



## **Ammattikeittiöalan imagonkohotuskampanja**

Hankkeen kesto 1.1-31.12.2010

### **LOPPURAPORTTI**

Dnro 2243/325/2009, Projektikoodi 5729

## 1. AMMATTIKEITTIÖALAN IMAGONKOHOTUSHANKKEEN TAVOITE

FIDA ry:n koordinoimalla laatuketjuhankkeella ”Ammattikeittiöalan imagonkohotuskampanja” haettiin lisähuomiota suurtalousammateille. Vuoden 2010 aikana toteutettavan hankkeen keskeisenä tavoitteena oli

- lisätä nuorten ja aikuisopiskelijoiden tietoisuutta suurtalousalan ammateista ja parantaa motivaatiota hakeutua catering-alan koulutukseen
- luoda ja vahvistaa myönteisiä asenteita ja mielikuvia ravitsemisalaa kohtaan ja kohottaa jo alalla toimivien ammattiyhteisöä
- informoida ravitsemisalasta ja laadukkaiden ravitsemispalveluiden ylläpitämisen tärkeydestä perinteistä ja sähköistä viestintää käyttäen (herkuammatti.fi -sivusto)
- oikaista mahdollisia virheellisiä käsityksiä suurtalousalaan liittyen

Viestintäkampanjalla tavoiteltiin peruskoulunsa päättämässä olevia nuoria, aikuisopiskelijoita, ammatinvalinnanohjaajia ja catering-alan oppilaitoksia. Kohderyhmänä olivat myös erikseen valitut ravitsemisalalan toimipisteet. Koko kampanjan tavoitteena oli lisätä sävyllään positiivisia mainintoja suurtalousalaa kuvaavissa artikkeleissa ja uutisoinnissa ja kohottaa elintarvikeketjun laatukuvaa joukkoruokailun näkökulmasta.

## 2. HANKKEEN OSAPUOLET JA YHTEISTYÖ

### 2.1. Hankkeen toimihenkilöt

Toiminnanjohtaja Marjut Huhtala 1 kk (FIDA ry)

Hanketyöntekijä Virpi Kulomaa 6 kk

### 2.2. Hankkeen ohjausryhmä

Anitta Smura puheenjohtaja., koulutusjohtaja, Omnia

Seija Ahonen, ylitarkastaja, MMM, 20.8.2010 lähtien Petri Koskela

Katariina Ahonen, rekrytointipäällikkö, Fazer Amica

Mikko Lindh, Senior Adviser, Sodexo

Marjut Huhtala, ryhmän sihteeri, FIDA ry

Virpi Kulomaa, FIDA ry (ei varsinainen jäsen)

Sirkka-Liisa Tanttari, Jalasjärven ruokapalvelupäällikkö, Kuntaruokailun asiantuntijat ry, 1.7.2010. alkaen

Irma Taka-Prami Naantalin kaupungin ruokapalvelut

Erja Tuovinen, myyntijohtaja, Heinon Tukku

Jyrki Karlsson, maajohtaja, Unilever FoodSolutions

Taija Haiko, ketjumyyntipäällikkö, HK-Ruokatalo

### 2.3 Työnjako

#### FIDA ry

Hankkeen koordinointi, toteutus ja viestintä. Hankkeen tulosten raportointi. Jäsenistön aktivoiminen mukaan viestintäkampanjaan.

### Kuntaruokailun asiantuntijat ry (KRA)

Osallistuminen ohjausryhmään, viestintäyhteistyö hankkeen edetessä. Oman jäsenistön kannustaminen viestimään aktiivisesti hankkeesta ja nostamaan suurtalousalan imagoasioita esille kunnissa.

### Yrityskumppanit

Osarahoitus- ja tiedotusvastuu.

## **3. HANKKEEN VAIHEET, TOIMENPITEET JA TULOKSET 1.1- 31.12.2010**

### **Osaajana Ammattikeittiössä artikkelisarja**

Osaajana ammattikeittiössä -artikkelisarjaan tuotettiin 20 kertomusta ravitsemisalalan toimijoista ja valotettiin ammattikeittiöalan haasteita laatu-, ravitsemus- ja henkilöstöpoliittisesta näkökulmasta. Hankesuunnitelmasta poiketen artikkelisarjaa ei tuotettu printtijulkaisuna vaan artikkelit olivat luettavissa sähköisessä muodossa hankkeen omilla sivuilla: [www.herkkuammatti.fi](http://www.herkkuammatti.fi). Näin hankkeen tavoittelema pääkohderyhmä, ammattia valitsevat nuoret, ovat laajemmin ja reaaliaikaisesti tavoitettavissa.

