainen Jani, Karelia Expert Matkailupalvelu Oy (10.9.2009 saakka)
 Litja Markku, Karelia Expert Matkailupalvelu Oy (14.9.2010 saakka)
 Hukkanen Arja, Karelia Expert Matkailupalvelu Oy
 Karjalainen June (ent. Juntunen), Mahevi Oy
 Kinnunen Arja, Joensuun yliopisto
 Lehikoinen Tarja, Honkavaaran perinnepiha
 Leppänen Hanne, Pohjois-Karjalan Aikuisopisto
 Rinnekari Johanna, ProAgria Pohjois-Karjala ry
 Sirviö Terho, Pohjois-Karjalan ELY -keskus
 Väänänen Marketta, Marketix Oy

Asiatuntijajäsen: Tarja Kupiainen, Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulu

Hankkeen ohjausryhmän tehtävänä oli hankkeen toiminnan ja talouden seuraaminen ja ohjaaminen. Ohjausryhmä kokoontui kahdesti vuodessa.

4.2 Yhteistyötahot

Hankkeen suunnittelusta vastasi ProAgria Pohjois-Karjala/ Maa – ja kotitalousnaiset. ProAgria Pohjois-Karjala ja P-K:n Aikuisopisto (Elintarvikealan koordinointi-hanke) sopivat 23.5.2008 käymässään neuvottelussa hankkeiden välisestä yhteistyöstä.

Hankkeessa tehtiin yhteistyötä seuraavien yhteistyökumppaneiden kanssa:

Pohjois-Karjalan Aikuisopisto
 Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulu
 Pohjois-Karjalan ammattiopisto
 Itä-Suomen yliopisto, Joensuun yliopisto

Keittiömestarit ry
 Ruoka-Suomi -teemaryhmä
 Maa- ja Metsätalousministeriö
 Pohjois-Karjalan ELY-keskus
 Pohjois-Karjalan maakuntaliitto
 Pohjois-Karjalan Käsi- ja taideteollisuus ry
 Karelia Expert Matkailupalvelu Oy
 MTK Pohjois-Karjala
 Toimialan muut hankkeet
 Elinkeinoyhtiöt, kunnat
 Keskusliikkeet, tukut, yritykset
 Finfood – Suomen Ruokatieto ry
 Ruoka-Suomi teemaryhmä
 EkoCentria – Savon ammatti- ja aikuisopisto, Lähiruokakeittiökeskus
 Pohjois-Karjalan kuluttajavastaavat
 Controlmatic
 Pohjois-Karjalan Yrittäjät
 Pohjois-Karjalan kauppakamari
 ProAgria Keskusten Liitto ry/Maa- ja kotitalousnaisten keskus ry

Hankeyhteistyö

Hanketyöskentelyssä on erittäin tärkeää eri hankkeiden välinen yhteistyö maakunnassa. Se on kehittynyt koko ajan entistä positiivisempaan suuntaan. Yhteistyö on lisännyt huomattavasti eri toimijoiden keskinäistä tietoisuutta toistensa toiminnasta ja monia hankkeen toimenpiteitä järjestetään yhteistyössä. Yhteistyö on taloudellisestikin kannattavaa, koska päällekkäisyyksistä tapahtumien, koulutusten ja opintomatkojen osalta vältetään.

5 Toiminnan kuvaus ja tavoitteiden toteutuminen

5.1 Toimintasuunnitelma

Hankesuunnitelman mukainen toimintasuunnitelma

Tehtävä	v. 2008	v. 2009	v. 2010	v. 2011
Alkukartoitukset yrityksille	_____	_____	_____	
Toimialaselvitys	_____			
Projektisuunnitelman tarkennus	_____	_____		
Palvelun toteuttajien kilpailutus		-----	-----	-----
Yhteistyön kehittäminen Karelia á la carte –brändin alla	_____			_____
Karelia á la carte markkinointi-ilmeen kehittäminen	_____			_____
Messut ym. tapahtumat, kaikille avoimet	* * *	* * **	* * * ***	* * *

Koemarkkinointitapahtumat, -testaukset	*	* * *	* * *	* *
Teemapäivät/ Tullaan Tutuksi -päivät		* * *	* * *	* *
Karelia á la carte Ruokamessut: Esiselvitys, suunnittelu, toteutus		-----*	*	--*
Markkinointimateriaalin toteutus				
Yhteismarkkinointikampan- jat: Yhteisilmoitukset, radio- ohjelmat, tiedotustilaisuudet				
Valtakunnallinen Road Show		* *	* *	* *
Tuote-esittelijä-, myyntiedus- tajakartoitus, -koulutus	-----	-----*	*	
Tehtävä	v. 2008	v. 2009	v. 2010	v. 2011
Sähköinen kauppapaikka – selvitys ja järjestelmän ra- kentaminen		-----		
Logistiikkayhteistyön kehit- täminen Karelia á la carte - brändin alla: Selvitykset, suunnitelmat, materiaalin tuottaminen, koulutukset				
Logistiikkaoperaattori- selvitys, -suunnitelma		-----	-----	
Raaka-aineiden hankinta-, tuotannollinen yhteistyö – alkuselvitykset, -koulutukset				
Yrittäjäosaamisen vaihdon koordinointi, kartoitukset & sijaispalvelujärjestelmän ra- kentaminen			-----	
Opintomatka kotimaassa		* *	*	*
Venäjän-, englannin- ja saksankielisen yleismateriaalin tuottaminen		-----	-----	
Tuotekehitys, tuotteistaminen, ateriapalve- lusuunnittelu, reseptiikan kehittäminen, laadunhallinta		-----		-----
EU nimisuojaajärjestelmän tunnettavuuden lisääminen ja uudet tuotteet järjestelmään				
Ympäristövastuullisuuden kehittäminen		-----	-----	-----

Koulutus, kaikille avoin				
Laatukäsikirjan suunnittelu				
Karelia à la carte lähiruokapäivät päiväkodeissa, kouluissa	*	* * *	* *	* *
Tulosten julkistaminen www.kareliaalacarte.fi nettisivuilla ja painomateriaalina				
Ohjausryhmän kokoukset	*	* *	* *	* *
Itsearviointipäivät		*	*	*
Hankkeen ulkoinen arviointi			*	*
Loppuraportointi				

5.2 Toimenpiteet ja tapahtumat ajalla 1.1.2008–30.6.2011

Hankepäättös saatiin vasta 4.12.2008.

Karelia à la carte -hankkeen projektisuunnitelmaa tarkennettiin alkuvuodesta 2008 huomioiden matkailu-, elintarvike-, käsi- ja taideteollisuustoimialan nykytilanne ja tulevaisuuden kehityssuunnat. Suunnitelmien tarkentamisvaiheessa järjestettiin useita alkukartoitukseen liittyviä suunnittelukokouksia sekä yritysten että yhteistyökumppaneiden kanssa. Hankkeen painopiste kohdennettiin enemmän matkailu ja elintarvike alalle pois sulkematta käsityöalaa. Todettiin, että käsi- ja taideteollisuuden tarpeisiin on olemassa mm. Taitokortteli ja Karjalaiset Taitajat. Hankkeen toiminnassa mukana olleiden yritysten toimialat käyvät ilmi liitteenä olevasta taulukosta.

Aiemmissa hankkeissa (mm. Kilpailukykyiset jatkojalostustuotteet maaseudulta -hanke) tehtyjen alkukartoitusten pohjalta yritykset jaoteltiin hankesuunnitelmassa esitellyille yhdelletoista kehittämisportaalle. Hanketoimilla kehitettiin ja vahvistettiin yrittäjien osaamista kullakin portaalla.

1. Portaat paikallisille kuluttajamarkkinoille
2. Portaat keskusliikkeeseen, tukkuun
3. Portaat matkailuyrityksiin, ravintoloihin
4. Portaat hoitokotiyritysten raaka-aineiden toimittajaksi
5. Portaat liikelahjamarkkinoille
6. Portaat luomuun
7. Portaat kestävään kehitykseen
8. Portaat paikallisten raaka-aineiden käyttöön
9. Portaat karjalaisuuteen
10. Portaat yrittäjäksi
11. Portaat omistajanvaihdokseen

Hankesuunnitelmassa yhtenä tavoitteena oli osaamisen vaihto, sijaispalvelut. Hankkeen alkuvaiheessa, hankkeen tavoitteiden tarkentuessa, tavoitteesta luovuttiin. Asiakokonaisuutta pidettiin tärkeänä, mutta samalla varsin isona ja haastavana. Toimintaa on kokeiltu muun muassa Kiteen Yrittäjien keskuudessa ja Suomessa on toteutettu – erityisesti ESR-rahoituksella – useita teemaa kehittäviä hankkeita.

5.2.1 Tapahtumat, seminaarit ja koulutukset opintomatkat, joihin hanke osallistunut

Lähiaruokamessut Tampereen Messu- ja Urheilukeskus 14.–16.5.2008

Messuilla tehtiin tunnetuksi Pohjois-Karjalan matkailu- ja elintarvikealaa Karelia à la carte -brändin alla. Messuilla jaettiin Karelia à la carte -esitettä sekä järjestettiin työnäytöksiä pohjoiskarjalaisista perinneleivonnaisista sekä tehtiin tunnetuksi APT -nimisuoajatunnusta.

Messut olivat laaja PR -tapahtuma, jossa tehtiin tunnetuksi alkutuottajien ja maaseudun pienyritysten tuotteita. Messujen yhteydessä järjestettiin kolme seminaaria, joiden tarkoituksena oli tiivistää alan toimijoiden yhteistyötä. Samaan aikaan järjestettiin samassa paikassa myös Elintarviketeollisuus 2008 -ammattimessut.

Karjalan Messut Areenalla Joensuussa 6.-8.6.2008

Karelia à la carte – hanke osallistui Karjalan Messuille 6.-8.6.2008. Yhteisosasto rakennettiin puuseinämistä Pohjois-Karjala -viirien alle. Messuilla tehtiin tunnetuksi Pohjois-Karjalan matkailu-, elintarvike, käsi- ja taideteollisuustoimialaa Karelia à la carte -brändin alla. Messuilla jaettiin Karelia à la carte -esitettä ja tehtiin markkinatutkimusta. Messuilla järjestetyssä tiedotustilaisuudessa tehtiin toimialaa tunnetuksi ja maistatettiin uutuustuotteita.

Yhteisöllisyys on voimaa –seminaari, Imatra, elokuu 2008

Seminaarissa mm. Karelia à la carte -hankkeen esittely

Lähiaruokaviestitapahtuma Joensuun matkustajasatamassa 19.9.2008

Lähiaruokaviesti oli osa valtakunnallista Lähiaruokaviikot 2008 -tapahtumaa, joka järjestettiin nyt toista kertaa. Lähiaruokaviesti kulki polkupyörällä halki karjalan. Joensuussa viesti pysähtyi 19.8.2008.

Karelia à la carte -hanke oli mukana järjestämässä Lähiaruokaviestitapahtumaa Joensuussa yhdessä MTK Pohjois-Karjalan, Pohjois-Karjalan Aikuisopiston (elintarvikealan koordinointihanke), Pohjois-Karjalan ammattiopiston, Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun, Maaseudun sivistysliiton ja Pohjois-Karjalan keittiömestareiden kanssa. Tilaisuudessa oli esillä maakunnan tuottajien tuotteita sekä Lähiaruoka -Hydepark. Tilaisuus huomioitiin valtakunnallisessa ja paikallisessa mediassa.

Lähiaruokavetoisuus, joka oli allekirjoitettavana Elintarvikealan koordinointihankkeen internet-sivuilla www.pkky.fi/aiko/elo (22hlöä)

Karelia à la carte Joulutapahtuma, Liperi 12.12.2008

Hanke järjesti Liperin Myllyn myymälässä kaikille avoimen Joulutapahtuman. Tapahtumassa tuotiin kattavasti tunnetuksi maakunnan yrittäjien tuotteita, mm. karjalaisia leivonnaisia, liha- ja kalajalosteita, marja- ja kasvisjalosteita, yrtejä, hunajaa, käsityötuotteita, matkailupalveluita ja muuta jouluun liittyvää. Tapahtuma sai hyvän vastaanoton ja sille toivottiin jatkoa esim. mökkikauden alettua.

Matkamessujen 2009 Pohjois-Karjala -osaston suunnittelu ja koordinointi

Karelia á la carte -hanke osallistui Matka 2009 -messujen 16.–18.1.2009 suunnitteluun ja koordinointiin.

Karelian Food Forum Helsingissä 22.–24.9.2008

Karelian Food Forumin järjestivät Pohjois-Karjalan Aikuisopiston Elintarvikepalvelut yhteistyökumppaneinaan Finfood Suomen Ruokatieto ry, Unilever Finland Oy sekä pohjoiskarjalaiset elintarvikealan yritykset. Tapahtumassa esiteltiin pohjoiskarjalaista ruokakulttuuria sekä raaka-aineita Etelä-Suomen keittiömestareille ja ravintola-alan ammattilaisille.

EU:n uudet rahoitusmahdollisuudet PK-yrityksille 31.10.2008, Joensuun Tiedepuisto
Itä-Suomen EU-toimiston järjestämä seminaariVerkkokauppakoulutus 2.12 – 3.12.2008 Helsinki

Hankkeen yhtenä tavoitteena on suunnitella yleistä sähköistä kauppapaikkajärjestelmää ja -toimintamallia. Koulutus oli nimenomaan suunnattu ensimmäiseksi koulutukseksi verkkokauppojen maailmaan. Koulutuspäivien aikana opeteltiin perustamaan oma verkkokauppa sekä opittiin oleelliset asiat verkkokaupan rakentamisesta ja ylläpitämisestä. Koulutuksen järjesti Datafrak Oy.

Nimisuoja -työryhmän kokoukset:

Hankevetäjä on jäsenenä Maa- ja metsätalousministeriön nimisuojayöryhmässä. Työryhmässä on jäseniä seuraavista organisaatioista:

- Elintarviketurvallisuusvirasto
- patenti- ja rekisterihallitus
- sosiaali- ja terveydenhuollon tuotevalvontakeskus
- kuluttajavirasto
- työvoima- ja elinkeinokeskusten maaseutuosasto
- yliopisto
- yrittäjäedustus
- ProAgria Pohjois-Karjala ry/Maa- ja kotitalousnaiset (karjalanpiirakka)
- ProAgria Lappi ry (Lapin puikula)
- Suomen Kalaruoan ystävät ry (kalakukko)
- Suomen Sahtiseura ry (sahti)
- Kainuun Leipomoliikkeiden harjoittajat ry (Kainuun rönttönen).

Nimisuojayöryhmän tavoitteena on EU-nimisuojayöryhmän tunnettavuuden lisääminen ja mahdollisesti uusien tuotteiden löytyminen nimisuojan piiriin. Nimisuojayöryhmä järjesti nimisuojaseminaarin 19.9.2008 Helsingissä maataloustuotteiden ja elintarvikkeiden nimisuojusta. Seminaarissa kuultiin puheenvuorot mm. nimisuojan hakemisesta ja rekisteröintimenetelmästä, kansallisen ja EU:n menekinedistämisjärjestelmästä ja mitä hyötyä siitä on nimisuojuotteille sekä nimisuojuotteita valmistavien yrittäjien puheenvuorot. Pohjois-karjalan APT-karjalanpiirakoiden puheenvuoron käytti Ritva Ryttyläinen, Männikkölän Pirtti, Nurmes. Nimisuojamerkintöjen (laatulogo) käytäntö muuttuu **1.5.2009** alkaen pakolliseksi rekisteröityjen tuotteiden tuottajille tai kauppiaille. Hankkeessa tiedotettiin asiasta yrittäjille.

Matka 2009 –messut, Helsingin Messukeskus 15.-18.1.2009

Karelia á la carte -hanke osallistui Matka 2009 -messuille. Messuilla tehtiin tunnetuksi Pohjois-Karjalan matkailu-, elintarvike-, käsi- ja taideteollisuusala. Messujen teemana oli Iloinen

luonnostaan. Senaatintorilta hyvän startin tehnyt yhteismarkkinointi sai nyt jatkoa. Messuosaston värinä oli limenvihreä. Kolin talvimaisema oli vahvasti esillä. Osastolla käytettiin selkeitä, isoja pintoja. Valolla tunnelman luojana oli iso merkitys. Pallokuviointi toistui rakenteissa. Rakenteet olivat 5 m korkeita ja näkyivät kauas.

