

"Kiinnostus alkuperään selkeästi kasvava trendi" – Italiassa pikaruokaketjukiin käyttää nimisuojujattuja raaka-aineita

Ruoka 19.12.2016 Paula Liesmäki

Nimisuojuuksen jättimaassa Italiassa kolme katuruokaa on rekisteröity EU:n nimisuojujärjestelmään. Myös Kiina on alkanut sertifioida tuotteitaan.

STINA HAASO



Italiassa 56 prosenttia maa-alasta liittyy johonkin nimisuojuattuun tuotteeseen. Nimisuojujattujen tuotteiden ruokaketjussa on mukana 90 000 yritystä.

Hampurilaisketju McDonald's käyttää Italiassa tuotteissaan paikallisia nimisuojujattuja raaka-aineita. Syynä on kova kilpailu uuden katuruuan kanssa.

Jotkut italialaisista nimisuojujattuja tuotteista ovat löytäneet tiensä myös muiden Euroopan maiden McDonald'seihin.

Nimisuojuuksen jättimaassa Italiassa kolme katuruokaa – napolilainen pizza, focaccia ja piadina – on rekisteröity EU:n nimisuojujärjestelmään. Lisäksi nimisuojujattuja raaka-aineita käytetään monissa katuruuissa.

"Uudet katuruokaravintolat ovat osanneet kertoa kuluttajille käyttävänsä laaturauka-aineita, toisin kuin perinteinen pikaruoka", sanoo johtaja **Mauro Rosati** italialaisesta Qualivita Foundationista.

"Nimisuojuat tuotteet tulevat kuluttajien tietoon ravintoloiden kautta."

Qualivita Foundation edustaa viini- ja ruokayritysten yhteenliittymiä, joilla on nimisuojuja tuotteita. Yksittäinen yritys ei nimisuojuja voi hakea.

Italiassa isot kauppaketjut myyvät puolet nimisuojuatusta ruuasta. Tukku-myynnin osuus on neljäsosa, hotelli- ja ravintola-alan viisi ja suoramyynnin: maatilamatkailun, lähiruuan ja paikallisten torien 3,4 prosenttia.

Kaikki suuret markettiketjut ovat ottaneet sertifioitua tuotteita valikoimaansa. Osuuskuntien kauppaketjut Coop ja Conad ovat molemmat lanseeranneet laaturuuan tuotemerkit, jotka myyvät sertifioituja tuotteita.

"Kuluttajat ovat valmiita maksamaan sertifioituista tuotteista", sanoi Rosati maanantaina seminaarissa Helsingissä.

Tammi–elokuussa ruuan ja maataloustuotteiden arvonlisäys vähittäiskaupassa oli Italiassa 1,2 prosenttia viime vuoden samaan aikaan verrattuna. Nimisuojuatujen tuotteiden arvonlisäys oli 7,2 prosenttia.

Rosatın mukaan kiinnostus tuotteen alkuperään on selkeästi kasvava trendi.

EU:ssa nimisuoja on 1 380 maataloustuotteella ja elintarvikkeella. Suurimmat tuoteryhmät ovat juustot, hedelmät, vihannekset, liha ja lihajalosteet sekä oliiviöljyt.

Nimet voidaan suojata alkuperänimityksinä, maantieteellisinä merkintöinä tai aitoina, perinteisinä tuotteina.

Suomessa suojuat elintarvikkeita on kymmenen. Rosatın mukaan italialaiset konsortiot eli yritysten yhteenliittymät voivat auttaa suomalaisia yrityksiä organisoitumisessa, markkinoinnissa ja kansainvälistymisessä.

"Myös EU:n ulkopuoliset maat, kuten Kiina, ovat alkaneet sertifioida tuotteitaan", kertoo Rosati.

Qualivita on esimerkiksi kouluttanut norjalaisia vuoden kuivatun Lofoottien turskan sertifioimiseksi.

Aiheet: EU:n nimisuoja



Suomalaiselle kauralle haetaan nimisuojuja vuodenvaihteessa

Ruoka 12:49



Sahdista kansallisjuoma, vaatii Olutliitto

Talous 16.06.2016

Suomalaiselle kauralle haetaan nimisuojaajaa vuodenvaihteessa

Ruoka 12:49 Paula Liesmäki

Prosessi voi kestää yli kaksi vuotta. Maaseutuvirasto käsittelee parhaillaan kylmäsavustetun poronlihan ja perinteiseen tapaan tehdyn saunapalvikinkun nimisuoajahakemuksia.

