



# Paikallista Markkinoille

- tiedonvälityshanke

📅 8.6.2026

JÄMSÄ



Elinvoimakeskus



Euroopan unionin  
osarahjoittama

# HANKKEEN LÄHTÖKOHDAT

Miten lisäämme paikallisten raaka-aineiden arvoa ja elinvoimaa?



## 1 RAAKA-AINEIDEN JALOSTUSARVON NOSTAMINEN:

- Miten voimme lisätä alueella tuotettujen raaka-aineiden jalostusarvoa ja tuoda enemmän arvoa paikalliseen tuotantoon?



## 2 KASVAVAT MARKKINAT MATKAILUN MYÖTÄ:

- Miten matkailuyritysten kasvu voidaan hyödyntää uusien markkinamahdollisuuksien luomisessa paikallisille elintarviketuottajille?



## 3 KULUTTAJIEN ASEENTEET JA HINTAKEHITYS:

- Miten kuluttajien kiinnostus lähiruokaa kohtaan ja hintakehityksen seuranta vaikuttavat paikallisiin markkinoihin?



## 4 KESTÄVÄ KEHITYS JA RESILIENSSI:

- Millä tavoin kestävä kehitys ja alueelliset vaikutukset voidaan ottaa huomioon ja vahvistaa resilienssiä paikallisten tuotteiden ja palveluiden kehittämisessä?



## 5 UUDEN LIKETOIMINNAN LUOMINEN:

- Miten paikallisten raaka-aineiden jalostusarvon nostaminen ja matkailuyritysten hyödyntäminen voivat toimia uuden liiketoiminnan luomisen perustana?



## TAVOITTEENA:

Paikallisista raaka-aineista kannattavia, kilpailukykyisiä ja markkinoille sopivia tuotteita – yhdessä tehden.

LÄHIRUOKA  
LUO ARVOA –  
PAIKALLISESTI  
JA KESTÄVÄSTI



INNOVAATIOT  
JA UUSI  
LIKETOIMINTA



ELINVOIMAA  
ALUEELLE

JÄMSÄ



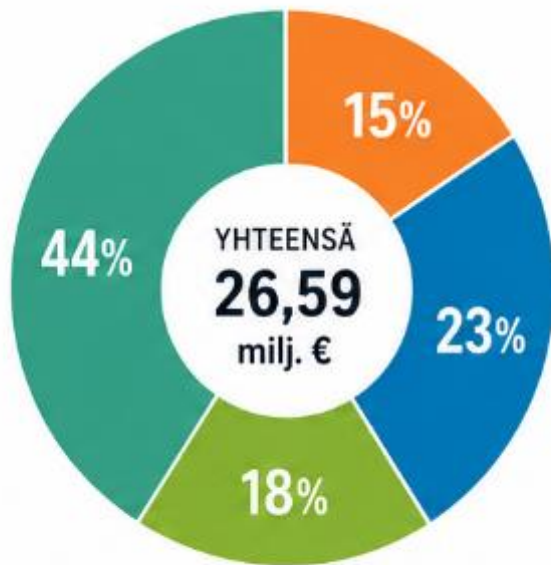
Elinvoimakeskus



Euroopan unionin  
osarahoittama

# MAATILOJEN RAHAVIRRRAT JÄMSÄSSÄ 2022

Maataloustuotteiden myynnistä vain pieni osa kokonaistuloista



**MAATALOUDEN  
MYNTITULOT**  
3,93 milj. €

15%



**MAATALOUDEN TUET**  
6,07 milj. €

23%



**METSÄTULOT**  
4,90 milj. €

18%



**SIVUANSIOT /  
LIITÄNNÄISELÄINKEINOT**  
11,69 milj. €

44%

## MITÄ TÄMÄ TARKOITTA?



Maataloustuotteiden myynnistä tulee vain 3,93 milj. € (15 %).



Tukia tulee 6,07 milj. € – noin 1,5-kertainen myyntituloihin nähden.



Metsätuloja tulee enemmän kuin maatalouden myyntituloja.



Suurin tulonlähde ovat sivuanstiot ja liitännäiselinkeinot.



Jokaisesta maataloustuotteiden myynnistä saadusta eurosta tulee noin 1,55 euroa tukia.

## MIKSI MYNTITULOT OVAT PIENIÄ?



Paljon metsätiloja



Osa-aikaisia maataloita



Viljatiloja, joiden liikevaihto on pieni



Yrittäjät käyvät myös palkkatyössä

Maatalouden myyntitulot ovat bruttomyyntiä, eivätkä sisällä metsätuloja tai muuta yritystoimintaa.

## TOINEN KIINNOSTAVA HAVAINTO



TILOJA YHTEENSÄ  
239 kpl



MAATALOUDEN  
MYNTITULOT  
3,93 milj. €



Keskimäärin  
16 400 €  
/ tila

## YHTEENVETO



Jämsän maatilat ovat monialayrityksiä, joissa varsinainen maataloustuotteiden myynti muodostaa vain pienen osan kokonaistulosta.

JÄMSÄ

Elinvoimakeskus

Euroopan unionin  
rahoittama



**MAHDOLLISUUS: LISÄÄ JALOSTUSTA, SUORAMYYNTIÄ, LÄHIRUOKAA JA LIITÄNNÄISELINKEINOJA – NÄIN MYNTITULOJA VOIDAAN KASVATTA ILMAN TUOTANNON MÄÄRÄN LISÄÄMISTÄ.**

# Arvolisä suhteessa muihin maakuntiin

Analysoidessamme Keski-Suomen sijoitusta muihin maakuntiin, huomioimme seuraavat keskeiset luvut:

- Välitön euromääräinen arvonlisäys (434 milj. €): Keski-Suomi on keskikastia verrattuna muihin maakuntiin. Se sijoittuu pienemmän välittömän arvonlisäyksen maakuntiin verrattuna suuriin maakuntiin, kuten Uusimaa (3749 milj. €) ja Varsinais-Suomi (1225 milj. €), mutta sijoittuu kuitenkin selvästi useiden muiden pienten maakuntien, kuten Kainuun (133 milj. €) ja Ahvenanmaan (132 milj. €) edelle.
- Välillinen arvonlisäys (110 milj. €): Keski-Suomi on tässä kategoriassa lähellä monia muita maakuntia, kuten Pohjois-Savo (110 milj. €) ja Pirkanmaata (282 milj. €). Tämä osoittaa, että Keski-Suomi hyötyy merkittävästi myös epäsuorista taloudellisista vaikutuksista.
- **Välitön prosenttiosuus maakunnan arvonlisäyksestä (4,8 %): Keski-Suomen välitön osuus on suhteellisen pieni**, mikä viittaa siihen, että maakunnan talouden koko on suuri, ja ruoka-alan merkitys kokonaisuudessaan on maltillinen verrattuna esimerkiksi Etelä-Pohjanmaahan, jossa ruoka-alan osuus on peräti 14,7 % maakunnan arvonlisäyksestä.
- **Keski-Suomen osalta analyysi osoittaa, että vaikka ruoka-alalla on merkittävä taloudellinen vaikutus, sen osuus maakunnan kokonaisarvonlisäyksestä on suhteellisen pieni (4,8 %).** Tämä viittaa siihen, että Keski-Suomen taloudessa on vahvoja muita sektoreita, mutta ruoka-alan kasvupotentiaalia voisi hyödyntää enemmän.