Osastolla Karelia á la carte oli hyvin esillä. Elintarvikeyritykset oli sijoitettu Karelia á la carte -baariin. Osastolla esiintyi Taneli Kemppi, Little Big Music, Riku Sottinen, Stand Up koomikko ja Elokuvakylästä ja Ralliraita -elokuvasta tutut näyttelijät. Osasto sai hienosti huomiota tiedotusvälineissä. Osastolla vieraili yli 40 tiedotusvälineiden edustajaa.

Matkailun talvikampanjaan liittyi ”ilon tarinoita” tv mainospotti. Ilon tarinoita tv spotin kesto: 20 s + häntä 5 s. Mainosta esitettiin MTV 3 -kanavalla 7.1. - 18.1.2009, esitysalueina Helsinki/Uusimaa, Etelä-Karjala, Savo-Karjala, Lahti ja Tampere.

Matka 2009 kampanjasivut toteutettiin Pohjois-Karjalan maakuntaliiton nettisivujen yhteyteen: www.pohjois-karjala.fi. Sivustoilla oli kilpailu. Jokainen Matka 2009 -messuille osallistuva jätti kampanjasivustoille kampanjatarjouksen.

Omavalvontakoulutus, Pohjois-Karjalan Aikuisopisto 22.1.2009

Koulutuksen aiheena olivat omavalvontaan liittyvät muutokset entisestään kiristyneessä elintarvikelainsäädännössä. Muutokset astuvat voimaan v. 2009 -2010 aikana. Koulutuksen järjestivät yhteistyössä Laadukasta Riistayrittämistä -hanke ja Elintarvikealan koordinointi -hanke.

Pohjois-Karjalan marjanviljelypäivä, Karjalaisen auditorio Joensuu 18.2.2009

Päivän järjesti Marjamarkkinat -hanke. Pirjo Korjonen Karelia á la carte -hankkeesta piti luennon aiheesta ”Vaativa kuluttaja marjaostoksilla”.

Karelian Food Forum Pohjois-Karjalassa 24.-26.3.2009

Karelia á la carte -hanke oli mukana tapahtumassa, jonka teemana oli tänä vuonna karjalainen perinneleivonta ja järvikala. Tapahtuma on hyvä foorumi tavata maakunnan yrittäjiä sekä keittiömestareita, joita tapahtumaan tulee useita myös muualta päin Suomea. Tapahtuman yhtenä tavoitteena onkin saattaa yhteen pienet elintarvikealan tuottajat ja asiakkaat.

Opintomatka; Elintarvikepäivä Helsingin Messukeskus 5.5.2009

Suomen suurin ja monipuolisin elintarvikealan tapahtuma. Tapahtumassa valitaan vuosittain vuoden Tähtituote. Tänä vuonna kisassa menestyivät erityisesti pk-yritykset. Päivän aikana järjestettiin useita ajankohtaisia elintarvikealaan liittyviä symposiumeja. Matkan ajan tutustuttiin myös Next hotels & restaurants -ketjuun. Opintomatkan aikana osallistuimme myös logistiikkapalaveriin, jossa keskustelimme Pohjois-Karjalaan mahdollisesti tulevasta lähettämöstä/välivarastosta sekä Helsingin päähän tulevasta Deli/välivarastosta. Opintomatkan toteutti Elintarvikealan koordinointi -hanke

Pohjois-Karjala Kolmen Sepän Aukiolla 3.6.2009

Karelia á la carte -hanke osallistui Pohjois-Karjala Kolmen Sepän aukiolla -tapahtumaan Iloinen luonnostaan -teemalla. Tapahtumassa tehtiin tunnetuksi Pohjois-Karjalan makumuistoja, asumista, yrittämistä, kesätapahtumia ja matkailukohteita. Esiintymistä tuki MTV 3 -kanavan televisiomainonta ja aikakauslehtien matkailumainonta.

Silva metsänäyttely Joensuu Areena 11.-13.6.2009

Karelia à la carte -hanke osallistui Silva metsänäyttelyyn 11. - 13.6. Messuilla tehtiin tunnetuksi Pohjois-Karjalan matkailu-, elintarvike, käsi- ja taideteollisuustoimialaa Karelia à la carte -brändin alla. Messuilla jaettiin Karelia à la carte -esitettä sekä tehtiin markkinatutkimusta. Osatolla järjestettiin työnäytöksiä päivittäin.

Rakasta Lähiruokaasi –lähiruokavetoisuus

Karelia à la carte -hanke on ollut yhteistyössä Pohjois-Karjalan Elintarvikealan koordinoitihankkeen, EkoCentrian Lähikeittiöhankkeen, Pohjois-Karjalan maakuntaliiton sekä MTK:n kanssa kiertämässä maakunnan kunnanvaltuustojen kokouksissa (Liperi, Kitee, Kontiolahti, Nurmes, Joensuu) viemässä lähiruokavetoisuutta eteenpäin. Lähiruokavetoisuudessa on vedottu pohjoiskarjalaisiin kuntapäätäjisiin lähellä tuotetun ruoan käytön lisäämisen puolesta. Kuntien strategioiden ja paikallisen yrittäjyyden elinvoimaisuuden välillä on yhteys, jota kuntapäätäjät voivat joko voimistaa tai ohentaa. Joensuun valtuustolle vetoisuus luovutettiin Silva –metsänäyttelyssä.

Avoimet ovet Lammastilalla 21.8.2009, Tohmajärvi

Päivän tavoitteena oli tehdä tunnetuksi karitsanlihaa maistiaisin, tuote-esittelyin sekä antaen käyttöopastusta kera herkullisten reseptien, oxford doxn –lampaisiin tutustumista, lampaiden käsittelyopastusta. Päivän aikana heräsi myös ajatus, että lammasverkkohanke työstää Karitsaa à la Karelia reseptivihkosen, jossa on herkullisia ruoka-ohjeita niin arkeen kuin juhlaan.

Tapahtuman järjesti Jalostuslampola Raja-Karjalan Oxford down yhteistyössä Karelia à la carte -hankkeen ja Keski-Karjalan lammasverkko –hankkeen kanssa.

Road Show Kuopiossa 17.9.2009

Karelia à la carte –hanke osallistui Moderni maaseutukoti –hankkeen järjestämään markkinointitempaukseen, joka järjestettiin Kuopion torilla kaikelle kansalle. Lisäksi osallistuttiin päivän aikan kohderyhmätilaisuuksiin, jotka oli suunnattu ryhmämatkojen vetäjille sekä yritysten sihteereille, jotka järjestävät kokouspalveluita tms.

Karelian Food Forum Pohjois-Karjalassa 22.9.-24.9.2009

Tapahtuman teemana olivat tällä kertaa liha ja eräruokailutuotteet.

Järjestäjänä Elintarvikealan koordinoitihanke Pohjois-Karjalassa sekä Laadukasta Riistayrittämistä –hanke.

Koululaisten välipalakilpailu 25.9.2009, Liperi

Koululaisten Leipäpäivässä 25.9. Liperissä oli yhdistysten toimintapisteitä, joissa tulivat tutuksi viljanviljely, entisaikojen sadonkorjuutavat, viljatuotteiden terveellisyysarvot, ruisleivän leivonta ja Karelia à la carte -yritysten toiminta.

Yläkoulun 7-luokkalaiset kisasivat välipalakilpailussa, jossa oli mukana myös Karelia à la carte -tuotteita mm. lammasta, villisikaa, kasvisjalosteita, ruisleipää ja siitakesienisulatejuustoa. Välipalakilpailun voitti Liperin koulun 7 B -luokan joukkue. Tuomariston mukaan maku, terveellisyys ja ulkonäkö olivat kohdallaan Minna Hattusen, Marianne Ratilaisen, Sami Kosusen ja Tanja Venäläisen suunnittelemissa välipalaleivässä. Apilaleiväksi nimetty työ koostui ruisleivästä, emmentaljuustosta, kalkkunaleikkeleestä, paprikasta, persiljasta ja kurkusta. Tuomaristoon kuuluivat pj. Pirkko Hyvärinen Liperin Leipäpäivä ry:stä, kotitalousopettaja Reetta Juvonen, oppilaskunnan edustaja Reetta Kuittinen, opettaja Pekka Hirvonen ja Mestarikokki-ohjelman voittaja, ravintolayrittäjä Tuomas Koskinen.

Liperin Leipäpäivä 26.9.2009

Liperin Leipäpäivä järjestettiin syyskuun viimeisenä lauantaina 26.9.2009 Liperin koulukeskuksessa. Karelia á la carte -hanke osallistui Leipäpäivään omalla esittelypisteellensä. Leipäpäivän teemana oli Leipää metsästä. Teeman mukaisesti Leipäpäivänä esittäytyivät järjestöjen sekä leipomo-, elintarvike- ja käsityöläisyrittäjien lisäksi metsätalouden alan yrityksiä ja kehittämisen organisaatioita. Tapahtumassa oli tarjolla sadonkorjuun herkkuja ja käsityötuotteita suoraan paikallisilta yrittäjiltä mm. uunituoretta leipää, leivonnaisia, karjalanpiirakoita, vatruskoita, pietruskoita, mehuja, hilloja, omenoita, kukkia, keramiikkaa, neuleita, koristeita, koruja ja puutaidetta. Tapahtumassa esiteltiin myös useiden järjestöjen toimintaa.

Pohjois-Karjala –ilta eduskunnassa 29.9.2009

Maakunnan elintarvikealan ja -tuotteiden markkinointitilaisuus toteutettiin Elintarvikealan koordinoitihankkeen toimesta. Pohjoiskarjalaiset käittelivät kansanedustaja Eero Reijosen johdolla iltaan vieraaksi saapuneita kansanedustajia ympäri Suomea.

Karjalaisuus lautasella sultsinajuhlat 30.10.2009 Ravintola Rosmariini, Joensuu

Tilaisuudessa pohdittiin mm. miten pohjoiskarjalaisella sultsinalla menee, voiko sultsinaa tuunata. Yhtenä pohdittavana asiana oli lisäksi mahdollisen karjalaisen ruokajuhlan tai ruokamessujen järjestäminen vuonna 2011. Asian ns. esiselvitys ja suunnittelu sovittiin Karelia á la carte -hankkeen toimesta tehtäväksi, koska mahdollisten ruokamessujen järjestäminen on hankkeen toimintasuunnitelmassakin.

Sultsinajuhlan järjesti Elintarvikealan koordinointi -hanke yhteistyössä Pohjois-Karjalan keittiömestareiden sekä Joensuun ammattiopiston palvelut –yksikön kanssa.

Pohjois-Karjalan matkailuparlamentti 3.11.2009

Pohjois-Karjalan matkailuparlamentti kokosi yhteen matkailuyrittäjät, -toimijat ja -kehittäjät keskustelemaan matkailun ajankohtaisista asioista:

- mikä on Pohjois-Karjalan matkailun tilanne nyt ja tulevaisuudessa
- miten matkailua viedään maakunnassa eteenpäin

Luonnontuotealan tuotteiden käyttö ravintoloissa 6.11.2009 Ravintola Carelia, Helsinki

Hankevetäjä osallistui Elma -messujen aikaan palaveriin, jossa pohdittiin alan asiantuntijoiden kanssa luonnontuotealan tuotteiden käyttöä ravintoloissa. Palaveriin osallistuivat Toini Kumpulainen HerbaCentria, Antti Ahokas sekä Ilja Björs Ravintola Juuri, Sami Tallberg, ravintola Carelia sekä Hanne Leppänen Elintarvikealan koordinoitihanke.

Elintarvikeyrityksien kehittämisen hankeseminaari 1.-2.12.2009 Kuopio

Hankevastaava osallistui yhteen elintarvikealan tärkeimmistä seminaareista, joka järjestettiin tällä kertaa Kuopiossa. Asiasisällön ohella tapahtuma on vuosittainen kokoontumispaikka alan kehittäjille, asiantuntijoille, viranomaisille, elintarvikealan yrittäjille ja muille toimijoille. Seminaari tarjoaa uusia mahdollisuuksia vahvistaa eri toimijoiden niin yrittäjien kuin asiantuntijoiden ja eri alueiden yhteistyötä kohti valtakunnallista kokonaisuutta. Seminaarin järjesti Ruoka-Suomi –teemaryhmä.

Matkailuun liittyvä keskustelu- ja infotilaisuus 12.1.2010 Helsinki

Hankkeen puitteissa osallistuttiin matkailun edistämiskeskuksen ja matkailun teemaryhmän järjestämään tilaisuuteen.

Tilaisuudessa käytiin läpi valtakunnallisen kehittämisen painopisteet sekä keskusteltiin teemakohtaiset vastaavien tilaisuuksien tarpeellisuudesta, alueyhteistyön kehittämisestä

matkailu- ja kulttuuritoimioiden sekä muiden matkailua tukevien alojen välillä valtakunnallisten toimijoiden jalkautumisesta maakunnallisiin tilaisuuksiin.

Matka 2010 -messut Helsinki, Messukeskus 21.–24.1.2010

Karelia à la carte baarissa oli tarjolla uunituoreita karjalanpiirakoita, vatruskoja, suklaisia piirakoita, lakkahilloa, mehua, kuohujuomaa, marja-, vihannes- ja hedelmä jauheita, hyytelöitä.

Karelia à la carte Herkkulautaset olivat suosittuja. Sis. 1 karjalanpiirakka munavoin kera, 1 karjalanpiirakka muikkujen kera, 1 herukanlehtikuohujuoma.

Road Show Lahti / Helsinki 15.–16.2.2010

Karelia à la carte –hanke osallistui Moderni maaseutukoti –hankkeen järjestämään Karjalaisiin Kokouskarkeloihin sekä Karjalaisiin Päivätsyihin, jotka järjestettiin Lahdessa sekä Helsingissä. Tapahtuman kohderyhmänä olivat matkanjärjestäjät, yritysten sihteerit jne, jotka tarvitsevat työssään uusia ideoita, kohteita ja yhteyksiä järjestäessään yrityksen henkilöstö-, asiakas- ja koulutustilaisuuksia. Lisäksi osallistuttiin Pohjois-Karjala iltaan, jonka kohderyhmänä olivat mahdolliset paluumuuttajat, oman yrityksen perustajat ym.

SDP:n Puoluekokous, Joensuu 27.-29.5.2010

Karelia à la carte –hankkeen aikana työstetty Karjalaiset perinneleivonnaiset PowerPoint esitykset pyörivät kokouksen oheisohjelmalla päivittäin useamman kerran.

Mistä Vilja tulee –seminaari, Juhanantupa Hummovaara, 26.8.2010

Kestitä-hankkeen järjestämä seminaari, jossa aiheena oli seuraavat osa-alueet;

- viljanviljely –ruokaturvaa massatuotantona vai lähiruokana
- monipuolinen viljan käyttö – perinteitä ja trendejä
- viljavalmisteiden merkitys ravitsemuksessa
- Jorma-ohraan tutustuminen

S&M –Päivät / GIMME Liikelahjat Helsingin Messukeskus 16.-17.9.2010

Karelia à la carte –hanke oli markkinoimassa Karelia à la carte liikelahjoja yritysten liikelahjoista vastaavien ammattitapahtumassa Helsingissä. Lisäksi tapahtumassa markkinointiin kattavasti yritysten sihteereille/assisteineille Pohjois-Karjalan kokous- ja ohjelmapalveluita sekä maistatettiin maakunnan makuja.