SANNE KATAINEN



Suomella on kymmenen nimisuoajattua elintarviketta ja kaksi alkoholia. Vuodenvaihteessa jätetään hakemus suomalaisen kauran nimisuojaamiseksi.

Suomalaisen kauran nimisuoajasta jätetään hakemus Maaseutuvirastoon vuodenvaihteessa.

"Haemme nimisuojaajaa nimellä Suomalainen kaura, Finnish oats", kertoi ruokakulttuuriasiamies **Anni-Mari Syväniemi** MTK:sta seminaarissa Helsingissä maanantaina.

MTK ja Suomen kaurayhdistys ovat laatineet hakemusta. Kauralle haetaan suojattua maantieteellistä merkintää.

"Pystymme osoittamaan, että 60 leveyspiirin pohjoispuolella kasvanut kaura on omanlaistaan."

EU:n nimisuoajajärjestelmä on laatujärjestelmä, jonka tarkoitus on luoda omaleimaisille tuotteille lisäarvoa.

Nimet voidaan suojata alkuperänimityksinä, maantieteellisinä merkintöinä tai aitoina, perinteisinä tuotteina.

Nimisuoajan hakeminen on ilmaista. Prosessi kestää noin kaksi vuotta, joskus pidempäänkin.

EU:ssa nimisuojaaja on 1 380 maataloustuotteella ja elintarvikkeella. Myös unionin ulkopuoliset maat, kuten Kiina ja Norja, ovat innostuneet sertifioimaan tuotteitaan.

Suomella on nyt kymmenen nimisuojuuttua elintarviketta ja kaksi alkoholia.

Maaseutuvirastossa käsittelyssä on parhaillaan kaksi hakemusta: nimisuojaaja haetaan nimille ”Suovas” ja ”Saunapalvikinkku, tehty perinteiseen tapaan”.

Suovas on saamelaisten poronhoitoalueelta tulevaa kevyesti suolattua ja kylmäsavustettua poronlihaa.

Suojuuttua alkuperänimitystä hakee Suomessa poronhoitoa harjoittavien saamelaisten oikeuksia ajava Suoma Boazosámiid Searvi. Hakemus on yhteinen Ruotsin ja Norjan kanssa.

Saunapalviyhdistys hakee saunapalvikinkulle suojuuttua maantieteellistä merkintää koko Suomen alueelle.

Lisäksi kalakukon nimisuojaaja puretaan ja haetaan uudestaan. Nykyinen resepti on niin tiukka, ettei kalakukkoa ole käytännössä valmistettu sillä.

Italiassa on eniten nimisuojuuttuja tuotteita EU:ssa.

”Suomessa on menty vähän harhateille, jos aletaan nimisuojaamaan pieniä tuotteita, joiden sertifiointi ei lisää myyntiä”, sanoi italialaisen Qualivita Foundationin johtaja **Mauro Rosati** MT:lle.

Qualivita Foundation edustaa viini- ja ruokayritysten yhteenliittymiä, joilla on nimisuojuuttuja tuotteita.

Rosatin mukaan nimisuojuusta pitää saada taloudellista hyötyä: tuotetta tehdään sillä tunnetuksi Suomessa tai vientiä varten ulkomailla. Vienti on kuitenkin vain kehityskulku, ei päämäärä. Nimisuojuuksissa kyse on paikallisen tuotannon kehittämisestä.

Rosatin mukaan kuluttajat ovat kansainvälisillä markkinoilla valmiita maksamaan paljonkin tietyistä tuotteista. Suomen riista- ja kalatuotteet voisivat hänestä sopia esimerkiksi Italiassakin näkyvään paleo-ruokavaliotrendiin.

Qualivita on kouluttanut vuoden norjalaisia kalastajia ilmakeiviatun turskan nimisuojaamiseksi.

Italialaisilta on saatu oppia tuottajien järjestäytymiseen ja markkinointiin. Seuraavaksi opetetaan kontrollijärjestelmän merkitystä: ostaessaan nimisuojuuttua tuotteen kuluttajan on saatava, mitä hän kuvittelee saavansa.

90 prosenttia keiviatun turskan tuotannosta on viety Norjasta Italiaan. Qualivita kouluttaa kalastajia nyt luomaan parempia suhteita Italian kauppaketjuihin. Tarkoituksena on saada lisäarvoa tuottajalle.

Aiheet: EU:n nimisuojaaja



"Kiinnostus alkuperään selkeästi kasvava trendi" – Italiassa pikaruokaketjukin käyttää nimisuojuuttuja raaka-aineita

Ruoka 19.12.2016



Sahdistä kansallisjuoma, vaatii Olutliitto

Talous 16.06.2016