# Jalostuksen tilanne nyt

- Alhainen elintarviketeollisuuden työllisyys (1019 työpaikkaa, 0,9 %):
- Vaikka Keski-Suomi on merkittävä maatalousalue (2675 työpaikkaa, 2,3 %), elintarviketeollisuus, joka jalostaa raaka-aineet lopputuotteiksi, on suhteellisen pieni.
- Tämä viittaa siihen, että Keski-Suomessa tuotetut maataloustuotteet viedään mahdollisesti muualle jalostettavaksi, esimerkiksi Uudenmaan tai Varsinais-Suomen suurempiin elintarviketeollisuuden keskuksiin.
- Elintarviketeollisuuden keskittymät muualla: Muut maakunnat, joissa elintarviketeollisuuden työpaikkojen osuus on suurempi, voivat jalostaa Keski-Suomesta tulevat maataloustuotteet.
- Näin Keski-Suomessa syntyvät raaka-aineet **lisäarvoistetaan** muualla, mikä tarkoittaa, että merkittävä osa mahdollisesta taloudellisesta hyödystä jää Keski-Suomen ulkopuolelle.

# KESKI-SUOMEN HAASTE

## Raaka-aineita on riittävästi. Lisäarvo syntyy muualla.



### Jalostusarvon lisääminen paikallisesti

- Keski-Suomella olisi mahdollisuus lisätä paikallista jalostusarvoa kasvattamalla elintarviketeollisuuden kapasiteettia.
- Tätä voisi edistää tukemalla paikallisia maatiloja ja pk-yrityksiä, jotka voisivat jalostaa maataloustuotteita paikallisesti, eikä siirtää raaka-aineita muualle.
- Kasvava matkailu voi olla hyvä ajuri elintarviketuotannon lisäämiseksi.

# Matkailu lähiruoka-asiakkaana



- **Vuonna 2023 Keski-Suomen välitön matkailutulo oli 385,5 miljoonaa euroa, kasvaen 16 % edellisvuodesta.**
  - Kokonaisvaikutus, mukaan lukien kerrannaisvaikutukset muille toimialoille, oli 543 miljoonaa euroa.
  - Suurimmat hyödyt matkailutulosta menivät vähittäiskaupalle ja polttoaineen myyjille, jotka saivat yhteensä noin 186 miljoonaa euroa.
  - Majoitus- ja ravitsemuspalvelut saivat 140 miljoonaa euroa tästä potista.
  - Jyväskylä.fi, Visit Jyväskylä Region.
- **Vuonna 2023 Jämsän välitön matkailutulo oli 55 miljoonaa euroa, ja matkailun kokonaisvaikutukset alueelle nousivat 76,84 miljoonaan euroon.** Suurimman osan matkailutulosta toi majoitus- ja ravitsemustoiminta (24 miljoonaa euroa), sekä polttoaineen myynti ja vähittäiskauppa (20 miljoonaa euroa). Matkailualan merkitys on kasvanut, erityisesti Himos-Jämsän matkailualueella, joka houkuttelee matkailijoita ympäri vuoden.
  - Vuonna 2023 Jämsässä yöpyi 272 552 kotimaista ja 22 765 ulkomaalaista matkailijaa.

# LISÄARVOISTAMINEN = ENEMMÄN EUROJA SAMASTA RAAKA-AINEESTA

Raaka-aineesta jalostettu tuote on arvokkaampi.



## ESIMERKKEJÄ: RAAKA-AINE → JALOSTETTU TUOTE → ARVON NOUSU

RAAKA-AINE		JALOSTETTU TUOTE (esimerkki)	ARVON NOUSU
Maito	→	Juusto	↑ ↑ ↑
Vilja	→	Leipä	↑ ↑
Marjat	→	Hillo	↑ ↑ ↑
Sienet	→	Mausteseos	↑ ↑
Nokkonen	→	Nokkossuola	↑ ↑
Peruna	→	Sipsit	↑ ↑ ↑



### TAVOITE:

Suurempi osa kuluttajan maksamasta eurosta jää paikalliselle yritykselle.



### HYÖDYT ALUEELLE:

- Enemmän työpaikkoja
- Suurempi osa arvosta jää alueelle
- Enemmän yrityksiä ja verotuloja
- Elinvoimaisempi maaseutu



KESKI-SUOMEN HAASTE EI OLE RAAKA-AINEIDEN PUUTE, VAAN LIIAN MATALA JALOSTUSASTE.

# KESKI-SUOMEN HAASTE

## Raaka-aineita on riittävästi. Lisäarvo syntyy muualla.



**KORKEA JALOSTUSASTE**  
BRÄNDI • PAKKAUS • MARKKINOINTI  
LISÄARVO • TYÖPAIKAT • VEROTULOT • VOITOT

**JÄMSÄ**



**RAAKA-AINE**  
MATALA JALOSTUSASTE  
PIENEMPI ARVO • VÄHEMMÄN TYÖPAIKKOJA



Elinvoimakeskus



European Union  
osuusohjelman

# KESKI-SUOMEN HAASTE

## Raaka-aineita on riittävästi. Lisäarvo syntyy muualla.



JALOSTUS +  
TYÖPAIKAT +  
VEROTULOT +  
VOITOT



### KORKEA JALOSTUSASTE



BRÄNDI



PAKKAUS



MARKKINOINTI



TYÖPAIKAT



VEROTULOT



VOITOT

### RAAKA-AINE



MATALA  
JALOSTUSASTE



PIENEMPI  
ARVO



VÄHEMMÄN  
TYÖPAIKKOJA

# NÄIN TILAISUUDESSA TYÖSTETTIIN UUSIA TUOTEIDEOITA

Yhdessä ideoiden – asiantuntijan kanssa – tekoälyn ja analyysin avulla

- 1 RAAKA-AINE EHDOTUKSET → 2 ASIAANTUNTIJAN NÄKEMYS → 3 TUOTEIDEAN KEHITTÄMINEN TEKÖÄLYLLÄ → 4 ARVIOINTI & ANALYYSI → 5 YHTEINEN KESKUSTELU JA JATKOASKELET



Osallistujat ehdottavat paikallisia raaka-aineita, joista voitaisiin kehittää uusia tuotteita.



Juha Lehtonen esittelee raaka-aineen käyttötapoja, tuoteideoita ja mahdollisuuksia.



Tekoälyllä muotoillaan ja jalostetaan ideasta konkreettinen tuotekonsepti.



Arvioidaan tuotteen valmistettavuutta, markkinapotentiaalia ja kannattavuutta asiantuntija-arvion ja työkalujen avulla.



Keskustellaan tuloksista, valitaan jatkokehitykseen lupaavimmat ideat ja sovitaan seuraavat askeleet.



TAVOITE:

Kerätä ideoita ja hyödyntää paikallista osaamista.



TAVOITE:

Saa uusia näkökulmia ja inspiraatiota.



TAVOITE:

Muotoilla ideasta selkeä tuoteaiho.



TAVOITE:

Tunnistaa parhaat ideat jatkokehitykseen.



TAVOITE:

Viedä parhaat ideat käytännön tekemiseen.



TAVOITTEENA:

Paikallisista raaka-aineista kannattavia, kilpailukykyisiä ja markkinoille sopivia tuotteita – yhdessä tehden.



European unionin osarahoittama











### Pienimuotoisen ja vähärisiksen elintarviketuotannon aloitus



### Pienimuotoisen ja vähärisiksen elintarviketuotannon aloitus

Onko omia raaka-aineita käytettävissä? Käynnostaako lisänsä tai uusi ammatti? Vähärisiksen ja pienimuotoisen elintarviketuotannon aloitus on mahdollista. Oletko valmis aloittamaan? Täällä on ohjeita, jotka auttavat sinua aloittamaan.