Kauhajoen Ruokamessut 3.-5.9.2010, Kauhajoki

Kauhajoen Ruokamessuilla esittäytyi ensi kertaa Pohjois-Karjala näyttävällä Karelia à la carte yhteisosastolla. Karelia à la carte -hankkeen yhdeksällä yrityksellä oli esittelyssä ruisleipää, karjalanpiirakoita, sultsinoita, poropiirakkaa, vatruskoja, kuivattua ruisleivän juurta, kalajalosteita, ohrapipareita, marja- ja vihannes jauheita, hilloja, mehujä, mahlaa, omenatikkuja, marjasiirappia, Karelia à la carte karjalaisia ruokaretkiä ja Karjalaisessa ruokapöydässä -vihkosia ym. Messuilla tehtiin tunnetuksi Pohjois-Karjalan ruokamatkailua ja elintarvikealaa. Karjalaisia leivonnaisia, Karelia à la carte brändiä ja pohjoiskarjalaista ruokakulttuuria tehtiin tunnetuksi messukeittiössä.

Hämes-Havusen ainutlaatuinen messumiljö keräsi juhluvuotenaan lähes 14 000 tyytyväistä vierasta ja 150 näytteilleasettajaa. Uutuustuotekilpailuun 2010 osallistui Pohjois-Karjalasta Majatalo Puukarin Pysäkki kuivatulla ruisleivän juurella, joka sijoittui loppukilpailussa toiseksi. Voiton vei Profood Oy:n Mummon keittoaines.

Liperin Leipäpäivä 25.9.2010

Karelia à la carte -hankkeella oli esittely / maistatuspiste Liperin Leipäpäivillä.

Karelian Food Forum 30.9.–1.10.2010 Helsinki

Tapahtuma järjestettiin tällä kertaa Helsingissä. Markkinointi ja esittely tapahtuivat Mannerheimintien varressa maatilatorin kohdalla. Tapahtumassa kuultiin useita aiheeseen liittyviä puheenvuoroja sekä mielenkiintoinen paneelikeskustelu aiheesta ”Pohjoiskarjalaisen lähiruoan kompastuskivet ja menestyksen avaimet”. Iltatilaisuus järjestettiin Tilausteatteri Bio Rexin lämpiössä, jossa tervetuliaispuheen vuoron piti kansanedustaja Eero Reijonen ja musiikista huolehti Onnen Kerjäläiset.

Valtakunnalliset Luonnontuotepäivät Joensuussa 6.-7.10.2010

Luonnontuotealan perinteinen valtakunnallinen seminaari järjestettiin tänä vuonna Joensuussa. Seminaarin teemoina olivat tällä kertaa erityisesti luonnontuotealan tutkimus, alan ammattillinen koulutus sekä muut alan yrittäjyyden ja kehittämistyön ajankohtaiset asiat. Johanna Rinnekarilla Karelia à la carte -hankkeesta oli ohjelmassa puheenvuoro aiheesta Luonnontuotteista liikelajaperhe – mitä tuotteilta odotetaan? Pirjo Korjonen osallistui toisena seminaaripäivänä järjestettyyn opintoretkeen, jonka aikana tutustuttiin alueen luonnontuotteisiin liittyvään yrittäjyyteen ja kehittämistyöhön. Ajomatkan aikana Pirjo kertoi Karelia à la carte -hankkeen ja -verkoston kuulumiset. Luonnontuotepäivät järjesti Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmän asettama valtakunnallinen luonnontuotealan teemaryhmä yhteistyössä Suomen luontoyrittäjyysverkosto ry:n kanssa.

Jorma -ohran tuotteistaminen -tilaisuus 22.11.2010 Kitee

Tilaisuudessa keskusteltiin Jorma ohran tuotteistamisesta kuluttajalle houkuttelevaksi. Tuotteistaminen koettiin erittäin tärkeäksi asiaksi, jossa pitää ottaa ohraan liittyvä tarina vahvasti mukaan. Jorma ohralle ehdotettiin haettavaksi sydänmerkkiä. Tilaisuuden järjesti Ketin Inno-Karelia monimuotoiset elintarvikeverkostot -hanke.

Ruoka ja matkailu -seminaari 8-9.12.2010, Turku

Karelia à la carte -hanketta tehtiin tunnetuksi Ruoka- ja matkailu -seminaarissa 8.-9.12.2010 Turussa. Useat henkilöt puheenvuoroissaan totesivat, että Karelia à la carten myötä Pohjois-Karjala on muita maakuntia edellä ruoan ja matkailun yhdistämisessä. Pohjois-Karjalassa omaleimainen ruokakulttuuri näkyy matkailijalle! Hanke-esittelyn myötä saamme lukuisia ammattilaisryhmiä Pohjois-Karjalaan Karelia à la carte Ruokaretkelle. Lisäksi ruokamatkat tullaan mallintamaan, jotta hyväksi todettua konseptia voidaan siirtää myös muihin maakuntiin. Ruokamatkoista rakennetaan myös opintomateriaali helmikuun 2011 loppuun mennessä.

Matka 2011 -messut Helsinki, Messukeskus 20.–23.1.2011

Matkamessuilla oli kävijöitä 83.000, joista 19.000 oli matkailualan ammattilaisia. Matkailualan ammattilaisista yli 2200 oli kansainvälisiä messuvieraita. Matkamessut ovat foorumi, jossa todellakin on tärkeätä olla paikalla. ja tehdä tunnetuksi Pohjois-Karjalan matkailua sekä makuistoja.

Karelia à la carte baarissa oli tänä vuonna tarjolla uunituoreita aitoja käsintehtyjä perinteisiä karjalanpiirakoita sekä muita karjalaisia perinne leivonnaisia, maakunnan jäätelöitä sekä sorbetteja herukanlehtikuohjuomaa, marja-, vihannes- ja hedelmäjuuhoita, relissejä, hyytelöitä, palvattua lammasta sekä kalasäilykkeitä.

Karelia à la carte Herkkulautasten suosio oli tänäkin vuonna huikea. Herkkulautanen sisälsi karjalanpiirakoita, palvattua lammasta, savumuikkua, tyrnikarpalojauhetta sekä herukanlehti-kuohujuomaa. Karelia à la carte osastolla oli mukana 16 näytteilleasettajaa.

17.3.2011 Päivittäistavarakauppayhdistyksen (PTY) alueellinen tuotekorttikoulutus, Aikuisopisto Joensuu

Koulutustilaisuudessa kuulumme uudesta tuotekorttiin perustuvasta yhteistyöstä kaupan ja pienyritysten välillä. Valtakunnallisen valmennuksen tavoitteena on helpottaa tuotteiden pääsyä kaupan valikoimiin. Tuotekortti on väylä lähialueen vähittäiskauppihin. Paikalla olivat vähittäiskaupan puolelta Olli Kurppa, Joensuun Prisman johtaja ja päivittäistavarojen ostopäällikkö sekä Kari Kuikka, Ruoka Keskon aluemyyntipäällikkö.

24.–25.3.2011 Maaseutumatkailuyrittäjien ja –kehittäjien seminaari Kauhavalla

Tänä vuonna seminaarin teemana oli ”Yrittäjyys” –luovuutta ja hulluutta. Luovaan hulluuteen ja sen hyödyntämiseen yritystoiminassa kurkistettiin seminaarin ensimmäisenä päivänä puheenvuorojen ja retkien avulla. Seminaarin toisena päivänä pohdittiin mm. auttaako luova hulluus maaseudun matkailuyrittäjää arjen töissä ja mistä apua, kun yrittäjän aika ei piisaa kaikkiin askareisiin. Aiheeseen liittyen järjestettiin paneelikeskustelu, johon osallistui mm. Johanna Rinnekari / ProAgraria Pohjois-Karjala.

Suomen Maaseutumatkailuyrittäjät ry valitsivat vuoden 2011 Kellokkaakseen Puukarin Pysäkin Valtimolta. Maaseutumatkailun Kellokas on Suomen Maaseutumatkailuyrittäjät ry:n myöntämä korkein tunnustus yritykselle, jotka ovat toimineet erityisen ansiokkaasti maaseutumatkailun saralla.

12.4.2011 JoensuuMenu- tilaisuus Teatteriravintola Joensuu

Joensuun Teatteriravintolassa järjestettiin JoensuuMenu –tilaisuus, jossa Markus Maulavirta kertoi mistä lähtökohdista hän on kehittynyt suomalaisen ruoan huippuasiantuntijaksi ja nostanut tuottajien sekä pienten elintarvikeyritysten tuotteet parrasvaloihin usen ravintolan ruokalistoilta ja Eat&Joy Maatilatorin hyllylle.

Tilaisuudessa oli tarjolla pohjoiskarjalaisia makuja.

5.2.2 Hankkeen järjestämät tapahtumat, koulutukset, opintomatkat, seminaarit:

Ajankohtaista aamiaisella -tilaisuus 6.10.2008

Karelia à la carte -hanke järjesti yhteistyössä Elintarvikealan koordinoitihankkeen ja EkoCentrian kanssa keskustelutilaisuuden lähiruoasta. Tilaisuus oli kaikille avoin, mutta suunnattu erityisesti poliittisille päättäjille. Tilaisuudessa keskusteltiin lähiruoan käytöstä julkisissa ruokailuissa.

Hankintalaki -info 8.11.2008

Karelia à la carte -hanke järjesti yhdessä Elintarvikealan koordinoitihankkeen, MTK Pohjois-Karjalan, EkoCentrian ja Pohjois-Karjalan maakuntaliiton kanssa hankintalaki-infon. Tilaisuudessa pureuduttiin elintarvikealan hankintalakikäytäntöön. Paikalla tilaisuudessa oli sekä elintarvikealan yrittäjiä sekä koulujen ja sairaanhoitopiirin ruokahuoltopäälliköitä. Toisena toimenpiteenä yhteistyössä aiemmin mainittujen toimijoiden kesken toteutettiin **Lähiruokaveetoomus**, joka oli allekirjoitettavana Elintarvikealan koordinoitihankkeen internet-sivuilla www.pkky.fi/aiko/elo

Karelia à la carte Joulutapahtuma, Liperi 12.12.2008

Hanke järjesti Liperin Myllyn myymälässä kaikille avoimen Joulutapahtuman. Tapahtumassa tuotiin kattavasti tunnetuksi maakunnan yrittäjien tuotteita, mm. karjalaisia leivonnaisia, liha- ja kalajalosteita, marja- ja kasvisjalosteita, yrtejä, hunajaa, käsityötuotteita, matkailupalveluita ja muuta jouluun liittyvää. Tapahtuma sai hyvän vastaanoton ja sille toivottiin jatkoa esim. mökkikauden alettua.

Ruokaretki Savoan 28. - 29.1.2009

Matkan tavoitteena oli yhteistyön ja matkailupalveluiden ja tuotteiden kehittäminen. Matkan aikana työstettiin ryhmätyö matkakohteista. Ryhmätöissä arvioitiin yritysten palvelun laatua, tuotteita, markkinointia, opasteita, sisätilaa, lähiympäristöä sekä elämyksellisyyttä. Ruokapalveluiden osalta arvioitiin ruoan aistittava laatu, astiat, kattaus, asiakaspalvelu sekä ympäristö sisätiloissa. Arvioinnin tulokset lähetettiin kaikille arvioiduille yrityksille.

Matkanjärjestäjien tutustumisretki Karelia à la carte -verkoston yrityksiin 5.2.2009

Retkelle osallistui 15 yritysten tai yhdistysten edustajaa. Mukana oli myös yksi toimittaja. Kohteiksi oli valittu yrityksiä, joissa on mainiot tilat ja palvelut, jotka sopivat niin työntekoon, virkistytymiseen, juhlimiseen kuin edustamiseenkin.

50 + 1 Huippukeinoa tehdä markkinoinnilla tulosta, Carelicum Joensuu 10.2.2009

Seminaari järjestettiin yhteistyössä Marjamarkkinat, Hyvää Yhdessä sekä Kalasta Pohjois-Karjalassa –hankkeiden kanssa. Tilaisuuden alussa kaikki edellä mainitut hankkeet esiteltiin kaikille 58 henkilölle, jotka olivat saapuneet kuulemaan markkinoinnin keinoista. Eli tilaisuus oli myös hyvä foorumi tiedottaa meneillään olevista hankkeista suurelle yleisölle.

Tullaan tutuiksi -kontaktipäivä, Pohjois-Karjalan Aikuisopisto 17.3.2009

Tapahtuman tavoitteena oli tutustuttaa maakunnan ravintoloiden sekä matkailu-, elintarvike- ja käsityöalan yrittäjiä ja yrityksiä toisiinsa. Kontaktipäivään oli kutsuttu mukaan myös palveluntarjoajia seuraavilta aloilta: markkinointi, taloushallinto, ATK, konsultointi, rakennussuunnittelu, painotyöt, keittiölaitteistot jne.

Laadukkaat kokouspalvelut -koulutus, ProAgraria Pohjois-Karjala, Joensuu 31.3.2009

Koulutuksen aihe-alueita olivat: Yritykset kokouspalveluiden tuottajina, kokouspalveluiden tuotteistaminen, markkinointi sekä hinnoittelu, kokouksista sopiminen, tarjousten tekeminen ja tilauksen vahvistaminen, kokouspalvelujen hoitaminen, asiakkaan jälkihoito ja jälkimarkkinointi, ideoita houkuttelevaan kokoustarjoiluun.

Pääsiäistapahtuma Kiirastorstaina, TaitoKorttelin sisäpiha Joensuu 9.4.2009

Karelia à la carte -hanke järjesti Pääsiäistapahtuman kiirastorstaina 9.4.2009. Tapahtumassa tehtiin tunnetuksi Pohjois-Karjalan matkailu-, elintarvike- sekä käsi- ja taideteollisuusala Karelia à la carte -brändin alla. Tapahtumassa tuli tutuksi myös pääsiäisen ruokaperinne, musiikki ja tapaperinne Pohjois-Karjalassa ja muualla.

Karelia à la carte –tapahtuma Tuurin Kyläkaupalla 28.4-29.4.2009

Tapahtumassa tehtiin tunnetuksi Pohjois-Karjalan elintarvike-, matkailu- ja käsi- ja taideteollisuusala Karelia à la carte -brändin alla. Tuurissa olivat kattavasti esillä karjalaiset perinneleivonnaiset, leivät, liha- ja kalajalosteet, marja- ja kasvisjalosteet, yrtit, hunajat, käsityötuotteet sekä matkailupalvelut.

Karelia à la carte Tutuksi -retki, Pohjois-Karjala 26.5.2009

Retkellä kierrätettiin Pohjois-Karjalan Ammattiopiston matkailualan opiskelijoita maakunnan matkailu yrityksissä. Opiskelijat olivat tutustuneet etukäteen opettajan johdolla matkakohteisiin yritysten nettisivujen välityksellä. Retkikohteissa opiskelijat esittivät yrittäjille kysymyksiä, jotka he olivat etukäteen miettineet valmiiksi ja tutustumiskohteiden jälkeen täyttivät kohteista arviointilomakkeen. Retki järjestettiin yhteistyössä Elintarvikealan koordinointi –hankkeen kanssa.

Karelia à la carte -tapahtuma Niiralassa 6.6.2009

Karelia à la carte -hanke järjesti tapahtuman yhteistyössä Keski-Karjalan Lammasverkko- ja Elintarvikeliiketoiminnan kehittäminen Keski-Karjalassa –hankkeiden kanssa.

Hanketoimijoiden tapaaminen, Ravintola Coikkis Joensuu 1.4.2009

Elintarvike-, matkailu-, luonnontuote- ja hyvinvointialan hanketoimijoiden hankekuulumiset

Pohjois-Karjalan Elintarvikeryhmä (Maakuntahallitus 22.6.2009 § 143)

Pysyviksi asiantuntijoiksi on valittu Pirjo Korjonen, Karelia à la carte -hanke sekä Hanne Lepänen, Elintarvikealan koordinointihanke Pohjois-Karjalassa.

Avoimet ideariihpalaverit tammi-kesäkuu 2009

Hankkeessa järjestettiin tammi-kesäkuun aikana yhteensä 4 kpl hankkeen toimintaan liittyviä suunnittelukokouksia. Kokouksessa ideoitiin erilaisia tapahtumia, joissa Karelia à la carte -bändiä tehdään tunnetuksi. Suunniteltiin mm. ruokaretkikohteita, jotka hankkeen puitteissa voidaan toteuttaa opintomatkoina sekä keskusteltiin logistiikkaan liittyvistä ongelmakohdista ja hankkeessa tehtävästä logistiikka- ja markkinointiselvityksestä.

