

**Elintarvikkeista ja luonnosta  
elinvoimaa Koillismaalle**

# Villiruoka- hanke

## **Toiminnan ja tulosten tiivistelmä**

Hankkeen tavoitteena oli Kuusamon ja Taivalkosken matkailu-, kauppa- ja elintarvikeryitysten yhteistyön tuloksellinen kehittäminen. Lähtökohtana oli yritysten kokoaminen yhteisen sateenvarjon eli villiruokabrändin alle. Keinoina käytettiin yritysten yhteisesti järjestämiä tapahtumia, elintarvike- ja matkailualan työpajoja, opintomatkoja, koulutuksia, messukäyntejä ja benchmarking-vierailuja. Hankkeessa hyödynnettiin myös laajasti sosiaalista mediaa. Yrityksillä oli keskeinen rooli hankkeessa: osallistuvia yrityksiä oli noin 50.



**Euroopan unioni**  
Euroopan aluekehitysrahasto

**Vipuvoimaa**  
**EU:lta**  
2014–2020



# Villiruoka vie arktisen luonnon maailmalle

Villiruokahankkeessa pyrittiin hyödyntämään Kuusamo-Taivalkosken alueen ainutlaatuista luontoa paikallisen elintarvike- ja matkailutoiminnan kehittämisessä. Hankkeessa on tähdätty alueen toimijoiden yhteistyön lisäämiseen ja sitä kautta tulokselisuuden nostamiseen. Yhteistoimintaa on lisätty esimerkiksi yritysten yhteisinä messu- ja opintomatkoina ja hankkeessa perustetun villiruokaosuuskunnan avulla.

Koillismaan alueella on hyvät edellytykset menestyä sekä ruokamatkailussa että elintarvikeviennissä. Alueen tutkitusti puhdas luonto kauniine vesistöineen yhdistettynä globaalien ruokatrendien tuntemukseen, innovatiiviseen tuotekehitystyöhön ja korkeaan ruokaturvallisuuden tasoon tuottavat merkittäviä kilpailuvahvuuksia. Arktisuus luo vahvan pohjan villiruokabrändille.



## Elintarvikkeista ja luonnosta elinvoimaa Koillismaalle

Hankekoodi EURA2014-järjestelmässä:  
**A70184**

Toteuttaja: **Naturpolis Oy**

Toteutusaika: **1.2.2015–31.3.2018**

Kustannukset: **397 363 €**

EAKR-rahoitus Pohjois-Pohjanmaan  
liitosta: **278 345 €**



Tuloksia saavutettiin monipuolisilla toimilla. Ammattitaitoa lisättiin järjestämällä opintomatkoja ja villiruokakursseja sekä aloitteleville keittiömestareille että ammattilaisille, joiden sisältönä oli mm. tuotteistamista paikallisista raaka-aineista. Villiruokabrändin vahvistaminen on tärkeä saavutus markkinoinnin ja kansainvälistymisen edistämiseksi. Yritysten yhteistyön lisäämisen myötä markkinoille syntyi organisoitunut myyjä- ja ostajaverkosto sekä paikallisten tuotteiden kysyntä kasvoi ja monipuolistui. Brändille on luotu oma nettisivusto, **wildfoodkuusamolapland.com**, josta löytyy ohjaukset brändin alla toimivien yrityksen omille sivuille.

### Brändi luodaan aktiivisella markkinoinnilla ja viestinnällä

Kotimaisen näkyvyyden saavuttaminen oli hankkeessa tärkeää ja sitä tavoiteltiin monin keinoin. Vuonna 2017 järjestetyt Kuusamon katuruokamarkkinat oli suuri ja menestynyt tapahtuma, jossa kävi yli 3000 ihmistä kahden päivän aikana. Hanke osallistui myös joka vuosi kalastustapahtumien järjestämiseen alueen koululaisille. Lisäksi paikallislehtiä ja alueen matkailulehtiä hyödynnettiin tiedon levittämiseksi: hankkeesta julkaistiin eri medioissa noin 200 artikkelia. Hanke myös sai Suomalaisen ruokakulttuurin edistämistätiön vuoden ruokatekopalkinnon.

- Kokonaisuutena villiruoka tuli julkisuuteen oikealla paikakunnalla, Kuusamossa. Paikallisten mielestä ”meillä tätä villiruokaa on aina ollut”. Tähän olen vastannut, että kyllä, mutta nyt on aika nostaa se arvoon, jonka se ansaitsee, kuvailee projektipäällikkö Elisa Kangasaho hankkeen julkisuustyötä. Kangasaho kävi eri paikkakunnilla pitämässä toiminnasta 43 esitystä hankkeen aikana.

Sosiaalinen media oli tärkeä työkalu hankkeen edistämiseksi. Esimerkiksi Facebookissa järjestettiin kilpailu Tavalkoskelle asettuvan Hevi reissu -elokuvan julkistamisen yhteydessä, johon osallistui yli 400 ihmistä ympäri Suomea. Kilpailun avulla hanke sai hyvän näkyvyyden ympäri Suomea pienehköstä mediabudjetista huolimatta. Tämän

mahdollisesti osuvat kohderyhmät, toimivat kanavat, hyvät videosisällöt, selkeä kampanjan kärkeviesti ja jaettavien palintojen kiinnostavuus. Sosiaalista mediaa hyödynnettiin onnistuneesti monien muidenkin tapahtumien kohdalla.