Mitä kaikkea paikallisista raaka-aineista, avaa puda

### Elintarvikeyrittäjän opas: Kotikeittiöstä



Paikallista Markkinalla  
Terveystieteiden tutkimuskeskus  
040-515-2455

### Teuvo on koekäytössä!

# Elintarvikevalmistuksen ja jalostuksen vahvistaminen Jämsän seudulla

Hankkeessa on selvitetty Jämsän alueella sijaitsevia tyhjiään tai vajaakäytössä olevia tiloja, jotka soveltuvat elintarvikevalmistukseen ja tuotekehitystoimintaan.



**Tavoitteena** on hyödyntää olemassa olevaa infrastruktuuria ja kehittää toimintamalli, joka vastaisi **SavoGrow'n elintarviketilojen** kaltaista yhteiskäyttöistä ratkaisua.



**Selvitysten perusteella** on herännyt kiinnostus jatkohankkeeseen, jossa voitaisiin edistää paikallisten raaka-aineiden ja elintarviketeollisuuden hukkavirtojen hyödyntämistä uusissa tuotteissa.



**Himoksen kasvava matkailijamäärä** lisää samalla kysyntää paikallisille elintarvikkeille ja lähituotteille. Lisäksi alueella on kasvava määrä **maahanmuuttajataustaisia osajia**, mikä tarjoaa uusia mahdollisuuksia työvoiman ja osaamisen hyödyntämiseen elintarvikealan kehittämisessä.



**Paikalliset tilat – suuret mahdollisuudet**  
Kohti yhteiskäyttöistä elintarviketilaa ja uusia tuotteita Jämsän seudulle.



 Kylmähuone ja varastotilat



 Keittiö ja kypsennyslaitteet



 Tuotekehitys

**JÄMSÄ**



Elinvoimakeskus



Euroopan unionin osarahoittama



# Paikallista Markkinoille - tiedonvälityshanke

TILANNEKATSAUS 4/2026

Tietoa, yhteistyötä ja uusia mahdollisuuksia lähiruoka- ja elintarvikealalle Keski-Suomessa.



## HANKKEEN LÄHTÖKOHTA

Hanke vastaa kasvavaan kiinnostukseen paikallisia tuotteita kohtaan sekä matkailun lisäämään kysyntään. Tavoitteena on tukea yrityksiä, kehittää uusia tuotteita ja vahvistaa elintarvikealan elinvoimaa Keski-Suomessa.



## PÄÄTAVOITTEET

- lisätä tietoisuutta lähiruoan mahdollisuuksista
- tukea uusien tuotteiden ja yritystoiminnan kehittämistä
- edistää kestäväää ja vastuullista tuotantoa
- vahvistaa yhteistyöverkostoja ja näkyvyyttä



## TOTEUTUS JA TOIMENPITEET

Hanke on järjestänyt ja ollut mukana noin 20 tilaisuudessa eri puolilla Keski-Suomea. Tilaisuuksissa on käsitelty mm.



## VERKKOSIVUT JA AINEISTO

Hankkeen verkkosivuille on koottu mittava aineisto lähiruoan ja elintarvikealan kehittämisen tueksi.

Aineisto sisältää tietoa mm.

- tuotekehityksestä
- markkinoinnista
- yritystoiminnan kehittämisestä
- tekoälyn hyödyntämisestä
- paikallisten raaka-aineiden jalostamisesta

## VAIKUTTAVUUS JA NÄKYVYYS

Tilaisuuksien osallistujia yhteensä noin **200** henkilöä

Hankkeen verkkosivuilla noin **400** käyttäjää

Someviestinnän tavoittavuus noin **40 000** näyttökertaa

## TAVOITTEENA JATKOHANKE

Tavoitteena on jatkohanke, jossa luodaan edellytykset oman alueen raaka-aineiden jalostamiselle uusiksi tuotteiksi.

- Tilastot ja analyysit alueen raaka-aineista ja markkinoista
- Raaka-aineketjujen kartointu ja kehittäminen
- Himoksen matkailijavirtojen hyödyntäminen
- Saksalan keittiötilat edistämään oman alueen raaka-aineiden jalostamista uusiksi tuotteiksi

Toiminta hyödyttää mm. Himoksen kasvavaa matkailua ja vahvistaa alueen elinvoimaa ja kilpailukykyä.



lähiruokaa ja jatkojalostusta



tekoälyn hyödyntämistä tuotekehityksessä



markkinointia ja näkyvyyttä



yhteistyö- ja verkostoitumismahdollisuuksia



## TEKOÄLY ELINTARVIKEALAN TYÖKALUNA

Hankkeessa on tutustuttu tekoälyn mahdollisuuksiin elintarvikealan työkaluna. Tekoälyä hyödynnetään muun muassa tuotekehityksessä, ideoinnissa, markkinoinnissa ja tiedon analysoinnissa.



## PERUSTIEDOT

Toteuttaja: Jämsän kaupunki / elinvoima  
Rahoittaja: Keski-Suomen ELY-keskus  
Toteutusaika: 1.4.2024–30.6.2026



## BUDJETTI

Hankkeen kokonaisbudjetti **150 830,92 €**  
Toteuma 50%



## RAHOITUS

Hanke on **100 %** rahoitettu julkisella tuella.

[www.paikallistamarkkinoille.fi](http://www.paikallistamarkkinoille.fi)



# JÄMSÄ





# METSÄMARJA-KAURAPATUKKA

## KOERESEPTI – 3 TESTIVERSIOTA

### PERUSRESEPTI (NOIN 10 PATUKKAA)

#### AINEKSET

- 3 dl kaurahiutaleita
- 1 dl kuivattua mustikkaa tai puolukkaa
- 0,5 dl auringonkukansiemeniä
- 0,5 dl kurpitsansiemeniä
- 0,5 dl rouhittuja pähkinöitä (valinnainen)
- 1 dl hunajaa tai siirappia
- 2 rkl rypsiöljyä tai voita
- ripaus suolaa
- 1 tl kanelia (valinnainen)



#### VALMISTUS

- 1 Lämmitä uuni 175 °C.
- 2 Sekoita kuivat aineet kulhossa.
- 3 Lisää hunaja ja öljy.
- 4 Sekoita tasaiseksi massaksi.
- 5 Painele massa leivinpaperilla vuorattuun vuokaan.
- 6 Paista noin 15–20 minuuttia.
- 7 Anna jäähtyä hyvin ennen leikkaamista.



15–20 min

### KOLME TESTIVERSIOTA

#### 1. PEHMEÄ VERSIO



#### MUUTOKSET

- lisää 1 banaani soseutettuna
- hieman enemmän hunajaa
- lyhyempi paisto (15 min)

#### LOPPUTULOS

- ♥ pehmeä
- 🩸 mehevä
- 🌿 helpompi pureskella

#### TESTATTAVAA

- ✓ tuntuuko "terveelliseltä herkulta"
- ✓ sopiiko välipalaksi



#### 2. RAPEA VERSIO



#### MUUTOKSET

- enemmän siemeniä
- vähemmän nestettä
- pidempi paisto (20–25 min)

#### LOPPUTULOS

- 🌻 granolamainen
- 🌿 rapea rakenne
- 🔥 voimakkaampi paahteinen maku

#### TESTATTAVAA

- ✓ rakenne
- ✓ naposteltavuus
- ✓ säilyvyys



#### 3. PROTEIINIVERSIO



#### MUUTOKSET

- lisää 1 dl proteiinijauhetta
- lisää maapähkinävoita tai rahkaa
- vähennä hieman kauraa

#### LOPPUTULOS

- 💪 täyttävämpi
- 🏃 urheilullinen profiili
- 🏠 tiiviimpi rakenne

#### TESTATTAVAA

- ✓ kylläisyys
- ✓ maku vs. terveellisyys
- ✓ kiinnostus liikkujien keskuudessa



### TESTAUSLOMAKE-IDEA

Arvioi asteikolla 1–5

Ominaisuus	Versio 1 (pehmeä)	Versio 2 (rapea)	Versio 3 (proteiini)
😊 maku	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
🏠 rakenne	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
👁️ makeus	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
👁️ ulkonäkö	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
🕒 täyttävyyt	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
🛒 ostaisinko tuotteen	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5

### LISÄKYSYMYS

Mikä jäi parhaiten mieleen?