Juustoportin vierailu 20.8 – 21.8.2009

(Karelia à la carte – Tullaan Tutuksi -päivät)

Juustoportilta yrittäjät Marjo sekä Timo Keski-Kasari sekä toimitusjohtaja Pasi Hakomäki olivat tutustumassa maakunnan elintarvikealan yrityksiin kahden päivän ajan. Tavoitteena oli löytää tuotteita, joita he voisivat ottaa valikoimiinsa tienvarsimyymlöihinsä niin Jalasjärvelle, kuin Mäntsäläänkin. Juustoportin vierailun toteutti Karelia à la carte –hanke yhteistyössä Elintarvikealan koordinointihankeen kanssa.

Ruokaretki Kainuuseen 5. - 6.10.2009

Benchmarking -matkalla tavoitteena oli etsiä parhaita käytäntöjä, joita voidaan hyödyntää yritystoiminnan kehittämisessä. Lisäksi haettiin tietotaidon vaihtoa niin matkalaisilta kun kohdeyrityksiltä. Matka tiivistää yritysten välistä yhteistyötä, tutustuttiin maakunnallisiin erityspiirteisiin ja tapoihin.

Elma Helsingin maaseutumessut 6.-8.11.2009

Karelia à la carte -hankkeen osastolla tehtiin tunnetuksi Pohjois-Karjalan matkailu-, elintarvike- ja käsityön toimialoja Karelia à la carte -brändin alla. Osastolla oli toimialojen yleisesittelyä, tehtiin markkinatutkimusta, maistatettiin tuotteita ja järjestettiin ohjelmaa, jolla houkuteltiin osastolle.

Laatua Yrittämiseen -valmennukset

Karelia à la carte -hankkeen laatua yrittämiseen -valmennuksen tavoitteena oli selkeyttää yrityksen toimintaa. Valmennukset sisältävät lyhyitä tietoiskuja, keskusteluja, ryhmätöitä ja

toinen toisilta oppimista. Valmennus (kesto 4 pvä) sisältää toimenpiteitä, joiden avulla voidaan tarkastella ja kehittää omaa yritystoimintaa käytännönläheisesti.

Lähiaruokaa maakunnasta -tapahtuma 4. - 5.12.2009, K-Market Kupiainen, Kitee

Tapahtuman tavoitteena oli tulla tutuiksi puolin ja toisin. Kauppias Petri Kupiainen haluaisi entisestään panostaa siihen, että maakunnan tuotteet olisivat kattavasti esillä K-Market Kupiaisessa. Tapahtuman aikana kerättiin asiakaspalautetta, jossa asiakkailta kyseltiin ostaisivatko he paikallisesti tuotettuja elintarvikkeita, jos niitä olisi tarjolla. Vain 2 henkilöä 246:sta kyselyyn vastanneesta ei ostaisi niitä. Lisäksi palautteelle kerättiin vapaita kommentteja, joissa suurimmassa osassa oli kommentti, että halutaan lisää vastaavia tapahtumia. Tapahtumaan osallistuneet yritykset olivat pääasiassa Keski-Karjalasta sekä Joensuun seudulta ja Polvijärveltä.

Tuote-esittelijä-, myyntiedustajakartoituskoulutus

Hankkeen toimintasuunnitelmassa oli tuote-esittelijä-, myyntiedustajakartoituskoulutuksen järjestäminen. Hanne Leppäsen Elintarvikealan koordinoitihanke, Aikuisopisto kanssa asiaa on pureskeltu useaankin otteeseen. Varsinkin elintarvikealan yrityksistä useat ovat pieniä, maksimissaan muutaman henkilön yrityksiä, joilla ei ole välttämättä riittävästi osaamista ja / tai resursseja myynnistä ja markkinoinnista tai on muuten resurssipula. Tarvittaisiin siis toisaalta yrittäjien kouluttamista, mutta toisaalta ns. konsulenttien tai muun vastaavan apu-voiman kouluttamista yrittäjien avuksi. Ihannehan olisi, että löydettäisiin yksi tai useampi henkilö, joka voisi tehdä töitä useammallekin yritykselle. Pohjois-Karjalan Aikuisopisto on meistä luontevin koulutuksen järjestäjä.

Aikuisopistolla on haaste otettu vastaan ja asiaa ollaan viemässä eteenpäin.

Avoimet ideariihipalaverit heinä-joulukuu 2009

Hankkeessa järjestettiin heinä - joulukuun aikana yhteensä 4 kpl hankkeen toimintaan liittyviä suunnittelukokouksia.

Ideariihipalavereissa suunniteltiin Elma- ja matkamessujen osastoja ja ohjelmaa, maistatuk- sia, markkinatutkimuksia, Maailmaennätystapahtumaan liittyvää ideointia. Annettiin yrittäjälle lisäinfoa liittyen Karelia á la carte laatuvalmennuspäiviä varten sekä työstettiin vuoden 2010 toimintasuunnitelmaa.

Opintomatka Heila lähiaruokatorille Heinolaan 2.2.2010

Opintomatkan tavoitteena oli saada ideoita mahdollisesti Pohjois-Karjalaan perustettavaan tuottajatoriin.

Karelia á la carte tapahtuma Joensuun kauppahallissa 4.3.2010

Hankkeen kevään tsemppipäivä järjestettiin kauppahallissa. Tapahtumassa oli mukana maa- laislääkäri Tapani Kiminkinen. Hän on tunnettu hyvin kansanomaisesta ja luontevasta lähes- tymistavastaan terveydellisiin ja elämäntapaan liittyviin kysymyksiin.

Tapahtumapäivän aikana annettiin myös käytännönläheisiä vinkkejä kuinka energiansäästöl- lä saa euroja. Lisäksi hankkeen yrittäjät järjestivät tuote-esittelyjä sekä maistattivat maakun- nan makuja.

Pääsiäistapahtuma 31.3.2010 klo 9-17 Taitokortteli ja Kauppahalli, Joensuu

Pääsiäistapahtuma järjestettiin Taitokorttelissa ja Kauppahallissa Joensuussa.

Tapahtumassa tehtiin tunnetuksi Karelia á la carte brandia, matkailu- ja elintarviketoimialaa ja pohjoiskarjalaista pääsiäisruoka- ja pääsiäistapaperinnettä. Ohjelmassa oli pääsiäisajan har-

taushetki, musiikkia, tietoisuudnomaisia esitelmiä pääsiäisperinteestä ja yritysten palvelutarjonnasta sekä pääsiäiskoristeiden askartelua lapsille. Esillä oli pääsiäisaiheisia elintarvikkeita, käyttö- ja koriste-esineitä, matkailupalveluja, pääsiäiskukka-asetelmiä sekä vuodenaikaan sopivia asusteita. Tapahtumassa suoritettiin ensimmäisen kerran myös Pohjois-Karjalan Pääsiäisrauhan virallinen julistus.

Laatua Yrittämiseen -valmennuspäivät

Laatuvalmennus on saanut hyvää palautetta yrittäjiltä. Laatuvalmennusten parasta antia yrittäjien palautteiden mukaan ovat olleet se, että asioita on viety läpi keskustellen. Asiantuntija on pohjustanut yrittäjiä käsiteltävään aiheeseen, jonka jälkeen on käyty keskustelua ja vaihdettu kokemuksia. Yrittäjät ovat saaneet valmennuksessa vertaistukea, kannustusta ja oppineet toinen toiseltaan. Laatuvalmennuksissa on sisäistetty ja sitouduttu Karelia á la carte arvoihin, laatujärjestelmään ja toimintatapoihin.

Karelia á la carte Liikelahjat – Herkkuja Pohjois-Karjalasta tilaisuus Karjalantalolla 13.4.2010

Kauan odotettu Karelia á la carte Liikelahjaperhe on nyt totta!

Liikelahjaperheessä on herkkuja Pohjois-Karjalasta, kuten kuohujuomaa, marmeladeja, karhunvadelmajuomaa, mustikkahyytelöä, erilaisia hilloja, marja- / vihannesjauheita, kasvisreliisejä, yrttiteetä koivunmahlaa, sinappia, savukaloja, hunajaa, käsintehtyä saippuaa, retkeilyastioita jne. Tuotepakettiin on mahdollista saada mukaan vaikka hemmotteluviikonloppu jonnekin pohjoiskarjalaiseen matkailuyritykseen, romanttinen illallinen kahdelle jne. Markkinoinnissa käytetään Kolin vaaramaisemia, jonne on sijoitettu Karelia á la carte tuotepaketteja. Tuotteet käyvät paitsi liikelahjoiksi yrityksille myös yksityisten henkilöiden lahjoiksi.

Valikoimista löytyy jo 20 yrittäjän tuotteita ympäri Pohjois-Karjalaa.

Ahvenanmaan ruokaretki 21.–24.4.2010

Matkan kokonaissuunnittelu vaati todella paljon työtä ja netissä tutustumisia kohteisiin. Kotisivujen merkitys korostui. Kaikilla vierailukohteilla ei ollut asianmukaisia sivuja ja yhdeltä sivu puuttui kokonaan, joten matkatoimiston apu oli tarpeen. Menomatalla oli yöpyminen Tuorlan majatalossa, joka tuotti osalle suuren pettymyksen. Huoneet olivat synkkiä ja osin likaisia. Vanha kartanomiljöö oli pilattu kamalilla rapatuilla asuntolarakennuksilla. Aamiainen sekä päivällinen olivat kuitenkin maittavia. Paluumatkan viimeisessä vierailukohteessa (Kengkävero) asiakkaan kohtaaminen aliarvioitiin, myös ruokailussa hinta/laatusuhde ei ollut kohdallaan erityisesti maininta huonosta keittolounaasta.

Saimme kommentteja matkalla olleilta yrittäjiltä hyvin järjestetystä matkasta. Monelle yrittäjälle opintomatka on keino tutustua toisiinsa, ja saada uusia ideoita vertaamalla itse nähtyä, kuultua ja koettua omaan yritystoimintaansa. Toisaalta matkalla on myös aikaa rentoutua arjen kiireestä ja ladata akkuja. Monelle mukana olleelle yrittäjälle matka oli ainut ”loma” koko vuotena.

Matkat sujuivat aikataulun mukaisesti ilman kommelluksia. Linja-auto oli hyvä ja uuden veroinen. Jatkossa tuleekin kiinnittää huomiota entistä enemmän kuljetusfirmojen laatuun eli kuljettajan ammattitaitoon ja yrityksen kalustoon. Hyvästä palvelusta kannattaa maksaa hieman enemmän, etenkin kun on monta vierailukohdetta ja aikataulut ovat usein hyvinkin tiukkoja. Vierailukohteiden tilavalinnat eivät olleet ”tyypillisiä” maatiloja meidän kotoisten tilojen näkökulmasta. Tilojen suuri koko ja talot kartanoita, joissa korostui vanhat sukuperinteet. Yksi vierailukohteista olisi voinut olla vaikka tavanomaisempi maatila.

Matkaopas Riitta Värelä sai kiitokset hyvästä kerronnasta ja tulkkauksesta. Ammattimainen ote. Paikallista neuvontajärjestöä edustava Leena Bränner piti hyvän esityksen, jossa erityisesti yrittäjien yhteistyön merkitys tuntui korostuvan. Yhteistyöstä esimerkkinä oli Ahvenanmaan Sadonkorjuutapahtuma. Lisäksi Leena avulla järjestyi matkalla mukana olleen yrittäjän tyttärelle kesäksi harjoittelupaikan Ahvenmaalta. Todella hyvää asiakaspalvelua!

Kaiken kaikkiaan Ahvenanmaan vierailukohteissa osattiin asiakaspalvelu. Ruoka oli maittavaa ja kattaukset hyvin järjestettyjä. Ryhmä otettiin laadukkaasti vastaan, jopa pannukakkulautaset odottivat vesisateessa katoksen alle järjestetyllä pöydällä venelaiturilla!

Karelia à la carte maailmanennätysmaistatus 4.-10.6.2010 Joensuun Kävelykadulla

Mahevin / Polvijärjen Herkun June Karjalaisen ideasta alkunsa saanut ME -maistatus oli hankkeelle suhteellisen vaativa ponnistus. Mutta yhteensä noin 50 maistattajan/yhteistyökumppanin voimin maistatustapahtuma vietiin erittäin onnistuneesti läpi. Joensuun kävelykadulla maistatettiin kuusi vuorokautta (144 tuntia) yhtäjaksoisesti paikallisia herkkuja, niitä maakunnan makumuistoja.

Tapahtuman markkinointi yhteistyökumppaneille ja ”maistattajille” tapahtui innostamalla yrityksiä ja yhteisöjä mukaan keskusteluilla ja sähköposteilla kevään 2010 aikana. Mukaan tulijat varmistuivat lopullisesti viikon 21 aikana. Yhteistyö ja innostus oli mukaansa tempaavaa, jopa yön tunneille löytyi tekijöitä.

Onnistuimme tavoittamaan myös uusia kohderyhmiä nuorison keskuudesta. Marja Tyrnin ottaminen mukaan tapahtumaan osoittautui oivaksi valinnaksi ☺

Tarjolla oli vuorotellen 30 mitä erilaisinta tuotetta paikallisilta tuottajilta ja ravintoloilta. Yhtenä tuotteena oli muun muassa kuusi metriä pitkä kääretorttu.

Tapahtuma ylitti uutiskynnyksen ja Karelia à la carte hanke ja Pohjois-Karjala saivat positiivista huomiota ja suosiota varsinkin yleisön joukosta. Maakuntaliiton Rauno Jussila mm kommentoi tapahtumaa seuraavasti: Porukka tykkäsi, näkyvyys oli kattava ja pelkästään positiivista. Harvinaista herkkua! **Yhteistyön henki ja onnistumisen halu oli kova.**

Tapahtumassa maistatettiin 29 105 maistatusannosta!

Avoimet ideariihupalaverit tammi-kesäkuu 2010

Hankkeessa järjestettiin 4 ideariihupalaveria. Aihealueet olivat:

- Karjalaiset Ruokajuhlat
 - Tuottajatori Pohjois-Karjalaan
 - Hankkeen toiminnan suunnittelupalaveri
 - Pohjois-Karjala à la carte ruokakirjaan liittyvä suunnittelupalaveri
- Palavereihin osallistui yrittäjiä, yhteistyökumppaneita sekä elintarvike / matkailualan opiskelijoita.

Hanketoimijoiden tapaaminen 11.8.2010, ProAgria Pohjois-Karjala, Joensuu

Maakunnan elintarvikehankkeiden yhteistyökuvioihin liittyvä palaveri

Karelia à la carte -hanke / Pohjois-Karjalan Yrittäjät, palaveri 12.8.2010, ProAgria Pohjois-Karjala

Palaveri pidettiin yhteistyökuvioista Pohjois-Karjalan Yrittäjien juhlavuoden tapahtumassa.

Lähiuokapiirin perustaminen suunnittelukokous 15.10.2010, ProAgria Pohjois-Karjala

Kokouksessa keskusteltiin lähiuokapiirin perustamisesta Joensuuhun. Jyväskylän talousalueelta oli kokoukseen saapunut Anna Sarkkinen kertomaan heidän kokemuksia lähiuokapiirin toiminnasta. Tilaisuudessa käytiin avointa keskustelua ja ideointia luomu / lähiuokapiirin rakentamiseksi Joensuuhun.

Kokoukseen osallistui Joensuun ylioppilaskunnan luomuruokapiirin vapaaehtoistyöläisiä, luomu-/lähiuokapiirin tuottajia, jakopisteen edustajia, mahdollisia tulevia ruokapiirin asiakkaita ym.

Tapaamisessa päädyttiin siihen, että hankkeelle haetaan rahoitusta Leander – toimintaryhmältä. Jos hankkeelle ei löydy hakijaorganisaatiota, niin kaikki tehty työ on vapaaehtoista ja vaatii kaikkien piiriin osallistuvien vahvaa sitoutumista.