### Kansainvälistymällä vientimarkkinoille

Hankkeen keskeisin kansainvälistymistä edistävä toimenpide oli ranskalaisten keittiömestareiden vierailu Kuusamossa, joka auttoi luomaan yhteyksiä Eurooppaan. Keittiömestarit olivat ranskalaisista Michelin-ravintoloista, joista kaksi oli saanut Ranskan presidentin myöntämän MOF-arvonimen, joka myönnetään alansa parhaille käsityöläisammattilaisille. Alueen yrityksillä oli mahdollisuus esitellä ja maistattaa tuotteitaan heille. Yrittäjät pääsivät myös tekemään tuotteistuksia paikallisista kaloista, riisista ja marjoista keittiömestareiden kanssa.

Vierailu loi kontakteja, joita on tarkoitus kehittää tulevaisuudessa viennin edistämiseksi. Välittömänä tuloksena yksi alueen yrityksistä, Petäjälammen Herkku, lähti Pariisiin esittäytymään ja sai paikallisen tukun listoille Kuusamon rieskan sekä kuusamolaisia marjoja yhden ravintolan ruokalistalle. Alueelta vieraili myös muita yrityksiä Ranskassa sekä Murmanskissa järjestetyssä Arctic Cuisine -seminaarissa.



## Tavoitteet

- Lisätä yritysten yhteistyötä ja paikallista ammattitaitoa ja -tietoa. Toimenpiteinä pysyvän yhteistyön toimintamallin luominen ja koulutusten toteuttaminen. Järjestetään myös tuotteistamisen työpajoja ja kehitetään myyntiosaamista.
- Alueen tunnettuuden kasvattaminen viestinnällä ja markkinoinnilla. Villiruokabrändin vahvistaminen ja näkyvyyden lisääminen kotimaassa ja kansainvälisesti.
- Lisätä alojen kansainvälisyyttä opintomatkoin ja ulkomaalaisten vierailuja järjestämällä.

## Tulokset

- Yritysten yhteistyö tiivistyi, paikallisten tuotteiden kysyntä kasvoi ja raaka-aineiden saatavuus parani. Hankkeessa syntyi organisoitunut ostaja- ja myyjäverkosto. Yhteisen brändin alle luotiin nettisivusto, joka ohjaa ostajia brändin alla toimivien yritysten omille sivustoille.
- Järjestettiin 13 koulutusta ja tuotteistamista, joissa oli yhteensä mukana 45 yritystä. Tuotteistamiset synnyttivät useita uusia tuotteita yritysten valikoimiin.
- Järjestettiin 8 opintomatkaa, joihin osallistui yhteensä 31 yritystä. Kansainvälisiä kontakteja luotiin etenkin Ranskaan ja Venäjälle.
- Villiruokabrändin tunnettuutta edisti 27 seminaarin ja tapahtuman järjestäminen, joihin osallistui kaikkiaan 6700 ihmistä. Projektipäällikkö piti myös eri alueilla yhteensä 43 villiruokaesitystä, ja hanketta koskevia artikkeleita julkaistiin mediassa noin 200. Hanke voitti ruokakulttuuripalkinnon.
- Villiruokan merkitys Koillismaan vetovoimatekijänä ymmärretään uudella tavalla.

## Pohjois-Pohjanmaan liitto myöntää rahoitusta alueen kehittämishankkeisiin EAKR-ohjelmasta

Pohjois-Pohjanmaan liitto toimii rakennerahasto-ohjelman Kestävää kasvua ja työtä 2014–2020 – Suomen rakennerahasto-ohjelman alueellisena rahoitusviranomaisena. Rakennerahastorahoitusta kohdistetaan hankkeisiin, jotka uudistavat kasvua ja kilpailukykyä, lisäävät elinvoimaa alueiden ja toimijoiden verkostoitumisesta ja luovat hyvinvointia kumppanuuksilla.

Euroopan aluekehitysrahaston (EAKR) tavoite on parantaa työllisyyttä sekä lisätä alueiden kilpailukykyä ja elinvoimaisuutta. Ohjelmien avulla työllisyyttä pyritään parantamaan erityisesti maamme heikommin työllistyvillä alueilla. Euroopan aluekehitysrahasto tukee työllisyyden lisäämiseksi esimerkiksi innovaatiotoiminnan ja verkottumisen edistämistä.

Kestävää kasvua ja työtä 2014–2020 – Suomen rakennerahasto-ohjelmassa on kaksi toimintalinjaa ja seitsemän erityistavoitetta Euroopan aluekehitysrahastolle. Kaikkien hankkeiden tulee toteuttaa jotakin näistä erityistavoitteista. Suomen valtioneuvosto ja Euroopan komissio ovat hyväksyneet ohjelma-asiakirjan.

EAKR-toimintalinjat ja erityistavoitteet:

### Toimintalinja 1. Pk-yritysten kilpailukyky

- Uuden liiketoiminnan luominen
- Pk-yritysten kannalta tärkeiden liikenne- ja logistiikkayhteyksien parantaminen (Itä- ja Pohjois-Suomessa)
- Yritysten kasvun ja kansainvälistymisen edistäminen
- Pk-yritysten energiatehokkuuden edistäminen.

### Toimintalinja 2. Uuden tiedon ja osaamisen tuottaminen ja hyödyntäminen

- Tutkimus-, osaamis- ja innovaatiokeskittymien kehittäminen alueellisten vahvuuksien pohjalta
- Yritysten innovaatiotoiminnan vahvistaminen
- Uusiutuvan energian ja energiatehokkaiden ratkaisujen kehittäminen.

### Lisätietoa

Lisätietoa rakennerahasto-ohjelmasta ja rahoituksen hakemisesta: [www.rakennerahastot.fi](http://www.rakennerahastot.fi)