### MAHDOLLINEN JATKEKEHITYS



paikalliset marjat



sokeriton versio



vegaaninen versio



gluteeniton kaura



sesonkimaut (joulu, kesä, retkeily)



### MIKSI METSÄMARJA-KAURAPATUKKA?



luonnolliset raaka-aineet



hyvä kuitulähde



energiaa päivään



sopii arkeen, retkelle ja treeniin



helppo mukaan



### NIMIEHDOTUKSIA TUOTTEELLE



# PAIKALLINEN YRTTI- TAI MARJAJUOMA - KOERESEPTI

Premium / erikoistuote – paikallista makua & tarinaa

## PERUSRESEPTI (noin 1 litra)

### AINEKSET

- 7 dl vettä
- 2 dl marjoja tai raparperia
- 0,5–1 dl sokeria tai hunajaa
- 1 sitruunan mehu
- yrttejä tai mausteita maun mukaan
- kivennäisvettä viimeistelyyn (valinnainen)

### VALMISTUS

- 1 Kuumenna vesi kattilassa.
- 2 Lisää marjat tai raparperi.
- 3 Lisää makeutus ja mahdolliset yrtit.
- 4 Anna hautua 10–15 minuuttia.
- 5 Siivilöi juoma.
- 6 Lisää sitruunamehu.
- 7 Jäähdytä hyvin.
- 8 Tarjoile kylmänä.



**EROTTUU HELPÖSTI**  
– uniikki maku



**VAHVA PAIKALLISUUS**  
– omat raaka-aineet



**KIINNOSTAVA TARINA**  
– myytävä idea



**VISUAALISESTI NÄYTTÄVÄ**  
– houkutteleva ulkonäkö

## 1 KUUSENKERKKÄ-SITRUUNAJUOMA



### AINEKSET

- kuusekerkkää
- sitruunaa
- hunajaa
- kivennäisvettä

### VALMISTUS

- 1 Huuhtelee kuusekerkkät.
- 2 Hauduta niitä kuumassa vedessä noin 10 min.
- 3 Lisää hunajaa ja sitruunamehu.
- 4 Jäähdytä.
- 5 Lisää kivennäisvettä juuri ennen tarjoilua.

### LOPPUTULOS

- raikas
- hieman havumainen
- premium-henkinen



### TESTATTAVAA

- kiinnostavuus
- erikoisuuden sopivuus
- raikkaus

## 2 PUOLUKKA-ROSMARIINIJUOMA



### AINEKSET

- puolukoita
- rosmariinia
- hunajaa tai sokeria
- vettä

### VALMISTUS

- 1 Keitä puolukoita vedessä noin 10 min.
- 2 Lisää rosmariini hautumaan.
- 3 Siivilöi juoma.
- 4 Lisää makeutus.
- 5 Jäähdytä kylmäksi.

### LOPPUTULOS

- syvä marjainen maku
- aromaattinen yrttisyys
- näyttävä punainen väri



### TESTATTAVAA

- makeuden tasapaino
- yrttien määrä
- premium-vaikutelma

## 3 RAPARPERI-MINTTUJUOMA



### AINEKSET

- raparperia
- tuoretta minttua
- sokeria
- sitruunamehua

### VALMISTUS

- 1 Pilko raparperi.
- 2 Keitä pehmeiksi vedessä.
- 3 Lisää minttu loppuvaiheessa.
- 4 Siivilöi.
- 5 Lisää sitruunamehua ja makeutus.
- 6 Jäähdytä ennen tarjoilua.

### LOPPUTULOS

- kesäinen
- kevyt ja raikas
- helposti lähestyttävä



### TESTATTAVAA

- happamuus
- makeus
- yleinen miellyttävyys

## TESTAUSLOMAKE-IDEA

Arvioi asteikolla 1–5:

	1	3	4	5
MAKU	☆	☆☆	☆☆☆	☆☆☆☆
RAIKKAUS	☆	☆☆	☆☆☆	☆☆☆☆
ULKONÄKÖ	☆	☆☆	☆☆☆	☆☆☆☆
EROTTUVUUS	☆	☆☆	☆☆☆	☆☆☆☆
OSTOHALUKKUUS	☆	☆☆	☆☆☆	☆☆☆☆
SOPIVUUS KESÄJUOMAKSI	☆	☆☆	☆☆☆	☆☆☆☆

## LISÄKYSYMYKSET:

• Mikä maku jäi mieleen?

• Maksaisitko tästä premium-hinnan?



## MAHDOLLINEN JATKEHITYS



Hiihahapotettu versio



Sokeriton versio



Alkoholittomat mocktailit



Sesonki-versiot



Paikalliset villiyrtit

## MAHDOLLISIA TUOTENIMIÄ



Metsän Raikas



Villimarja Sparkling



Pohjoinen Kupla



Pirkanmaan Pore



Kuusenhenkäys

# Yrtti-perunaleipä & savuporkkana-levite

– koereseptit



LÄHILÄ



KASVIPOHJAINEN



MAKUA ARKEEN



PAIKALLISTA  
MAKUA  
JOKA PALAAN

## 1. YRTTI-PERUNALEIPÄ

Tyyppi: arkinen lähileipä

Sopii yhteen: savuporkkana-levitteen kanssa

### AINEKSET (2 LEIPÄÄ)

- 5 dl vehnä jauhoja
- 2 dl perunamuusia
- 2 dl vettä
- 25 g hiivaa
- 1 tl suolaa
- 2 rkl öljyä
- 1 rkl hunajaa
- 1 dl kaurahiutaleita

### YRIT

- ruohosipulia
- tilliä
- persiljää

### VALMISTUS

1. Liuota hiiva kädenlämpöiseen veteen.
2. Lisää hunaja, öljy ja perunamuusi.
3. Lisää kuivat aineet vähitellen.
4. Lisää hienonnetut yrtit.
5. Vaivaa taikina tasaiseksi.
6. Kohota noin 40 minuuttia.
7. Muotoile leivät.
8. Paista 200 °C noin 25–30 minuuttia.

### LOPPUTULOS

- pehmeä rakenne
- hieman maalaismainen
- yrttinen ja täyteläinen

### TESTATTAVAA

- pehmeys
- yrttien määrä
- sopivuus levitteiden kanssa
- arkikäyttöisyys

## 2. SAVUPORKKANA-LEVITE

Tyyppi: kasvipohjainen levite

Sopii yhteen: yrtti-perunaleivän kanssa

### AINEKSET

- 4 porkkanaa
- 1 rkl öljyä
- 100 g tuorejuustoa tai kaurafraichea
- 1 tl savupaprikaa
- 1 valkosipulinkynsi
- 1 rkl sitruunamehua
- ripaus suolaa
- mustapippuria

### VALMISTUS

1. Kuori ja pilko porkkanat.
2. Paahda uunissa 225 °C noin 25 minuuttia.
3. Anna hieman jäähtyä.
4. Lisää kaikki ainekset tehosekoittimeen.
5. Soseuta tasaiseksi.
6. Jäähdytä ennen tarjoilua.