Karelia á la carte tapahtuma Joensuun kauppahallissa 20.10.2010

Hankkeen järjestämät tsemppi -päivät kauppahallissa saivat jatkoa myös tällä raportointijaksolla. Hankkeen yrittäjät järjestivät entiseen malliin tuote-esittelyjä ja maistattivat maakunnan makumuistoja. Hanuristi Erkki Hellström laulatti ja hauskutti asiakkaita. Tapahtuma sai taas kerran kauppahallissa asioivilta erittäin positiivista palautetta.

Hanke on myös ollut koordinoimassa kauppahallin torin puoleisen ikkunan uudet kuvat. Kuvat toimitettiin Joensuun toimitilalaitoksen arkkitehti Vilho Kuusiratile, joka sitten valikoi ikkunoihin sopivat kuvat. Kuvat ovat niitä, joita on hankkeen toimesta otettu ja lisäksi ProAgria Pohjois-Karjalan muita kuvia maatilapuolelta sekä myös Kalasta Pohjois-Karjalassa –hankkeen kuvia.

Karelia á la carte Ruokakirjan julkistamistilaisuus 23.11.2010, Kauppaneuvoksen kahvila, Joensuu

Upeasti kuvitettu Karelia á la carte Ruokakirjan julkistamistilaisuuteen osallistui useita kirjassa mukana olevia yrityksiä. Kirjassa esitellään Pohjois-Karjalan ja Etelä-Karjalan nykyistä ja perinteistä ruokakulttuuria. Kirjassa on runsaasti reseptejä ja taidokkaita kuvia herkullisista ruoka-annoksista.

Karelia á la carte kirjan tarkoituksena on auttaa lukijoita löytämään hyviä ja aitoja makuja niin kotona ruokaa valmistettaessa kuin matkalla Karjalassa. Kirjaan on koottu paljon uusia makuyhdistelmiä, tuoksuja ja oivalluksia. Ruokien lisäksi kirjasta löytyy myös karjalaisia maisemia ja tunnelmia. Kirjassa on tekstitykset suomen lisäksi englanniksi ja venäjäksi. Karelia á la carte kirja on täysin uusittu painos vuonna 1999 painetusta Karelia á la carte kirjasta.

Karelia á la carte -hanke koordinoi Pohjois-Karjalan osalta maakunnan yrittäjiä kirjaan liittyvissä asioissa ja oli koolle kutsujana muutamissa palaverissa kirjaan liittyen sekä järjesti julkistamistilaisuuden yhteistyössä kirjan toimittaneen Manne Stenroosin (A la carte kirjat) kanssa.

Infotilaisuus Karelia á la carte –hankkeesta / maakunnan elintarvike-, matkailuyrittäjille 2.12.2010 Joensuun Tiedepuisto

Tilaisuus järjestettiin Pohjois-Karjalan Ammattikorkeakoulun toisen vuosikurssin resonomiopiskelijoille. Opiskelijoita kiinnosti kovasti maakunnan elintarvike-, matkailuyritykset ja heidän tuotteet / tarjonta.

Opintomatka Etelä-Savoon 15.2.–16.2.2011

Opintomatka järjestettiin yhteistyössä Kalasta Pohjois-Karjalassa sekä Hyvää Yhdessä – hakkeiden kanssa. Matkan tavoitteena oli hakea parhaita käytäntöjä omaan yritystoimintaan, innovaatioita sekä oppia ongelmista, joihin nimenomaan tämän matkan aikaan törmäsimme!

Naistenpäivän tapahtuma Itähuolinta, Niirala 8.3.2011

Tapahtuma järjestettiin yhteistyössä Itähuolinnan, InnoKarelia – Monimuotoiset elintarvikeverkostot, Verkkokassi sekä KOKO -hankkeiden kanssa. Tapahtumassa maistatettiin paikallisia herkuja venäläisille asiakkaille sekä paikkakuntalaisille. Asiakkaita Itähuolinnassa kävi päivän aikana noin 500 henkilöä. Itähuolinta on erinomaisen hyvä koemyynti – ja markkinointipaikkana rajan läheisyydessä!

.Vakuuttavan esiintymisen valmennus 24.-25.3.2011

Käytännönläheinen ja kannustava esiintymisvalmennus järjestettiin yhteistyössä Hyvää Yhdessä – hankkeen kanssa.

Karelia à la carte Pääsiäistapahtuma 20.4.2011 Joensuun Kävelykadulla ja Kauppahallissa

Tapahtuma järjestettiin nyt jo kuudennen kerran ja yrittäjien toiveesta palasimme kävelykadulle. Kaupunginjohtaja Kari karjalainen julisti jo perinteiseksi tulleen Pääsiäisrauhan. Tapahtumassa tehtiin aiempien vuosien tapaan tunnetuksi Karelia à la carte brandia, matkailu- ja elintarviketoimialaa ja pohjoiskarjalaista pääsiäisruoka- ja pääsiäisperinnettä.

Loppuraportin liitteenä ohjausryhmää varten tehty indikaattorilomake, josta mm näkee hankkeen toimenpiteisiin osallistuneiden yritysten kpl määrät.

5.2.3 Hankkeen tiedotus**Ilmoitukset**

Karelia à la carte -hankkeen aikana on oltu aktiivisesti esillä tiedotusvälineissä ja näin tehty tunnetuksi Karelia à la carte logoa ja www.kareliaalacarte.fi nettisivustoja. Hankkeen aikana on kehitetty yhteisilmoittelu konsepti. Yrittäjät ovat maksaneet yhteisilmoittelun itse, hanke on ollut koordinoimassa asiaa tiedotusvälineisiin päin. Ilmoituksista on saatu erittäin näyttäviä suhteellisen pienillä kustannuksilla. Ilmoittelut ovat olleet aina johonkin teemaan liittyviä (kevät, kesä, syksy, talvi).

Hankkeen aikana on ilmoituksia ollut tiedotusvälineissä 27 kertaa:

- Karelia Expert Matkailupalvelu Oy:n kesäesite 2009
- Juhlat teemajulkaisu; Karjalaisen tabloid
 - erikoistabloid Juhlat -julkaisussa, jossa teemana juhlien valmistelut, asusteet ja kattaukset elämälle tärkeissä tapahtumissa.
- Eläkeliiton XVI liittokokous, Joensuu Areena 3.-4.6.2009 Juhlaopas
- Kägi Karjalainen Kesälehti 2009
- K 5 –kanava Kokkaa ja soppaa –ohjelma, kevät 2009
 - Karelia a la carte -hanke teki tunnetuksi pohjoiskarjalaisia elintarvikkeita ja matkailua K 5 -kanavan Kokkaa ja soppaa -ohjelmassa. Ohjelmassa valmistettiin ruokaa paikallisesta lampaasta, kasviksista, marjajauheesta, muikuista ja luomuruisleivästä. Ruoan yhteydessä nautittiin kuohujuomaa.
- Karjalaisen nettisivut tammi – huhtikuu 2009

- Karelia à la carte logo, liittyi K5 – kanavan ohjelmaan Kokkaa ja soppaa ohjelmaan.
- Karelia à la carte Ilon tarinoita -vihkosessa, kesä 2009
 - Karelia a la carte oli esillä Ilon tarinoita -vihkosessa kesällä 2009. Vihkosessa tehtiin tunnetuksi Pohjois-Karjalan matkailua ja tapahtumia.
- Neuvokas, kevät 2009
 - Neuvokas on Pohjois-Karjalan Yrittäjät ry:n jäsenlehti jäsenistölle ja sidosryhmille. Lehden levikki on 3 000 kpl. Neuvokas-jäsenlehti pitää sisällään Suomen Yrittäjien Yrittäjäinfo -tiedotteen. Ajankohtaista asiaa kuusi kertaa vuodessa järjestötoiminnasta sekä yrittäjää ja yritystä koskevasta toimintaympäristöstä.
- Karjalan Heili, syksy 2009
 - juhliin liittyvä erikoisteema
- Karjalainen, syksy 2009
 - erikoistabloid Juhlat julkaisussa.
- Karjalainen, joulukuu 2009
 - joulunaika lähestyy -teemalehdessä.
- Neuvokas kevät 2010
 - Karelia à la carte liikelahjat
- Karjalainen kevät 2010
 - Karelia à la carte Liikelahjojen esittely ja julkistamistilaisuudesta
- Kotiseutu-uutiset kevät 2010
 - Nauti Juhlavalmisteluista”
- Karjalainen kevät 2010
 - Maailmanennätysmaistatus
- Meijän Aviisi, kesä 2010
 - Kaatamon seudun kylälehti
- Kägi Karjalainen kesälehti
 - Karelia à la carte yleisilmoitus
- Liperin Kesäviesti 2010
 - Liperin kesälomakauden avaus
- S&A toimiston ammattilehti syyskuu 2010
 - Karelia à la carte liikelahjat
- Karjalainen, syksy 2010
 - Karelia à la carte tapahtuma Joensuun kauppahallissa.
- Karjalainen, syksy 2010
 - Liikelahjat omasta maakunnasta ilmoitus
- Karjalainen, syksy 2010
 - Opintomatka Ruoka & Viini & Hyvä elämä -tapahtumaan
- Karjalainen tabloid marras 2010
 - Liikelahjat joulukuksi omasta maakunnasta
- Neuvokas 5/2010
 - Karelia à la carte liikelahjat.
- Karjalainen, joulukuu 2010
 - Joulunaika lähestyy
- Karjalainen, juhlat tabloid, kevät 2011
 - Karelia à la carte yhteisilmoitus
- Karjalainen, kevät 2011
 - Pääsiäistapahtuma

Muu tiedotus

Hanketiivistelmä on toimitettu sekä hankkeen toimenpiteistä ja tapahtumista on tiedotettu kattavasti hankkeen kohderyhmille sekä laajalle sidosryhmä- ja hankeverkostolle.

Hankkeen aikana on järjestetty viisi tiedotustilaisuutta. Tiedotustilaisuudet ovat liittyneet Karelia á la carteen liittyviin asioihin, joidenka on ajateltu ylittävän uutiskynnyksen. Näin toimien on saatu tiedotusvälineiden edustajat paikan päälle ja lisätty hankkeen tunnettavuutta.

Tiedotusta on hoidettu tiiviisti yhteistyötä tekevien tahojen kanssa viikoittain sähköpostien, kirjeiden sekä henkilökohtaisten kontaktien välityksellä.

Maailmaennätys -maistatus tapahtuman tiedotus:

Kansainvälisille uutistoimistoille asiasta tiedotettiin uutissähkeellä viikolla 18. Samaan aikaan tapahtui tiedotus myös kotimaisille aikakauslehdille (Apu, Seura, Me naiset, Kodin kuvalehti, Kotivinkki, Aarre...) Pohjois-Karjalassa Karelia á la carte maailmanennätys -maistatus. Tiedotustilaisuus pidettiin 28.5. Joensuun Kävelykadulla, mukana olivat lähinnä maakunnalliset lehdet. Tiedotteita lähetettiin tiivistyvään tahtiin ennen tapahtumaa ja tapahtuman aikana lähes päivittäin. Maailmanennätys- maistatus sai huomioita sähköisissä tiedotusvälineissä (MTV 3, Yle valtakunnallinen uutislähetys, Itä-Suomen Uutiset, Radio Nova, Pohjois-Karjalan Radio ja Radio Rex) ja lehdistössä (mm maakuntalehdet ja paikallislehdet). Lisäksi sosiaalisessa mediassa on Youtube kanavalla Marja Tyrnin vierailu nauhoitettuna ja tallennettuna. Erilaisilla keskustelupalstoilla on nuoriso ollut aktiivisesti mukana. Päivittäin tapahtuvat kuulutukset Kävelykadulla toivat sekä hanketta, yrityksiä ja mukana olevia tahoja ja toimijoita esille.

Hanke on esiintynyt tiedotusvälineissä yli 100 kertaa

- Karjalan Heili 2/2008
- RuokaSuomi 1/2008
- Karjalan Maa 9/2008
- ProAgria Itä-Suomi 4/2008
- Karjalainen 12/2008
- Kotilehti 10/2008
- Kotiseutu-uutiset 12/2008, kolme kertaa kuukauden aikana
- Maaseudun Tulevaisuus 12/2008
- Karjalan Maa 1/2009
- Karjalainen 1/2009
- Helsingin Sanomat 1/2009
- Karjalan Heili 1/2009, kaksi kertaa kuukauden aikana
- Karjalan Heili 2/2009, kaksi kertaa kuukauden aikana
- Karjalan Maa 3/2009
- Karjalainen 4/2009
- Karjalan Heili 4/2009
- UutisAlasin 6/2009
- Koti-Karjala 8/2009
- Ruokatieto Uutiset 9/2009
- Karjalainen 10/2009
- Karjalan Maa 10/2009, kaksi kertaa kuukauden aikana
- Koti -lehti 10/2009
- ProAgria Itä-Suomi 4/2009

- Karjalainen 11/2009
- Karjalan maa 12/2009, kaksi kertaa kuukauden aikana
- Karjalainen 12/2009
- Karjalainen 2/2010, kaksi kertaa kuukauden aikana
- Lieksan Lehti 2/2010
- Ylä-Karjala 2/2010
- Karjalan Maa 3/2010, kaksi kertaa kuukauden aikana
- Ykköset -lehti /3/2010
- Karjalan Heili 3/2010
- Koti-Karjala 3/2010
- Karjalainen 3/2010
- Karjalainen 4/2010, kolme kertaa kuukauden aikana
- Karjalan Maa 4/2010, kolme kertaa kuukauden aikana
- Karjalan Heili 4/2010
- ProAgria Itä-Suomi 2/2010
- Karjalainen 5/2010
- Karjalainen 6/2010, lehdessä oli viikon aikaan viisi erillistä juttua maailmaennätystapahtumasta
- Karjalan Heili 6/2010, kolme kertaa kuukauden aikana
- Karjalan Maa 6/2010
- Pogostan Sanomat 6/2010
- Kotiseutu-uutiset 6/2010
- MTV3, Kymppi uutiset 6/2010
- Yle, valtakunnallinen uutislähetys 6/2010
- Yle, Itä-Suomen uutiset 6/2010
- Radio Nova 6/2010
- Pohjois-Karjalan Radio 6/2010
- Radio Rex 6/2010
- Kägi Karjalainen kesälehti 2010
- Carelia Service 2010 Karjalan Maan matkailuliite
- Kauhajoen kunnallislehti 9/2010, lehdessä oli kolme erillistä juttua Kauhajoen Ruokamessujen aikana
- Karjalainen 9/2010
- Maaseudun Tulevaisuus 9/2010
- Ylä-Karjala 9/2010
- Yle Pohjois-Karjala verkkosivu 9/2010
- Karjalainen 9/2010, kolme kertaa kuukauden aikana
- Koti-Karjala 9/2010
- ProAgria Itä-Suomi 3/2010, kaksi erillistä juttua
- Ruoka-Suomi 4/2010, kaksi erillistä juttua
- MTK viesti 5/2010
- Karjalainen 10 /2010
- Kotiseutu-uutiset 10 /2010
- Kotiseutu-uutiset 11 /2010
- Karjalainen 11 /2010, kolme kertaa kuukauden aikana
- Karjalan Maa 11 /2010
- Yle Pohjois-Karjala verkkosivu 11 /2010

- Karjalan Heili 11/2010
- Koti-Karjala 11/2020
- Karjalainen12/2010
- Koti-Karjala 12/20210
- Karjalan maa 12/2010
- Ruoka-Suomi 1/2011
- Karjalainen 3/2011, kaksi kertaa kuukauden aikana
- Karjalainen 4/2011
- Verkko Karjalainen 4/2011
- Yle Pohjois-Karjalan radio 4/2011
- Yle Pohjois-Karjala verkkosivu 4/2011
- VisitKarelia blogisivu 4/2011
- Verkkolehti Karjalan Maa 4/2011
- Kägi Karjalainen kesälehti 2011
- Karjalan Heili 8/2011
- Blue Wings 9/2011
- Ykköset -lehti10/2011
- Neuvokas 10/2011

Hankkeen tapahtumista on tiedotettu sähköpostilla, kirjeillä, www.proagriapohjois-karjala.fi sekä www.kareliaalacarte.fi → hankkeet -sivuilla, kaikissa hankkeen järjestämissä tapahtumissa sekä tiedotusvälineissä.