### LOPPUTULOS

- pehmeä ja levittyvä
- savuinen maku
- hieman makea porkkanan aromi

### TESTATTAVAA

- savuisuuden määrä
- rakenne
- levittyvyys
- kiinnostavuus kasvipohjaisena tuotteena

### MIKSI NÄMÄ TOIMIVAT YHDESSÄ?

- pehmeä yrttileipä tasapainottaa savuisuutta
- porkkanan makeus toimii perunan kanssa
- molemmissa luonnollinen ja paikallinen profiili

### KÄYTTÖTILANTEET



kahviloihin



brunssille



maistatuksiin



lähirookatahtumiin



retki- ja välipalatuotteeksi



### MAHDOLLISIA TUOTENIMIÄ

#### LEIPÄ

- Kyläpelto
- Perunapolku
- Yrttitupa

#### LEVITE

- Savupelto
- Metsäpahto
- Porkkana & Puuuni

#### YHTEINEN TUOTEPARI

- Pirkkanmaan Pala
- Lähimaku
- Metsä & Pelto Combo



### 1. PERINTEINEN VERSIO

mieto yrttileipä  
pehmeä levite

Testaa:

- helposti lähestyttävyyys
- koko perheen sopivuus



### 2. PREMIUM-VERSIO

enemmän yrttejä  
paahdettuja siemeniä leivässä  
voimakkaampi savuisuus

Testaa:

- premium-vaikutelma
- kiinnostavuus



### 3. HYVINVOINTI-VERSIO

täysjyväjauhot  
kaurapohjainen levite  
vähemmän suolaa

Testaa:

- terveellisyys
- ostohalukkuus  
aktiivikuluttajilla



### TESTAUSLOMAKE – ARVIOI ASTEIKOLLA 1–5

	1	2	3	4	5
maku	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
rakenne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ulkonäkö	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
paikallisuuden tunne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
sopivuus arkeen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ostaisinko kotiin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### LISÄKYSYMYKSET

Mikä jäi parhaiten mieleen?

Mihin tilanteeseen  
käyttäisit tuotetta?



LUONNOSTA INNOSTUSTA. PELLOILTA PÖYTÄÄN.



MAKUA, JOLLA ON TARINA.

JÄMSÄ



Elinvoimakasus



Euroopan unionin  
osarahoittama

# Mitä tuotteita ohrasta

Selvitetään tekoälyn avulla

# Tekoäly ja tilastot, mitä tapahtuu ohralle?

Kotitalouksien kulutusmenot, vuosittain muuttujina Sektori, Taloustoimi, Kestävyyssluokka, Kulutusluokka, Vuosi ja Tiedot

	2010	2017	2024*
	Käyvin hir	Käyvin hir	Käyvin hinnoin, miljoonaa euroa
S14 Kotita P31DCK K ND Lyhytil			
01.1.1 Viljatuotteet ja leipä	1729	1899	2481
01.1.1.1 Riisi	45	36	43
01.1.1.2 Jauhot ja muut viljat	60	68	92
01.1.1.3 Leipä	677	681	800
01.1.1.4 Muut leipomotuotteet	496	549	722
01.1.1.5 Pizzat ja suolaiset piirakat	256	322	442
01.1.1.6 Pastatuotteet ja kuskus	101	129	231
01.1.1.7 Aamiaisviljatuotteet	63	70	90
01.1.1.8 Muut viljatuotteet	31	44	61
01.1.2 Liha	1899	2038	2352
01.1.2.1 Naudan- ja vasikanliha	277	295	345
01.1.2.2 Sianliha	307	211	198
01.1.2.3 Lampaan- ja vuohenliha	16	20	11
01.1.2.4 Siipikarjan liha	240	365	501
01.1.2.5 Muu liha	37	90	88
01.1.2.6 Syötävät sisäelimet	10	5	6
01.1.2.7 Kuivattu, suolattu tai savustettu liha	847	838	931
01.1.2.8 Muut lihavalmisteet	165	214	272
01.1.3 Kala ja äyriäiset	463	606	722
01.1.3.1 Tuore tai jäähdytetty kala	213	294	347
01.1.3.2 Pakastettu kala	13	14	15
01.1.3.3 Tuoreet tai jäähdytetyt äyriäiset	1	4	6
01.1.3.4 Pakastetut äyriäiset	1	15	18
01.1.3.5 Kuivattu, savustettu tai suolattu kala ja äyriäiset	133	148	142
01.1.3.6 Muut säilötty tai käsitelty kala ja äyriäisvalmisteet	102	131	194
01.1.4 Maitotuotteet, juusto ja kananmunat	2082	2271	2752
01.1.4.1 Tuore täysmaito	64	52	51
01.1.4.2 Tuore vähärasvainen maito	476	456	432
01.1.4.3 Säilötty maito	1	2	1
01.1.4.4 Jogurtti	294	314	405
01.1.4.5 Juusto ja juustoaaine	750	864	1075
01.1.4.6 Muut maitotuotteet	385	461	607

## Ohran nykytila: "Jumiutunut raaka-aineeksi"

Tilastossa ohra sisältyy pääosin luokkaan **01.1.1.2 Jauhot ja muut viljat**.

- Tämän kategorian arvo on **92 milj. €**.
- Vaikka kasvu on ollut kohtalaista (+35 % vuodesta 2017), se on pientä verrattuna jalostettuihin tuotteisiin.
- Ohra nähdään yhä "säkitavarana", joka vaatii kuluttajalta aikaa ja vaivaa (uunipuurot, esikäsitely).

## Välipalaistumisen voittajat: "Valmiit ratkaisut"

Verrataan tätä kategorioihin, jotka hyödyntävät välipalaistumista:

- **Pizzat ja suolaiset piirakat (+120 milj. € kasvu):** Nämä ovat ohran suurin uhka ja mahdollisuus. Tällä hetkellä ne täytetään vehnällä, mutta ne vastaavat "heti valmis"-tarpeeseen.
- **Muut leipomotuotteet (+173 milj. € kasvu):** Sisältää välipalapatukat ja keksit. Tässä kategoriassa liikkuu **7,8 kertaa enemmän rahaa** kuin koko jauho- ja viljakategoriassa.
- **Tilastoja voi analysoida tekoälyllä, antaa ainakin suuntaa**

# Kun yhdistämme datan ja "välipalaistumisen" (snackification) megatrendin, näemme selvän kuilun siinä, missä raha liikkuu ja missä ohran potentiaali tällä hetkellä lepää.

- **Markkinahavainto:** Kuluttajat hylkäävät hitaat perusviljat (ohra raaka-aineena) ja siirtyvät nopeisiin viljapohjaisiin välipaloihin (+173 milj. € kasvu leipomotuotteissa).
- **Strateginen veto:** Ohra on brändättävä uudelleen "pohjoisen superviljaksi", joka on valmiiksi jalostettu helposti syötävään muotoon.
- **Ydinviesti:** Ohran arvo ei kasva myymällä enemmän suurimoita, vaan integroimalla ohra osaksi kasvavia Pizzat, piirakat ja välipalat -kategorioita.

## 💡 Missä ohra ja välipalaistuminen kohtaavat? (Uusi markkina)

Jos haluamme nostaa ohran arvoa, se on siirrettävä tilastoryhmästä toiseen tuotekehityksen avulla:

Nykyinen kategoria (Raaka-aine)	Kohdekatgoria (Välipalaistuminen)	Tuoteinnovaatio
<b>01.1.1.2 Jauhot ja viljat</b>	<b>01.1.1.5 Pizzat ja piirakat</b>	Ohrapohjaiset pakastepiirakat ja "snack-pizzat" (terveellisempi kuitulisä).
<b>01.1.1.2 Jauhot ja viljat</b>	<b>01.1.1.4 Muut leipomotuotteet</b>	Ohrasta tehdyt suolaiset välipalakeksit ja kuitupatukat.
<b>01.1.1.1 Riisi (polkee paikallaan)</b>	<b>01.1.1.6 Pasta ja kuskus</b>	"Ohra-kuskus" tai nopeasti mikrossa valmistuvat ohra-annoskulhot.

# Ohra & Välipalaistuminen: Strateginen mahdollisuus (kuluttajamarkkina)

## Nykytila: Kasvun epäsuhta

Tilasto paljastaa, että kulutus siirtyy raaka-aineista valmiisiin ratkaisuihin. Ohra on tällä hetkellä jumissa väärässä kategoriassa.

- **Hidas kasvu:** Jauhot ja perusviljat (sis. ohran) ovat vain **92 milj. €** markkina.
- **Vauhdikas kasvu:** Välipalatyypiset "Muut leipomotuotteet" ja "Pizzat/piirakat" ovat yhteensä **1 164 milj. €** markkina (kasvu +293 milj. €).

Ohran tulevaisuus ei ole jauhosäkissä, vaan **jalostusasteen nostossa**. Siirtämällä ohran raaka-aineesta osaksi välipalaistumisen trendiä, pääsemme käsiksi yli miljardin euron markkinaan, joka kasvaa tällä hetkellä nopeimmin.

## 1. Välipalaistumisen tuoma markkinarako

Kuluttaja ei etsi enää ohrasuurimoa, vaan **ohrapohjaista ratkaisua**.

- **Havainto:** Riisin kulutus polkee paikallaan (43 milj. €).
- **Mahdollisuus:** Korvataan tuontiriisi ja prosessoidut välipalat kotimaisella, kuitupitoisella ohralla, joka on esikäsitelty "grab-and-go" -muotoon.

## 2. Ohran uusi sijoittuminen (Product Fit)

Jotta ohran arvo saadaan kasvuun, se on siirrettävä tuotekehityksellä kasvaviin kategorioihin:

- **Pizzat & Suolaiset piirakat:** Ohrapohjaiset, kuiturikkaat välipalapiirakat (vastaus +120 milj. € kasvuun).
- **Muut leipomotuotteet:** Ohrasta valmistetut suolaiset snack-keksit ja funktionaaliset välipalapatukat.
- **Pasta & Kuskus:** "Ohra-helmet" ja pikapastat (vastaus kategorian +79 % räjähdysmäiseen kasvuun).

# Analysoitaessa aineiston kulutusmuutoksia ja markkinatrendejä, voidaan tunnistaa useita tuoteryhmiä, joissa on potentiaalia uusille markkina-avauksille ja tuotekehitykselle

Tässä on kolme keskeistä aluetta, joissa kasvu on ollut voimakkainta tai joissa kuluttajakäyttäytymisen muutos luo mahdollisuuksia:

## 1. Valmisruokien ja helppouden "Premium"-segmentti

**Datan havainto:** *Pizzat ja suolaiset piirakat* (01.1.1.5) ovat kasvaneet huomattavasti (322 milj. € → 442 milj. €).

•**Mahdollisuus:** Markkina siirtyy pois perinteisistä "halpispitsoista". Uusia markkinoita tarjoavat korkealaatuiset, artesaanilyyiset pakastepizzat, ravintolayhteistyöt (co-branding) ja erikoistuotteet (gluteenittomat, vegaaniset, vähähiilihydraattiset), joista kuluttajat ovat valmiita maksamaan enemmän.

•**Kehityskohde:** Puolivalmiit ratkaisut, joissa kuluttaja voi itse lisätä tuoreen loppusilauksen korkealaatuiseen pohjaan.

## 2. Pastan ja kuskusin "uusi sukupolvi"

**Datan havainto:** *Pastatuotteet ja kuskus* (01.1.1.6) on lähes kaksinkertaistunut (129 milj. € → 231 milj. €). Tämä on suhteellisesti yksi nopeimmin kasvavista segmenteistä.

•**Mahdollisuus:** Perinteinen vehnöpasta on kypsä markkina, mutta sen sisällä kasvaa kysyntä ravintoarvoiltaan paremmille tuotteille.

•**Kehityskohde:** Kotimaisista raaka-aineista (kuten kaurasta tai härkävavusta) valmistetut pastat, jotka vastaavat proteiinipitoisuuden ja gluteenittomuuden tarpeisiin. Myös tuorepastan osuuden kasvattaminen päivittäistavarakaupassa tarjoaa korkeamman jalostusarvon markkinan.

## 3. Jauhojen ja viljojen "erikoistuminen"

**Datan havainto:** *Jauhot ja muut viljat* (01.1.1.2) kasvoivat 68 miljoonasta 92 miljoonaan euroon.

•**Mahdollisuus:** Kotileivonnan trendi on muuttunut perusjauhoista erikoisjauhoihin.

•**Kehityskohde:** Leivontamiksit, jotka on suunnattu tiettyihin ruokavalioihin (keto, korkeaproteiininen) tai jotka hyödyntävät muinaisia viljoja (speltti, emmer). Myös "hidas ruoka" -trendiin (kuten hapanjuurileivontaan) liittyvät valmiit aloituspakkaukset ja erikoisjauhoseokset ovat kasvupotentiaalisia.

## 4. Aamiais- ja välipalatuotteiden personointi

**Datan havainto:** *Aamiaisviljatuotteet* (01.1.1.7) ovat kasvaneet tasaisesti (70 milj. € → 90 milj. €), mutta ne jäävät jälkeen muista kategorioista.

•**Mahdollisuus:** Perinteiset muromarkkinat ovat staattisia, mutta terveellisemmät ja "on-the-go" -tyyppiset ratkaisut kasvavat.

•**Kehityskohde:** Tuotteet, jotka yhdistävät aamiaisen ja funktionaalisuuden (esim. lisätyt kuidut, vitamiinit tai keskittymistä auttavat ainesosat) sekä annospakatut, helposti mukaan otettavat kaurapohjaiset tuotteet.

# Kauran markkina täyttymässä, missä tilaa?

## Kaura vs. Ohra – missä mennään?



Kaura

### Miksi kaura nousi?

- Laktoositon/vegaaninen trendi
- Kaurajuoma → uusi käyttökategoria
- Vahva brändäys (“pohjoinen supergrain”)
- Beetaglukaani + kuitu
- Helppo maku ja neutraali profiili

### Tulos:

- Kaura siirtyi rehusta premium-elintarvikkeeksi.

## Ohra

### Nykytila:

- Suuri osa rehukäyttöä
- Maltaat (olut) merkittävä sektori
- Elintarvikekäyttö pienempi ja hajanaisempi
- Mielikuva “perinteinen viljapuuro”

### Haaste:

- Ei selkeää kuluttajabrändiä kuten kauralla.