6. Tulokset

6.1 Matkailupalveluiden tuotteistaminen

Karelia à la carte Karjalaisella Ruokaretkellä tulevat tutuiksi pohjoiskarjalainen yrittäjäyys, ruokakulttuuri, nykypäivän gastronomia ja Karelia à la carte -verkosto. Paikalliset makuelämykset ja karjalainen vieraanvaraisuus täydennettynä monipuolisilla ohjelmalveluilla ja käden- taidoilla muodostavat ainutlaatuisen ruokamatkan. Pohjois-Karjalassa on luonto lähellä kulki- jaa. Meillä puhdas vesi, maa ja salaperäinen luonto vaaramaisemineen ovat luoneet ympäris- tön Karelia à la cartelle. Karjalaisessa ruokapöydässä tuoksuvat ja maistuvat aidot aromit, jotka saavat veden kielelle ja mielen virittäytymään matkailun makumuistoihin.

Tervetuloa karjalaisen kulinarismin pariin!

1. Karelia à la carte Maku- ja metsäelämysretki 2 pvä

Lähde Pohjois-Karjalaan aitojen maku- ja metsäelämysten ääreen.

- retken yksi kohde oli SILVA Metsänäyttely
- maku- ja elämysretkellä tehtiin tunnetuksi paikallisia makuelämyksiä, karjalaista vieraanvaraisuutta ja luontoa.

2. Karelia à la carte Karjalainen ruokaretki 2 pvä

- Matkailun makumuistoja parhaimmillaan!

Karelia à la carte ruokaretki käynnistyy Joensuun Honkavaaran Perinnepihalta. Karelia à la carte pitopöytäateria ja tsasounaan tutustumisen jälkeen suunnataan Joensuun kes- kusta. Tutustuminen omaleimaiseen, maankuuluun Taitokortteliin ja pohjoiskarjalaisiin

käsi- ja taideteollisuusalan taitajiin. Kauppaneuvoksen Kahvilassa nautitaan iltapäiväkahvit suklaaisen piirakan kera. Seuraavaksi pistäydytään Joensuun Kauppahallissa, paikallisten herkkujen keitaassa. Matka jatkuu Pielisen Karjalaan, jossa tutustutaan karjalaiseen eräluontoon. Karelia à la carte illallinen, illanvietto ja yöpyminen ovat vaihtoehtoisesti joko hotellissa tai maatilamatkailutilalla. Seuraavana päivänä tutustutaan Suomen Kivikeskukseen ja elintarvikealan yrityksiin.

3. Karelia à la carte Karjalainen pitopöytäateria

- Tervetuloa karjalaisen kulinarismin pariin!

Karelia à la carte karjalaisella pitopöytäaterialla tuoksuvat mureaksi haudutetun karjalanpaistin aromit, riista, muikut ja muut järvikalat, sienet, kasvikset monessa muodossa, paatet, uunissa haudutettu juuressärä, rukiiset leivät, suussa sulavat aidot perinteiset karjalanpiirakat ja marjaiset jälkiruoat. Karelia à la carte aterialla tulee tutuksi pohjoiskarjalaiset paikalliset herkut ja karjalainen vieraanvaraisuus.

4. Karelia à la carte Jouluretki Liperiin ja Polvijärvelle 1 pvä

Jouluisen ruokaretken avulla perehdytään joulun viettotapoihin, jouluisiin ruokiin ja leivonnaisiin. Retken aikana hiljennytään pikkuhiljaa joulun tunnelmaan ortodoksisen jouluhartauden merkeissä.

Ohjelma:

- tutustuminen Liperin Myllyyn ja Liperin Myllyn Joulumarkkinoihin
- jouluisen pitopöytä Saarilan maatilamatkailussa, jossa myös jaetaan joulumuitoja vuosien takaa
- Solan Voiman Chrissen johdolla joulusaippua tekeminen kaikille muistoksi retkestä
- halukkaat pääsevät Saarilassa rekiajelulle sekä saavat tutustua Saarilan kotieläimiin
- Jo aisakello helkkää -joulukorttinäyttelyyn tutustuminen Varpusen vintillä Viinijärvellä
- Jouluun hiljentyminen, hartaushetki Taipaleen ort,srk, Viinijärvi.

5. Karelia à la carte Pääsiäisretki Lieksaan 1 pvä

- Retken aikana virittäydytään pääsiäisen tunnelmaan tutustuen erilaisiin pääsiäisenvieton perinteisiin;

Ohjelma:

- tutustuminen Eeva Rynnäsen taiteilijakotiin ja Paaterin kirkkoon Vuonisjärvellä
- Kestikievari Herranniemi, kievarin tarina, kahvi & savulammassämpylä
- Isäntärenki, meuhetki kera lusikkaleivän, pääsiäisleivän teko näytös
- Reino ja Aino –kauppa ,tehdaskierros, jossa saimme seurata käsityönä valmistettavien tossujen valmistusta
- Hurtan Holvin pääsiäispöydän herkkujen äärellä virittäydyttiin pääsiäisen tunnelmaan
- retken lopuksi tutustuminen Taitokeskus Lieksan Taitoshopissa Pohjoiskarjalaisten käsityöyrittäjien tuotteisiin.
- pääsiäisretkelle osallistuneet saivat kotiin viemiseksi pääsiäisleivän sekä Karitsaa à la Karelia reseptivihkosen.

6. Karelia à la carte Jouluretki Ilomantsiin 1 pvä

Ohjelma:

- vierailu Iljalan Pappilassa, jossa nautitaan teetä sulsinan kera
- nukke- ja nalletaloon tutustuminen
- tutustuminen Hermannin viinitilan myymälään ja tilan tarjontaan, glögihetki
- nykykarjalainen jouluateria Parppeinvaaran runokylässä Ravintola Perppeinpir-tissä. Aterioinnin lomassa ravintoloitsija Hannu Lappalainen kertoo itäisestä ruokaperinteestä.
- ruokailun jälkeen vierailu Parppeinvaaran käsityömyymälään ja joulu-pirttiin, jos kuunnellaan kantelemusiikkia.
- luonnonmateriaaleista tehtyihin joulutuotteisiin tutustuminen KäsPunoksessa.
- jouluretki päättyy Pyhän Profeetan Elian kirkossa toimitettavaan rukoushetkeen. Jouluhartauden toimittaa isä Ioannis, Lampropoulos kuoron avustamana.
- oppaana retkellä varsinainen Ilomantsin asiantuntija, teologian tohtori Juha Riikonen.
- ruokaretken kohteissa on runsaasti tarjolla paikallisten tekijöiden kauniita lahjaideoita ja makumuistoja kotiin viemisiksi.

7. Karelia à la carte Pääsiäisretki Keski-Karjalaan 1 pvä

Ohjelma:

- tutustuminen Marimekon tehtaanmyymälään
- Pääsiäisateria Maijan Juhla- ja pitopalvelussa
- keskikarjalaisiin kädentaitoihin ja Pääsiäisajan herkkuihin tutustumista alueen yrityksissä
- Pääsiäisajan hartaus- ja lauluhetki ortodoksisessa kirkossa
- retken lopuksi teehetki sulsinan kera

8. Karelia à la carte ammattilaisretki

Tuotteistettiin ja testattiin ammattilaisille suunnattuja Karelia à la carte Karjalaisia ruokaretkiä. Retken käyntikohteet olivat;

Esimerkki 1.

- Aamu-Usvan Riistatila, Liperi
- Polvijärven Herkku / Karelia à la carte lähiruokalähetämö, Polvijärvi
- Ravintola Kielo, Joensuu

Testiretkelle osallistuivat Liperin kunnan suurkeittiöiden henkilöstöstä.

Esimerkki 2.

- Kauppahalli, Joensuu
- Taitokortteli kokonaisuudessaan
- Aamu-Usvan Riistatila / Keramiikkapaja Heidi Mononen, Liperi
- Mahevi / Polvijärven herkku / Karelia à la carte lähiruokalähetämö, Polvijärvi
- Honkavaaran perinnepiha / Tsasouna
- Maatilamatkailu – Juhlapalvelu Hirvonen, Pyhäselkä

Retkelle osallistui maa- ja kotitalousnaisten yritysneuvoja ympäri Suomen sekä kaksi freelancer toimittajaa, Tuula Koponen sekä Pentti Väistö, jotka tekivät ruokaretkistä jutun Maa-seudun Tulevaisuuteen.

Taulukko 1: Tuotteistetut retket

Retki	Kesto
Karelia à la carte Maku- ja metsäelämysretki	2 pv
Karelia à la carte Karjalainen ruokaretki	2 pv
Karelia à la carte Karjalainen pitopöytäateria	2 pv
Karelia à la carte Jouluretki Liperiin ja Polvijärvelle	1 pv
Karelia à la carte Pääsiäisretki Lieksaan	1 pv
Karelia à la carte Jouluretki Ilomantsiin	1 pv
Karelia à la carte Pääsiäisretki Keski-Karjalaan	1 pv
Karelia à la carte ammattilaisretki	1 pv

Hankkeen aikana on kehitelty Karelia à la carte -leivos, jonka tuotekehittelystä on vastannut Kahvila – Konditoria Houkutuksesta Pirkko Burman joukkoineen. Leivos on tarjolla ruokaretkillä kahvin kera. Ohje leivokseen löytyy www.kareliaalacarte.fi/fi/materiaalit.

6.2 Tehdyt selvitykset ja tutkimukset:

1. Ympäristövastuullisuus Karelia à la carte -hankkeen yrityksissä:

Kaisu Tukiainen teki Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun matkailun koulutusohjelman opinnäytetyönään selvityksen ympäristövastuullisuudesta Karelia à la carte -hankkeen yrityksissä. Tutkimus tehtiin lähettämällä 80 yritykseen kyselylomake lajittelusta ja kierrätyksestä. Vastausprosentti oli 31 % (25 kpl). Tutkimuksessa selvisi, että pääsääntöisesti kierrätystä ja lajittelua pidetään tärkeänä. Toisaalta joidenkin yritysten kohdalla vaikuttaa siltä, että vastuu kierrätyksestä on siirretty suoraan seuraavalle sukupolvelle. Myös yrityksen toimintasuunnitelmassa kestävä kehitys on huomioitu vain 40 % vastanneista yrityksistä, kun lähes puolet (48%) ei huomioi sitä lainkaan. Tulevaisuudessa useat yritykset pyrkivät parantamaan ympäristövastuun asioita entisestään. Tarkempaa tutkimusta tarvitaan siihen, minkälaista jätettä yritys tuottaa ja ovatko kierrätysmenetelmät oikeat jätteiden laatuun verrattuna.

2. Karelia à la carte -logon markkinatutkimus

Karjalan messuilla kesäkuussa 2008 toteutettiin markkinatutkimuskysely koskien Karelia à la carte -logotunnettavuutta ja siihen liittyviä mielikuvia. Kyselylomakkeessa kysyttiin, oliko vastaaja nähnyt lomakkeessa olevaa logoa aikaisemmin (kyllä/en/en osaa sanoa) ja mihin asioihin Karelia à la carte -tunnus vastaajan mielestä liittyi. Vastauksia saatiin yhteensä **223 kpl**.

Vastaajista n. **60 prosenttia** oli nähnyt logon aikaisemmin, logo oli vieras neljännekselle vastaajista ja 12 prosenttia ei ollut varma, oliko nähnyt logoa aikaisemmin. Tulosten yleistettävyyttä heikentää kyselyn toteuttaminen Karelia à la carte -messuosastolla.

Vastaavanlainen markkinatutkimuskysely toteutettiin myös Silva Metsänäyttelyssä kesäkuussa 2009. Vastauksia saatiin yhteensä **181 kpl**. Vastaajista n. **80 %** oli nähnyt Karelia à la carte -logon aikaisemmin. Logo ei tunnistanut **16 %** vastaajista ja **4 %** ei osannut sanoa oliko vai eikö ollut nähnyt sitä aiemmin. Vastaajista **41 %** liitti logon paikallisuuteen, ruokaan, ravin-

tolaan, hyvään palveluun ja syömiseen yleensäkin. Karjalaisuuteen logon yhdisti **32 %** ja johonkin muuhun **19 %**.

Elma -messujen yhteydessä marraskuussa 2009 tehdyssä kyselyssä selvisi, että 39 % mesuyleisöstä on nähnyt Karelia á la carte -logon aiemmin. Suurimmalle osasta vastaajista logo toi mieleen karjalaisuuden, erityisesti karjalanpiirakat, Kolin ja vaaramaiset, Pielisen, kotiseudun tai ortodoksisuuden.

Erilaisissa tapahtumissa tms on selkeästi ollut huomattavissa, että Karelia á la carten tunnettavuus on lisääntynyt. Karelia á la carten esilläolo monissa tapahtumissa, logon käyttö yrittäjien markkinointimateriaaleissa ym, esilläolo tiedotusvälineissä sekä sivuilla käyneiden määrän huikea nousu ovat vaikuttaneet tunnettavuuteen ja logo osataan jo yhdistää Pohjois-Karjalan matkailuun ja ateriapalveluita tarjoavissa yrityksissä ruokaan, johon kuuluu maakunnan makuja. Vähittäismyymälöissä kuluttajat eivät kuitenkaan vielä osaa yhdistää logoa lähellä tuotettuun ruokaan. Ilmeisesti kaupoissa asia tulisi käydä selkeämmin tekstin avulla esille.

3. Markkinointikanavat ja logistiset vaihtoehdot -selvitys

Selvityksen kohderyhmä olivat elintarvike-, juhlapalvelu-, käsityö- ja matkailuyritykset. Selvityksen tarkoituksena oli kuvata eri toimintavaihtoehtoja yritysten toimintaedellytysten parantamiseksi sekä tuotteiden saamiseksi ja toimittamiseksi kohdemarkkinoille.

Selvityksessä käytiin läpi seuraavat asiat:

1. Potentiaaliset markkinakanavat ja niiden vaatimukset tuotteiden toimituksissa.
2. Merkittävimmät maakunnan ulkopuoliset markkinakanavat.
3. Logistiset vaihtoehdot ja kustannukset eri markkinakanavissa.
4. Web-pohjaisen markkinoinnin edellytykset.

Raportin johtopäätöksissä todetaan:

”Tavoitteena on saada samanlaisia ongelmia kohdanneet ja samantyyppisten kehittämistoimenpiteiden kanssa toimivat yritykset saman pöydän ääreen ratkaisemaan yhdessä logistisia asioita.

Yhteistyöhalukkuutta löytyy haastateltujen yritysten osalta. Yritysten kasvuhakuisuus edellyttää toimivia ratkaisuja ja yhteistyö on yksi kehitystoimenpiteitä mahdollistava tekijä.

Yrityksien kasvu sekä kysynnän muutokset asettavat uusia vaatimuksia yrittäjien osaamiselle. Maakunnan ulkopuolelle markkinointi-, myynti- ja asiakaspalvelutyö vaatii paljon nykyistä parempia liiketoimintataitoja. Yrittäjät tarvitsevat tukea ja koulutusta; liiketoiminta-, tuotekehitys-, markkinointi-, myynti-, asiakashallinta- ja laatuosaamista sekä kielitaitoa.

Yleisimmät ongelmat koettiin asiakkaiden löytämisessä, markkinointi- ja myyntiresurssien puutteessa, tiedottamisessa ja oman ajankäytön riittämättömyydessä markkinointiin.

Markkinointi koettiin työlääksi ja resursseja ei riitä esim. maakunnan ulkopuolelle tapahtuvaan markkinointiin.”

6.3 Materiaalit ja julkaisut

1. Laatujärjestelmän laatiminen

Karelia á la carte hankkeessa on työstetty matkailu-, elintarvike- ja käsityöalan yritysten käyttöön soveltuvaa laatukäsikirjaa.