## Rakenteellinen vertailu

Tekijä	Kaura	Ohra
Mielikuva	moderni	perinteinen
Laktoosittomuus	vahva	vahva
Proteiini	kohtalainen	hieman parempi
Beetaglukaani	kyllä	kyllä (hyvä)
Uusi käyttökategoria	kaurajuoma	ei vielä vastaavaa
Brändäys	onnistunut	puuttuu

# Tekoäly voi tunnistaa trendejä

## Suomessa

- Ohra on perinteisesti ollut **rehukäytössä** (suurin osa sadosta).
- Rehukäyttö vaihtelee eläintuotannon mukaan.
- **Elintarvikekäyttö on kasvanut hitaasti**, erityisesti:
  - täysjyvätuotteissa
  - beetaglukaanituotteissa
  - kasviproteiinituotteissa
- Mutta kokonaisvolyyymissa ohra ei ole kasvanut yhtä vahvasti kuin esimerkiksi kaura.

## Trendit kuluttajamarkkinassa

### Nousevat segmentit:

- beetaglukaanituotteet (kolesteroli)
- kasviproteiiniratkaisut
- matalan glykeemisen indeksin tuotteet
- fermentoidut viljatuotteet

### Laskeva tai paineessa:

- perusjauhot
- bulkki-elintarvikekäyttö

# Arvio ja Strateginen johtopäätös

## Realistinen arvio

Voiko ohra olla “seuraava kaura”?

✘ Ei samalla tavalla (juomabuumi on jo tehty).

✔ Kyllä, jos asemoidaan terveys- ja proteiiniviljäksi.

Ohran etu:

- alhainen raaka-ainehinta
- hyvä viljeltävyys Suomessa
- terveystutkimuspohja (beetaglukaani)

Ohran riski:

- kuluttajamielikuva vanha
- ei vahvaa veturituotetta

## Strateginen johtopäätös

Kaura voitti kategorian “maitokorvike”.  
Ohra voi voittaa kategorian “metabolinen terveys & kuitu + proteiini”.

Jos sinun pitäisi valita yksi fokus:

Fermentoitu, beetaglukaanipitoinen, proteiinivahvistettu ohrapohja.

- Se ei kilpaile kauran kanssa – se luo oman segmentin.

# Mitä voisinkin tehdä ohrasta?

- Keksi 10 uutta kuivatuetta kuluttajakauppaan ohrasta, eväspatukoita, jauhetta, rouhetta.... Tuotteiden tulee olla helposti säilyviä, sopia vähittäiskauppaan ja vastata terveellisyys- ja proteiinitrendeihin. Kerro lyhyesti kohderyhmä ja myyntiargumentti jokaiselle.
- Miten ohrasta voisi kehittää korkeamman katteen tuotteita elintarviketeollisuudessa? Ehdota 5 konseptia kuluttajamarkkinoille ja arvioi lyhyesti niiden markkinapotentiaali.
- Mitkä ruokatrendit 2026 voisivat sopia ohratuotteisiin? Ehdota tuotekonsepteja, jotka hyödyntävät näitä trendejä.

# Ohran mahdollisuudet

Ohra ei voita kauraa kopioimalla kauraa.

Sen pitää erottua.

## 1 “Low GI -vilja”

Ohra on glykeemisesti vahva.  
→ Diabetestrendi,  
painonhallinta

## 2 Beetaglukaani-johtajuus

- Voidaan asemoida sydänterveysviljaksi.

## 3 Proteiinipohjainen viljabrändi

Viljapohjainen proteiininratkaisu ilman hennettä/soijaa.

## 4 Fermentointi & gut health

Ohra sopii hyvin fermentointiin.  
→ mikrobiomi,  
suolistohyvinvointi

## 5 B2B-ainesosa

- Ei tarvitse olla kuluttajabrändi. Voi olla teollisuuden funktionaalinen komponentti.



# Kannattaako ohrasta valmistettu funktionaalinen välipalatuote lanseerata?

ohravälipalapatukka tai juotava kuituvälipala

## 1 Tiedonhaku

- Tee tiivis markkinakatsaus ohrasta kuluttajatuotteena Suomessa. Tarkastele ravitsemustrendejä, kuluttajakäyttäytymistä, terveysargumentteja (esim. kuitu, beetaglukaani) ja kasvupotentiaalia seuraavan 5 vuoden aikana.
- Mitkä megatrendit tukevat täysjyvä- ja kuitupohjaisia tuotteita Pohjoismaissa?

## 2 Analyysi – mahdollisuus vai marginaali?

- Arvioi, onko ohralla realistinen mahdollisuus nousta korkeamman jalostusasteen välipalatuotteeksi Suomessa. Perustele vastaus markkinan, kuluttajamielikuvien ja hintatason näkökulmasta.
- Miten ohra mielletään kuluttajien silmissä verrattuna kauraan?

# Markkinat ja kenelle?

## 3 Kilpailutilanne

- Analysoi ohrasta valmistettujen kuluttajatuotteiden kilpailutilanne Suomessa. Mitä tuotetyyppejä on markkinoilla ja missä voisi olla erottumiselle tilaa pienelle toimijalle?
- Mitä väittämiä (esim. proteiini, kuitu, kotimaisuus) kilpailijat tyypillisesti käyttävät?

## 4 Kohderyhmä

- Ehdota kolme selkeästi erilaista kohderyhmää ohrasta valmistetulle funktionaaliselle välipalatuotteelle. Kuvaa heidän tarpeensa, ostomotiivinsa ja hintaherkkyytensä.
- Minkä kohderyhmän valinta olisi pienelle paikalliselle toimijalle realistisin?

# Edetään suunnitelmallisesti

## 5 Riskit

- Listaa ja analysoi suurimmat riskit pienelle toimijalle, joka lanseeraa ohrasta valmistetun välipalatuotteen. Jaa riskit markkina-, talous-, tuotanto- ja jakeluriskeihin. Mitkä tekijät vaikuttavat eniten katteeseen?
- Mitä riskeistä voidaan pienentää ilman suuria investointeja?

## 6 Kannattavuuden hahmottaminen

- Laadi yksinkertainen kustannusrakenne ja katelaskelman runko ohrasta valmistettavalle funktionaaliselle välipalatuotteelle. Erittele pääkuluerät ja arvioi, millä hintatasolla tuotteen tulisi olla kannattava pienelle tuottajalle.
- Mitkä tekijät vaikuttavat eniten katteeseen?

# Kohti tuotetta, vielä kuitenkin tekemättä

## 8 Tuotekonseptin rakentaminen

- Laadi konkreettinen tuotekonsepti ohrasta valmistettavalle funktionaaliselle välipalatuotteelle. Määrittele nimi, kohderyhmä, arvolupaus, pääraaka-aineet, makuprofiili, pakkaustyyppi ja hintapositio.

## 9 Reseptiikan suunnittelu ja optimointi

- Perusreseptin rakentaminen
  - Laadi alustava resepti ohrasta valmistettavalle funktionaaliselle välipalapatukalle. Huomioi kuitupitoisuus, proteiinilisä ja kohtuullinen sokerimäärä.