Laatukäsikirjan sisältö:

1. Johtajuus
2. Toimintaperiaatteet ja strategiat
3. Henkilöstö
4. Kumppanuudet ja resurssit
5. Prosessit
6. Asiakastulokset
7. Henkilöstötulokset
8. Tulokset

Laadun hallintaan liittyvä perehdyttäminen toteutettiin laatuvalmennuksien avulla. Laatuvalmennukset hankkeessa aloitettiin lokakuussa 2009.

2. Palautekäyntikortit:

Hankkeen aikana on kehitetty palautekäyntikortti, jota on jaettu kattavasti yrityksille. Lisäksi niitä on jaettu erilaisissa tapahtumissa. www.kareliaalacarte.fi sivuille on lisätty palautelomake, mitä kautta halukkaat voivat käydä antamassa asiakaspalautetta. Palautekäyntikortti on yksi keino tehdä nettisivuja tunnetuksi sekä helpottaa palautteiden antamista, joka monta kertaa etenkin negatiivisen palautteen ollessa kyseessä saattaa olla hyvinkin vaikeata.

3. Karjalaisessa Ruokapöydässä -kirjanen, englanninkielinen

Karjalaisessa ruokapöydässä -kirjanen käännettiin hankkeen aikana englanniksi. Kirjasessa luodaan lukijalle kokonaiskuva Karjalan ruokakulttuurista. Kirjasen avulla tehdään tunnetuksi pohjoiskarjalaista ruokakulttuuria. Kirjasessa kerrotaan, mistä karjalainen ruokakulttuuri on saanut alkunsa ja miten perinteisiä karjalaisia leivonnaisia ja ruokia valmistetaan. Kirjasessa tehdään tunnetuksi myös Karelia a la carte -brändiä. Kirjanen sopii myös oppimateriaaliksi kaikenikäisille, jotka haluavat syventää tietämystään itäisestä ruokakulttuurista tai valmentautuvat toimimaan asiakaspalvelutehtävissä matkailu- ja ravitsemisalalla.

Suomenkielinen Karjalaisessa Ruokapöydässä – kirjanen valmistui Karelia á la carte Ruokaa Rakkaudella -hankkeessa vuonna 2006.

4. Karelia á la carte Ruokaa Rakkaudella reseptivihkonen

Karelia á la carte Ruokaa Rakkaudella reseptivihkonen valmistui tammikuussa 2011. Reseptivihkosessa on lähiruokaohjeet modernilla tavalla toteutettuina muun muassa kasviksista, järvikaloista, karitsasta, villisiasta, metsäsienistä, siitakesienistä, marjoista sekä ternimaidosta. Reseptivihkosessa on kuvat kaikista ruoka-annoksista. Reseptivihkonen on pääasiassa suunnattu kuluttajille, jotka esimerkiksi ravintolassa kyselevät mitä sitä osaisi järvikalasta tehdä kotona ruuaksi.

5. Karelia á la carte Juhlapalveluopas

Kevään juhlien kynnyksellä toukokuun lopussa ilmestyi Karelia á la carte Juhlapalveluopas. Juhlapalveluopas on suunnattu juhlapalveluyrittäjille sekä heidän asiakkailleen. Oppaan tarkoituksena on toimia juhlapalveluita tarjoavien yritysten ja asiakkaiden yhteistyötä helpotta-

vana työkaluna juhlia suunniteltaessa. Juhlal palveluoppaan on tehnyt osana restonomiopintoja opinnäytetyönä Sini Turunen, Pohjois-Karjalan Ammattikorkeakoulu. Opasta on täydennetty Karelia á la carte -hankkeen toimesta ja se on kuvitettu hankkeen aikana otetuilla kuvilla. Oppaassa on juhlapalveluita tarjoavien yritysten ilmoituksia helpottamaan juhlanjärjestelyjä.

6. PowerPoint esitykset

Tapahtumissa huomattiin, että kuluttajat olivat kiinnostuneita karjalaisten perinneleivonnaisen valmistuksesta. Hygienialaki rajoittaa työnäytöksiä tapahtumissa. Tähän tarpeeseen tehtiin PowerPoint esitykset karjalanpiirakan, vatruskan sekä sultsinan valmistuksista. Esityksistä on tullut kosolti hyvää palautetta ympäri Suomea. Esityksiä on hankkeen aikana pyöritetty erilaisissa tapahtumissa, infotilaisuuksissa, oppilaitoksissa. Esitykset ovat kaikkien käytössä opetusmateriaalina, yksityisille henkilöille ym.

Hankkeessa tuotettu materiaali löytyy www.kareliaalacarte.fi sivuilta kohdasta hanke / materiaalit.

6.4 Nettisivut

Hankkeen aikana on erityisesti panostettu nettisivujen tunnetuksi tekemiseen ja sivujen kehittämiseen. Hankkeen aikana sivuille on saatu myös englanninkieliset käännökset.

Taulukko2: Vierailukerrat www.kareliaalacarte.fi -sivustolla

Raportointijakso	Käynnit
1.1.–30.6.2009	1 796
1.7.–31.12.2009	4 751
1.1.–30.6.2010	8 466
1.7.–31.12.2010	9 598
1.1.–30.6.2011	15 963

6.5 Määrällisten tavoitteiden toteutuminen

Hankkeelle asetetut määrälliset tavoitteet saavutettiin hyvin ja osin jopa ylitettiin.

Taulukko 3: Määrälliset tavoitteet

Määrällisen tavoitteen kuvaus	Tavoite	Toteutuma
Hankkeessa mukana olevat yritykset	150	138
Hankkeessa mukana olevat yritykset ja yhteistyötahot		155
Tuettujen uusien matkailuinvestointien lukumäärä	20	42
Hankkeen aikana kehitetyt uudet matkailutuotteet		8
Karelia á la carte Liikelahjat, mukana olevat yritykset		20
Selvitykset ja tutkimukset		3
Julkaisut ja muu materiaali		5

7. Talous

Hankkeen rahoitus: Euroopan maaseuturahasto, valtio, kunnat ja yksityiset
Toimenpide 313: matkailuelinkeinojen edistäminen

HANKKEEN TOTEUTUMA 1.1.2008 – 31.12.2011

TUOTOT	Toteutunut		Budjetti	%
	1.1.2011 – 31.12.2011	1.1.2008–31.12.2011		
ELY -keskus, EU	79 455,30	159 096,64	162 000,00	98,21
ELY -keskus, valtio	77 493,43	155 168,33	158 000,00	98,21
Kunta	- 1 355,58	40 001,00	40 000,00	100
Yksityinen rahoitus	12 276,38	39 396,61	40 000,00	98,49
Hankkeen tulot	0,00	614,71	0,00	0,00
TUOTOT YHT.	167 869,53	393 662,58	400 000,00	98,42

KULUT	Toteutunut		Budjetti	%
	1.1.2011 – 31.12.2011	1.1.2008–31.12.2011		
Palkat ja sivukulut	19 735,75	197 589,32	215 000,00	91,90
Ostopalvelut	553,02	36 587,58	34 500,00	106,05
Kotimaan matkakulut	3 024,84	35 345,36	40 000,00	88,36
Vuokrat	603,27	8 620,40	8 500,00	101,42
Kokouspalkkiot	300,00	1 200,00	2 400,00	50,00
Muut kustannukset	17 903,60	120 002,51	99 600,00	120,48
KULUT YHT.	42 120,48	399 345,17	400 000,00	99,84

8. Hankkeen toteutuksen arviointi

8.1 Karelia à la carte -hankkeen Itsearviointi

Itsearviointipäivään 17.3.2010 osallistui 8 ohjausryhmän jäsentä ja kolme hankkeelle töitä tehnyttä ProAgria Pohjois-Karjalan toimihenkilöä sekä hankevetäjä.

Tiivistelmä itsearvionnin johtopäätöksistä:

Karelia à la carte -hanke on tehnyt erinomaisesti tunnetuksi Pohjois-Karjalan matkailu- ja elintarvikealaa Karelia à la carte brändin alla. Karelia à la carten tunnettavuus on lisääntynyt pohjoiskarjalaisten kuluttajien piirissä. Nyt runsas 80 % tuntee Karelia à la carte tunnuksen! Hankkeen hallinnoija ProAgria Pohjois-Karjala ja hankevastaava Pirjo Korjonen saivat paljon kiitosta hankkeen asiantuntevasta ja käytännönläheisestä toteutuksesta. Yhteistyö pohjoiskarjalaisten kehittämis- ja koulutusorganisaatioiden sekä toimialahankkeiden kanssa on lisääntynyt runsaan kahden vuoden aikana.

Hankkeeseen osallistuneiden yritysten määrä on ollut merkittävä. Hankkeen myötä myös Karelia à la carte -verkoston uusien jäsenyritysten määrä on lisääntynyt ja yritysten sitoutuneisuus Karelia à la carte laatutyöhön, sääntöihin ja markkinointi-ilmeeseen on kohentunut. Jatkoksa hankkeen suunnitelluista toimenpiteistä valitaan sellaiset, jotka parhaiten hyödyttävät yritysten liiketoimintaa ja joiden myötä saadaan kerättyä hankkeen yksityisrahoitusosuutta. Tärkeää olisi myös löytää uudenlaisia tapoja toimia yhteistyössä tutkimusorganisaatioiden kanssa.

Karelia à la carte -hanke on alun perin suunniteltu liian laajaksi, joten jatkossa toimenpiteiden määrää tulee supistaa. Karelia à la carte -hankkeen projektisuunnitelmaa 2008 – 2010 ei ole päivitetty rahoituspäätöksen jälkeen, joten päivitys tehdään pikaisesti. Myös budjettiin tullaan tekemään muutoshakemus.

8.2 Hankevastaavan arvio hankkeesta, hankevastaava Pirjo Korjonen ProAgria Pohjois-Karjala

Hankkeen toiminta käynnistettiin hallinnoijan omalla riskillä 1.1.2008 alkaen. Hanke sai rahoituspäätöksen varsin myöhään eli 4.12.2008.

Karelia à la carte -hankkeen vuosi 2008 oli projektisuunnittelun aikaa. Hankkeen projektisuunnitelmaa tarkennettiin huomioiden toimialan kehittämistarpeet ja uuden ohjelmakauden hankesäännökset. Lähtötilannekartoitusta tehtiin toimiala- ja tarveselvitysten avulla sekä järjestettiin kokouksia, joihin oli kutsuttu avoimesti toimialojen kehittäjiä ja yrityksiä. Karelia à la carte -hankkeessa toteutettiin myös konkreettisia kehittämistoimenpiteitä.

Hankevetäjänä olen törmännyt ns. uuteen nimitykseen, jota meistä hanketyötä tekevästä käytetään eli ”välivouhkaaja”. Nimitys tuli vuoden 2008 aikana esille useampaan kertaan ja nimenomaan positiivisessa hengessä!

Toimialojen (elintarvike-, matkailu- ja käsi- ja taideteollisuusala) välinen yhteistyö on entisestään lisääntynyt. Hankkeessa järjestetyt tapahtumat, opintomatkat, koulutukset ym. ovat selkeästi se kanava, jossa **Tullaan Tutuiksi**. Tilanteissa opitaan tuntemaan toisen yrityksen toimintaa, tuotteita ja mahdollisten asiakkaiden toiveita (esim. Ruokaretki matkanjärjestäjille ja kuluttajille suunnatut tapahtumat). Tullaan Tutuiksi -päivissä matkailuyritykset ovat tutustuneet maakunnan jatkojalostusyrityksiin ja päinvastoin ja siinäkin on menty taas harppaus eteenpäin.

Hankevetäjänä pidän äärimmäisen hienona ja tärkeänä asiana eri hankkeiden välistä yhteistyötä maakunnassa. Se on kehittynyt koko ajan entistä positiivisempaan suuntaan. Yhteistyö on lisännyt huomattavasti eri toimijoiden keskinäistä tietoisuutta toistensa toiminnasta ja monia hankkeen toimenpiteitä järjestetään yhteistyössä. Yhteistyö on taloudellisestikin kannattavaa, koska päällekkäisyyksistä tapahtumien, koulutusten ja opintomatkojen osalta vältytään.

En voi olla mainitsematta vielä tässäkin yhteydessä maailmanennätys -maistatuksesta. Toimikoon tapahtuma muille kaupungeille esimerkkinä siitä mihin periksi antamattomalla asenteella, pohjalaisella uholla ☺ ja yhteistyöllä saadaan aikaan. Maistatuksen mahdollistivat maakunnan yritykset, yhteistyökumppanit, järjestäjät ja ennen kaikkea ne noin 30.000 maistajaa, jotka tekivät mahdottomasta mahdollisen.

Hankkeen aikana olen erityisesti ilahtunut siitä, että yrittäjät ovat olleet meihin päin jo aktiivisesti yhteydessä ja yrittäjiltä tulee lukuisia kehittämisideoita, joiden avulla hankkeen toimintaa on voitu suunnitella eteenpäin. Tämä on minusta merkki siitä, että hankkeen toiminnasta on ollut konkreettista hyötyä yrittäjille ja toiminta on entistä enempi laajenemassa toimialojen sisäisestä yhteistyöstä myös toimialojen väliseen yhteistyöhön.

Yritykset ovat ilmoittaneen mm. halukkuutensa ruveta tarjoamaan asiakkailleen Karelia à la carte Menuuta, joka on taas harppaus eteenpäin. Esimerkiksi Joensuun Teatteriravintola käyttää sekä Joensuu Menua sekä Karelia à la carte Menua rintarinnan.

Merkittävä asia hankkeen aikana oli Polvijärven Herkku Oy:n ja Lähiruokalahettämön eteen tehty työ, jossa oli mukana monia eri alueen elintarvikehankkeita viemässä asiaa eteenpäin ja tukemassa yrittäjää kaikilla tavoilla. Yrityksen toiminta oli merkittävä avaus pohjoiskarjalaisten elintarvikkeiden tunnetuksi tekemisessä. Ikävä kyllä Polvijärven Herkku ajautui konkurssiin. Ristiriitaisia tunteita herättänyttä June Karjalaista ei voi moittia esiintymishaluttomuudesta ja innovaatioiden puutteesta, mutta yritysidea ei ollut sittenkään tuottava (Heikki Arppi / Karjalainen 5.9.2011).

Elintarvikkeisiin liittyvissä hankkeissa on vuosien saatossa tehty useita toimenpiteitä logistiikkaan kehittämiseen. Logistiikkaan liittyviä takapakkeja on riittänyt ja senpä takia olikin ilahduttavaa lukea Karjalaisesta 23.8.2011 että Joensuulainen yhteistyökumppanimme Controlmatic (lämpötilanseurantajärjestelmään perehtynyt yritys) on mukana Itella Termo -pilottihankkeessa. Uuden teknologian avulla lähiruoka löytää kuluttajan / ravintoloitsijan luokse nopeasti, kustannustehokkaasti ja ympäristöystävällisesti kylmäketjun katkeamatta. Itella hyödyntää kuljetuksissaan jo olemassa olevaa jakeluverkostoaan, ja näin asiakas voi lähettää pieniäkin erinä elintarvikkeita haluamaansa kohteeseen ympäri maata. Kuljetuksia varten ei ole tarvinnut hankkia erillisiä kylmäkuljetusajoneuvoja vaan Itella hyödyntää jo olemassa olevaa kalustoa.

Kuten totesin viimeisessä Karjalan Heilin haastelussa elokuussa 2011 *"Tästä jäi hyvä maku!"*

8.3 Hallinnoijan arvio hankkeesta, Johanna Rinnekari, palvelupäällikkö ProAgria Pohjois-Karjala

Karelia à la carte -hanketta toteutettiin määrätietoisesti päätavoitteet saavuttaen. Karelia à la carte brändin tunnettavuus sekä yritysten välinen yhteistyö markkinoinnissa, raaka-aineiden hankinnassa ja osaamisen kehittämisessä lisääntyi. Karelia à la carte:sta on luotu pysyvä pohjoiskarjalainen verkosto ja brändi. Toimintaa suunnattiin kohdeyritysten tarpeita kuunnellen, vaikka hankkeessa ei voitu toteuttaa yrityskohtaisia toimenpiteitä. Hanke on aktivoinut yrityksiä yritysکوhtaisiin investointi- ja kehittämistoimenpiteisiin, joita on toteutettu runsaasti. Toimialalla on tapahtunut paljon! Hankkeen tuloksena on syntynyt useita kohdeyritysten keskinäisiä, uusia yhteistoimintamuotoja, joilla on jatkumisen edellytykset myös hankkeen päätymisen jälkeen. Lähes poikkeuksetta pienten yritysten liiketoiminnan kehittyminen vaatii hyvää ja toimivaa yhteistyöverkostoa.

Karelia à la carte -hankkeen toiminta ja talous on toteutettu hyväksytyyn suunnitelman mukaisesti. Yksityisrahoitusosuuden kerääminen on ollut haasteellista, koska hankkeessa ei ole voitu tehdä yritysکوhtaisia toimenpiteitä. Hankkeen toiminnan laajuus suhteessa toteutuneisiin kustannuksiin ja kohderyhmän kokoon on hyvä.

Hanke on merkittävästi vaikuttanut elintarvike- ja matkailualan kehittämisorganisaatioiden välisen yhteistyön positiiviseen kehittymiseen. Yhteistyö on lisännyt toimijoiden keskinäistä tietoisuutta toistensa toiminnasta, karsinut päällekkäisiä toimenpiteitä, hyödyttänyt erityisesti hankkeen kohderyhmää ja luonut hyvät edellytykset myös jatkotyöskentelylle.

Hankevastaavan innostava, yhteistyökykyinen ja ammattitaitoinen ote on taannut sen, että yrittäjät ovat ottaneet hankkeen hyvin vastaan ja hankkeeseen osallistuneiden yrittäjien määrä on ollut korkea.

8.4 Ohjausryhmän arvio hankkeesta, luonnos

Ohjausryhmä keskusteli hankkeen toteutuksesta ja tuloksista 14.9.2011 pitämässään ohjausryhmän kokouksessa. Karelia à la carte brändin arvo on noussut ja vahvistunut hankkeen aikana sekä tunnettavuus on lisääntynyt merkittävästi hankkeen ansiosta. Brändi ja hankkeen toiminta ovat vahvistaneet elintarvike- ja matkailualan toimintaympäristöä Pohjois-Karjalassa. Brändi on jo niin vahva, että se kestää yksittäisiä takaiskuja ja pystyy toimimaan ilman hanketta. Toimialojen välinen yhteistyö on lisääntynyt hankkeen toimiaikana ja verkoston rakentamisessa on onnistuttu. Yrittäjät ovat tutustuneet hankkeen myötä toisiinsa, yhteistyö lisääntynyt ja nurkkakuntaisuus vähentynyt. Asialla on ollut tärkeä henkinen merkitys yrittäjille. Hankeaikana, kolmessa ja puolessa vuodessa, yrittäjät on saatu jo yhteistyön seuraavalle asteelle. Edellä mainittu kehitys ei ole ollut käsi- ja taideteollisuusalan osalta yhtä vahvaa.

Yhteistyö toisten hankkeiden ja hankevetäjien kanssa on ollut tärkeä osa hankkeen toimintaa ja työnjako hankkeiden välillä on selkiytynyt. Yrittäjät ovat oppineet ottamaan aktiivisesti yhteyttä hankevetäjään. Hankevetäjän kysyntä ja tiedustelut yrittäjiltä hankkeen aikana kertoo hankkeenvetäjän ammattitaidosta ja onnistumisesta hankkeessa. Osallistujamäärä, 138 yritystä, on hyvä.

Hankkeen ja verkoston yhteinen nimi on aiheuttanut sekaannusta. Niitä ei aina osata erottaa toisistaan tai ne sotketaan keskenään. Hankkeen päättymisen on luultu tarkoittavan myös verkoston päättymistä. On tärkeää korostaa, että hankkeen päättyessä verkosto ei lopu. Sillä on pysyvä hallinto ja muoto.

8.5 Karelia à la carte -hankkeen ulkoinen väliarviointi

Karelia à la carte -hankkeen ulkoinen arviointi suoritettiin ajanjaksolla huhtikuu - lokakuu 2010. Arvioinnin keskeisen materiaalin muodostivat hankkeen projektipäällikön haastattelu, hankkeen toimintaan osallistuneiden 15 yrityksen strukturoidut haastattelut, hankesuunnitelma ja hankehakemukset liitteineen sekä hankkeen seurantaraportit. Arvioinnin toteutti Hanketaito Oy, Arvioijina toimivat Harri Lappalainen ja Jari Alanko.

Arvioinnissa todettiin, että hankkeelle on asetettu useita ja varsin haastavia tavoitteita. Tavoitteet ovat hankkeen kannalta mielekkäitä, mutta kokonaisuudessaan niitä on asetettu turhankin paljon. Jatkossa yksittäisen hankkeen osalta kannattaa tavoitteet määritellä tiiviimmin ja rajata tiukemmin.

Vaikka arvioinnin numeeriset palautteet hankkeen vaikutuksista yrityksiin jäivät melko mataliksi, totesi arvioinnin tekijä, että "Karelia à la carte -hankkeen tulokset vaikuttavat toistaiseksi varsin rohkaiseviltä ja yrityksiltä saadun palautteen perusteella hankkeen toiminta on tuotta-

nut lisäarvoa osallistujille”. Lisäksi hankkeen osallistajat ovat kokeneet hankkeen toiminnan pääosin varsin myönteisenä ja omaa liiketoimintaa kehittävänä. Hankkeen järjestämiä tapahtumia ja koulutuksia pidettiin pääsääntöisesti onnistuneina. Sekä hankkeen vetäjien toimintaa pidettiin hyvänä ja onnistuneena ja että Pirjo Korjosen roolia positiivisena innostajana pidettiin tärkeänä.

9. Johtopäätökset

Karelia à la carte -hanke on saanut yritysten piirissä erinomaisen vastaanoton. Yritykset näkevät tärkeänä, että matkailu-, elintarvike, käsi- ja taideteollisuusalan yhteistyötä entistä enemmän tiivistetään Karelia à la carte -brändin alla. Yhteistyötä on tiivistetty sekä toimialan yritysten että kehittäjäorganisaatioiden keskuudessa.

Hankkeen tilaisuudet, joissa yrittäjät tapaavat ja tutustuvat toisiinsa, syntyä luontaista yhteistyötä, on koettu erittäin tärkeiksi. Tapaamisten myötä on entistä enemmän opittu toisten yritysten toimintaa, tuotteita ja mahdollisten asiakkaiden toiveita. Nyt alkavat tulokset näkymään jo siinä, että maakunnan matkailu-, ravintola-, pitopalveluyritykset tuntevat paikalliset elintarvikkeet. Entisestään on vahvistunut se tosiasia, että karjalaiset perinneruoat ja leivonnaiset ovat makumuistoina merkittävä osa matkailua.

Tottakai on koko maakunnalle eduksi ja tuo näkyvyyttä, kun matkailuyritykset esim. ruokalistoiissa kertovat mistä raaka-aineet ovat lähtöisin. Ja se, että ne ovat pohjoiskarjalaisia raaka-aineita tuo tiettyä lisäarvoa. Asiakkaat, erityisesti turistit, ovat kiinnostuneita ruokaan liittyvistä tarinoista ja ne yleensä jäävät mieleen. Tarinaa on huomattavasti helpompi kertoa, kun matkailuyrittäjä tuntee tuottajan.

Menestyvän matkailutuotteen rakentaminen paikallisen ruokaperinteen ja lähiruoan ympärille on vaikeaa. Kuinka saada matkailun makumuisto maistumaan lautasella ja tehdä ruokaretkistä niin houkuttelevia, että ruokaretkelle lähtemisen kynnyks ylittyy. Ruokaretkelle lähtevä ihminen ei ole kuitenkaan kiinnostunut pelkästään syömisestä. Retkellä on oltava ostettavaa ja katsottavaa.

Ruokatarinat ovat erittäin tärkeä osa ruokakulttuuria. Tarina maustaa ruokaretken. Tarinan kerrontaan tarvitaan vähän taitoa, mutta enemmänkin uskallusta ja oivallusta. Tarinat voivat olla yrityksen tarina tai pienimmillään jonkin tuotteen, vaikkapa karjalanpiirakan tarina. Ihmiset ovat vieraantuneet jopa oman paikkakuntansa makukulttuurista. Jos yrittäjästä ei ole tarinan kertojaksi, voi apuna käyttää vaikkapa karjalaiset perinneruoat PowerPoint esityksiä.

Yritykset, yhteisöt ja erilaiset ryhmät ovat jo löytäneet aika mukavasti Karelia à la carte ruokaretket, mutta aika jolloin ns. satunnainen matkailija voisi spontaanisti liittyä ruokamatkaseuruuseen, on vielä edessä. Erilaiset sesonkiretket kuten joulun ja pääsiäisajan retket ovat olleet erittäin suosittuja ja vetäneet hyvin lähtijöitä mukaan. Eli tämän tyyppisille teemaan liittyville retkille on selkeästi tarvetta. Palautteet ruokaretkistä ollaan hyödynnetty karjalaisten ruokaretkien kehittämistyössä.

Ruoan ja matkailun yhdistämisessä on kyse samanaikaisesti pienistä ja suurista asioista. Pienistä siksi, ettei elämys vaadi syntyäkseen viiden ruokalajin ateriaa, vaan sen voivat tarjota yhtä hyvin torikioskista ostetut, vastapaistetut muikut, majapaikan aamiaispöydän paikallismaut tai tienvarsikojun maukkaat perunat, kuten ruokatutkija Merja Sillanpää ja Maaseutu-

politiikan yhteistyöryhmän Matkailun teemaryhmän pääsihteerini Nina Vesterinen olivat tuoneet asian esille ruoka- ja matkailu seminaarissa joulukuussa 2010 Turussa. Kolmelle neljästä matkailijasta ruokaelämykset kuuluvat tärkeimpiin syihin vierailualueilla. Yrittäjät ovat yhä enemmän tietoisia välttämättömyydestä tuottaa asiakkaille lisäarvoa yhdistämällä ateriapalveluihin erilaisia elämyksiä.

Maakuntien ruokakulttuurit ovat rikkaus, jota alueiden kannattaa hyödyntää. Karelia á la carte ruokamatkailuverkosto on kytkenyt paikallisuuden toimivasti pohjoiskarjalaiseen matkailuun!

10. Jatkotoimet

”Sähköinen liiketoiminta on mahdollisuus ja haaste”

Hankkeen tavoitteissa oli yhtenä kohtana sähköinen kauppapaikka – selvitys ja järjestelmän luominen. Asiaa on sivuttu moneenkin otteeseen hankkeen aikana, mutta asiakokonaisuus on niin kattava ja olisi vaatinut niin paljon selvitystyötä ynnä muuta, ettei siihen riittänyt resurssit tämän hankkeen aikana.

Hankkeen aikana on perustettu ympäri Suomea useitakin nettikauppoja, viimeisimpänä maku.fi / Aito ruokakauppa. Nettikaupan valikoimissa on myös pohjoiskarjalaisia tuotteita.

Tällä hetkellä sähköiset mediat ovat erittäin tärkeässä asemassa kaupankäynnissä sekä markkinoinnissa ja tähän liittyvä hankekokonaisuus olisi varmasti tervetullut aika monelle meidänkin maakunnan yrittäjistä. Sähköinen liiketoiminta tukee yritysten kilpailukykyä, kun sitä käyttämällä pyritään luomaan suora ja aikaisempaa syvällisempi yhteys asiakkaaseen uuden median keinoin. Yritystoiminnassa pitää näkyä ja kuulua, tavoittaa asiakkaat ja olla heidän tavoitettavissaan. Sosiaalinen media on tämän päivän ratkaisu kaikkiin näihin haasteisiin eli asiakkaasta voi tulla yrityksen paras markkinoija!

Juuso Kalliokoski kirjoitti Ruoka-Suomi artikkelissaan: ”Kehittämistyöhön ruokakulttuurin monipuolistamiseksi on olemassa valmiita eurooppalaisia viitekehyksiä. Tuottajien tai jalostajien tulisi ryhmänä hakea maataloustuotteen tai elintarvikkeen rekisteröintiä aidoksi perinteiseksi tuotteeksi. Tai ryhmät voivat hakea tuotteelle suojattua alkuperäisnimitystä tai suojattua maantieteellistä merkintää tiettyjen kriteerien täytyessä. Yritykset voivat itse nostaa tuotteen tunnettuutta ja markkina-arvoa ja osoittaa ne tuotteen laadulla. Näitä järjestelmiä on toistaiseksi hyödynnetty Suomessa melko vähän. Aktiivisimpia ovat viime aikoina olleet erityisesti poronlihan tuottajat ja tuotteiden nimiä on saatu suojattua.

Alueellinen ja maakunnallinen ruokaperinne tekee uudelleen tuloaan. haetaan erilaisuutta ja erottautumista. Suomen rikasta ruokaperinnettä arvostetaan. Edelläkävijät ovat ryhtyneet hyödyntämään ja tuotteistamaan maataiseläimiä ja -kasveja ruuan tuotannossa ja jalostuksessa. Perinteisen jalostusmenetelmien vaaliminen on osa kulttuuriperinnön säilyttämistä. Jos taitoja ei vaalita, niin taito menetetään ja tuotteiden valmistus siirtyy ulkomaille tai pahimmassa tapauksessa loppuu kokonaan ja tuonti jatkaa kasvuaan.” (artikkeli Ruoka-Suomi 1/ 2011, Juuso Kalliokoski MMM).

Yllä mainittuun artikkeliin liittyen erilaisten kehittämishankkeiden suunnittelussa tulisi jatkossa ottaa huomioon alkuperäiskarjasta erikoistuotteeksi liittyvät asiakokonaisuudet. Mm. maataismatkailuun liittyvät asiat sekä kyytönmaidosta ja kyytönlihasta, vuohenjuustosta valmistetut erikoistuotteet. Maakunnan lähi- ja LUOMU ruokamarkkinat kasvavat ja LUOMU on nos-

teessa. Jatkohankkeissa luomu täytyy nostaa vahvasti esille alkutuotannosta jalosteisiin asti, koko tuotantoketju.

Kahden Karjalan Ruokamatkat olisivat myös yksi hankeidea tuleviin mahdollisiin hankkeisiin sisällytettäväksi. Hankkeessa voitaisiin edistää ruokamatkailua molemmin puolin itäistä rajaa ja luoda viitekehys erikoismatkailun suunnittelulle ja toteutukselle hankkeen aikana sekä myös tulevaisuudessa. Matkailusektori on nostanut ruokamatkailun yhdeksi kiinnostavimmista matkailun trendeistä. Hankkeen aikana tulisi järjestää kohdealueille ideointi-, koulutus- ja kehittämisharjoituksia. Lisäksi Suomesta tulisi tehdä opinto- ja tutustumismatkoja Karjalan Tasavaltaan sekä Venäjältä Suomeen.

Joensuussa 2.3.2012

Eero Parviainen
Toimitusjohtaja

Päivi Tahvanainen
varatoimitusjohtaja

LIITTEET

Karelia à la carte Ruokaa rakkaudella -reseptivihkonen

Karelia à la carte Juhlapalveluopas

Karjalaiset perinneleivonnaiset -kirjanen, englanninkielinen

Laatukäsikirja

PowerPoint esitykset;

- karjalanpiirakan, vatruskan sekä sultsinan valmistus

Ruokamatkan tuotteistaminen, prosessikaavio

Markkinointikanavat ja logistiset vaihtoehdot -selvitys

Itsearviointiraportti

Ulkoinen väliarviointiraportti

Matkaraportit

Lehti-ilmoitukset

Lehtiartikkelit

Luettelo hankkeen toiminnassa mukana olleista yrityksistä

Luettelo matkailuinvestointeja tehneistä yrityksistä

Koontitaulukot osallistumisista, järjestetyistä tapahtumista, tiedostuksesta ja ilmoituksista