# Reseptiikan kokeilut

## 🍪 Protein Bite Disc – Reseptitaulukko

Ainesosa	Määrä (g)	Rooli tuotteessa
Täysjyväviljajauho	250 g	Perusrakenne, kuitu
Kasviproteiinijauhe	150 g	Proteiinipitoisuuden nosto
Viljarouhe / siemenseos	80 g	Rakenne ja purutuntuma
Auringonkukan- tai kurpitsansiemen	60 g	Rasva, rakenne
Pellavansiemenrouhe	30 g	Kuitu, sitovuus
Leivinjauhe	10 g	Kevyt kohotus
Suola	5 g	Maun tasapaino
Rypsiöljy / voi	120 g	Mehukkuus
Hunaja / taatelitahna	120 g	Makeus ja sitovuus
Kananmunat (2 kpl)	~100 g	Rakenne ja sitominen
Vesi / maito	40–60 ml	Taikinan säätö

## 🍪 Protein Bite Disc – Kotimaiset makuvaihtoehdot

Mauste / Lisä	Määrä (g / taikina)	Maku & brändiarvo
Kaneli (Suomessa pakattu)	5 g	Klassinen, turvallinen
Kuivattu mustikkajauhe	20 g	Hapan-marjainen, metsäinen
Puolukkajauhe	20 g	Raikas, pohjoinen profiili
Mustaherukkajauhe	15–20 g	Syvä ja voimakas maku
Kuivattu tyrnijauhe	10–15 g	Premium, hapokas
Koivunlehtijauhe	3–5 g	Erikoisuus, luonnonmaku
Kuusenkerkkäjauhe	3–5 g	Metsäinen, uniikki
Paahdettu rypsiöljy	osa rasvasta	Kotimainen rasvaprofiili
Hunaja (kotimainen)	makeuttajana	Paikallisuus + tarina
Suomalainen merisuola	3–5 g	Puhtausmielikuva

# Tuote 1

## 10 Tuotteen ja pakkauksen suunnittelu

tee kuvat: Toimi elintarvikealan brändi- ja pakkaussuunnittelijana ja suunnittele korkeaproteiininen ohrapohjainen “Protein Clusters” -kuivatutuote kuluttajamarkkinaan. Kuvaile, miltä tuote näyttää pöydällä ilman pakkausta: clusterien koko, muoto, rakenne, väri ja paahteisuus sekä miltä se näyttää valkoisella lautasella luonnonvalossa ja lähikuvassa. Suunnittele pakkaus: pakkaustyyppi, värit, materiaalit, typografia, etupuolen pääviesti ja mahdollinen läpinäkyvä ikkuna. Kuvaile tilannekuva, jossa tuote on esillä keittiön pöydällä jogurtin ja kahvikupin kanssa, pakkaus taustalla. Tavoitteena moderni, premium, skandinaavinen ja terveellinen vaikutelma, joka erottuu perinteisestä granolasta.

- Luo realistinen, moderni ja skandinaavinen aamiaistilanne, jossa korkeaproteiininen ohrapohjainen “Protein Clusters” -tuote on käytössä. Kuvassa kaksi aikuista ja yksi lapsi istuvat valoisassa keittiössä aamupalapöydän ääressä. Pöydällä on valkoisia lautasia ja kulhoja, joissa näkyy jogurttia ja sen päällä rapeita, kultaisenruskeita ohraproteiiniclustereita. Clusterit ovat isokokoisia, paahteisia ja rakenteeltaan selkeästi erottuvia, eivät tavallista granolaa. Vieressä on kahvikuppeja, tuoreita marjoja ja luonnonvaloa ikkunasta. Tuotteen pakkaus (mattapintainen, vihreä-beige, premium-tyylinen stand-up pouch, jossa läpinäkyvä ikkuna) on pöydällä hieman avoinna. Tunnelma on lämmin, terveellinen ja moderni, premium-tasoinen mutta arkinen, aidon perheen aamupalahetki. Valokuvamainen, luonnollinen valo, ei mainosmaisena jäykkä asetelma.

## PREMIUM NORDIC



- Laatu-tietoisille suomalaisille (noin 35–55v.)
- Välipalaksi, kahvin kanssa nautittavaksi

## PERFORMANCE



- Aktiiviliikkuville ja kuntoilijoille (noin 20–40v.)
- Treenin jälkeiseksi proteiinivälipalaksi

## FAMILY HEALTH



- Lapsiperheille (noin 3–55v.)
- Evääksi tai terveelliseksi naposteltavaksi

## PREMIUM NORDIC



Laatutietoisille retkeilijöille,  
"luontohifistelijöille"

## PERFORMANCE



Aktiivisille retkeilijöille  
ja urherkullisille piidäpatikojile

## FAMILY HEALTH



Lapsiperheille retkievenä  
tai terveenä henrkuna

PREMIUM NORDIC



Laatutietoisille matkailuauto-  
iljoille ja veneseilijöille.

PERFORMANCE



Aktiivisille ja urheilullisille  
matkailuauto- ja venematkailijoille

FAMILY HEALTH



Lapsiperheille terveellisenä  
matkaseväänä

## PREMIUM NORDIC



Laatutietoisille toimistotyön-  
källjölle.

## PERFORMANCE



Aktiivisille ja urheilullisille  
tyennäljölle Treinin järkeiseen välipalkkiin

## FAMILY HEALTH



Lapsiperheiden huolitajille  
Eveiksi töihin

# Hinnoittelun kokeilut

## Protein Bite Disc – Hinta- ja katelaskelma

### Kustannusrakenne / 150 g pakkaus

Kustannuserä	€ / pakkaus
Raaka-aineet	0,46 €
Valmistus (työ, energia)	0,35 €
Pakkaus	0,40 €
Logistiikka	0,20 €
<b>Yhteensä valmistuskustannus</b>	<b>1,41 €</b>

### Hinnoittelu ja kate

Kuluttajahinta	Kaupan ostohinta*	Valmistajan kate €	Kate %
4,99 €	3,00 €	1,59 €	53 %
5,90 €	3,54 €	2,13 €	60 %
6,90 €	4,14 €	2,73 €	66 %

\*Laskettu oletuksella, että kaupan kate on noin 40 %.

### €/kg vertailu

Kuluttajahinta	Hinta €/kg
4,99 €	33,27 €/kg
5,90 €	39,33 €/kg
6,90 €	46,00 €/kg

### Myynti- ja katelaskelma

#### Skenaario A – Kuluttajahinta 5,90 €

Kaupan ostohinta ≈ 3,54 €

Myynti kauppaan:

$3,54 \text{ €} \times 10\,000 = 35\,400 \text{ €}$

Valmistajan bruttokate:

$35\,400 \text{ €} - 14\,100 \text{ €} = 21\,300 \text{ €}$

#### Skenaario B – Kuluttajahinta 6,90 €

Kaupan ostohinta ≈ 4,14 €

Myynti kauppaan:

$4,14 \text{ €} \times 10\,000 = 41\,400 \text{ €}$

Valmistajan bruttokate:

$41\,400 \text{ €} - 14\,100 \text{ €} = 27\,300 \text{ €}$

# Keski-Suomen Ohra – perinteestä voimaa arkeen.

- Keski-Suomen pellot ovat tuottaneet ohraa sukupolvien ajan. Tämä tuote perustuu paikalliseen viljelyosaamiseen ja suomalaiseseen viljaperinteeseen – modernissa, proteiinipitoisessa muodossa.
- Luontaisesti runsas kuitu ja proteiini tukevat jaksamista ja pitävät kylläisenä pidempään. Tasainen energia ilman turhaa makeutta tekee siitä luotettavan välipalan arkeen, työhön ja liikkeelle.
- Tämä ei ole trendituote. Tämä on suomalaisen viljan osaamista – uudella tavalla.

**KESKI-SUOMEN  
OHRA**

Proteiinipyörylät arkeen, liikkeelle ja retkelle

Kasvatettu Keski-Suomen pelloilla.  
Leivottu paikallisella osaamisella.  
Tehty suomalaiselle arjelle.

**Premium Nordic**

- 100 % kotimainen ohra Keski-Suomesta
- Runsaasti proteiinia ja kuitua

**Performance**

- 25 % proteiinia
- Pitkäkestoinen energia
- Helppo ottaa mukaan töihin, säälle tai retkelle

**Family Health**

- Täysjyväohra Keski-Suomesta
- Korkea proteiini hyvä kuitupitoi

**PAIKALLISTA VOIMAA VILJASTA**