### **Koulutusala-esite**

Keväällä 2010 laadittiin nuorille suunnattu koulutusala-esite, jossa selkeällä tekstiosalla ja raikkailla kuvilla houkutellaan nuoria jatkuvasti uudistuvalla, modernille ruokapalvelualalle. Esitteelle hankesuunnitelmassa perustettu työnimi ”Ravitsemisala on jännä juttu” korvattiin otsikolla ”Herkkuummatteja tulevaisuuden osaajille”. Esite on julkaistu myös PDF-muodossa [herkkuammatti.fi](http://herkkuammatti.fi) -sivustolla, josta se on vapaasti ladattavissa. Syksyllä 2010 esitettä postitettiin seuraavien kaupunkien ja kuntien opinto-ohjaajien ja oppilaiden käyttöön:

<b>Oppilaitos</b>	<b>Kaupunki/kunta</b>	<b>Esite, kpl</b>
Omnian ammattiopisto, Espoo	Espoo	750
Helsingin palvelualojen oppilaitos, Roihuvuoren koulutusyksikkö	Helsinki	200
Jyväskylän ammattiopisto, kauppa ja palvelut	Jyväskylä	500
Koulutuskeskus Salpaus	Heinola	50
Tampereen ammattiopisto	Tampere	200
Turun ammatti-instituutti	Turku	300
Koulutuskeskus Salpaus	Lahti	200
Vantaan ammattiopisto Varia	Vantaa	400
Pirkanmaan ammattiopisto	Tampere	250
Etelä-Kymenlaakson ammattiopisto, Merenkulku	Kotka	50
Kirkkoharjun koulu	Kirkkonummi	200
Koulutuskeskus Sedu	Ähtäri	60
Etelä-Karjalan ammattiopisto	Imatra	200
Naantalin ammattiopisto	Naantali	200
<b>Yhteensä</b>		<b>3560</b>

### **Erityisruokavalio-osaaja-kilpailu**

Kampanjan yhtenä toimenpiteenä käynnistettiin erityisruokavalio-osaaja-kilpailu erityisruokavalioiden taitajille. Kilpailun tavoitteena oli nostaa ravitsemisalalla toimivien ammattiyhdytystä ja kertoa osaamisesta tärkeällä erityisruokavalio-osaamisen saralla. Kilpailun osallistumisajan puitteissa 1.2.-30.4.2010 saatiin 17 kilpailutyöehdotusta. Kilpailun voittaja, Tampereen aterian, Koukun Helmen kokki Sari Seppälä palkittiin lokakuussa

2010 FIDA ry:n syysseminaarin yhteydessä hankkeen ohjausryhmän valinnan perusteella. Palkinnon luovutti ministeri Sirkka-Liisa Anttila.

#### Erityisruokavaliokilpailun kooste

Erityisruokavaliio-osaaja-kilpailun resepteistä laadittiin PDF-muotoinen artikkelikooste, joka löytyy sivustolta herkkuummatti.fi.

### **MUUT TOIMENPITEET**

#### **Hankkeen www-sivut**

Kampanjalle on perustettu oma www-sivusto herkkuummatti.fi, jossa esitellään ammattikeittiöalaa ruokapalvelualan eri toimijoista kertomalla sekä informoidaan nuoria ja aikuisopiskelijoita ravitsemisalan koulutusmahdollisuuksista mm. uratarinoiden avulla. Sivustolla taustoitetaan ammattikeittiöalaa laajemminkin ja ammatinvalinnan ohjauksen tueksi sivustolta löytyvät keskeiset linkit opintopaikan tai työharjoittelupaikan löytämiseksi (ravitsemisalalta). Www-sivuston rakentaminen ei kuulunut varsinaiseen hankesuunnitelmaan, mutta sen on todettu olevan ensiarvoisen tärkeä tiedonvälityksen muoto nuorille suunnatussa viestinnässä. Www-sivuille on voitu luontevasti kerätä koko hankeaineisto ja sen keskeiset työkalut. Www-sivustoa tukee Facebook-ryhmä.

#### **Kampanja-logo**

Kampanjan ulkoinen ilme on rakennettu Herkkuummatti-logon ja sen värimaailman pohjalle. Herkkuummatti-logo on nuorekas ja raikas värikykseltään sekä kuvaa nykyajan ammattikeittiötä: keveyttä ja terveellisyttä, lämpöä, viihtyisyyttä, tasapainoa, hyvää oloa, osaamista ja vahvaa ammattitaitoa.

### **HANKKEEN VIESTINTÄ**

Esite- ja tukimateriaalia on aktiivisesti välitetty opinto-ohjaajille, ammattikeittiöalan sidosryhmille ja catering-alan opettajille. Hankkeen nettisivut ja esitemateriaali on koettu hyödylliseksi sekä ammatinvalinnanohjauksen tukena mutta myös koko ravitsemisalan imagon nostattajina.

Hankkeesta on tiedotettu mediaa kolmella uutiskirjeellä, lähestytty FIDA ry:n sidosryhmiä kampanjan tukimateriaalia esitellen. Hankkeesta on tiedotettu ruokapalveluammattilaisten valtakunnallisissa tapahtumissa:

- FIDA ry:n kevätluentopäivillä 14.-15.4.2010
- Alue-FIDA-tapaamisessa Gastro-messuilla 17.3 2010 sekä Kuntaruokailun asiantuntijoiden järjestämässä ruokapalveluesimiesten yhteistyöseminaarissa Gastro-messuilla 2010.
- Arktiset Aromit ry:n järjestämässä Luonnotuoteseminaarissa 27.9.2010
- FIDA ry:n syysluentopäivässä 28.10.2010
- Julkisen ruokapalvelusektorin ATERIA-tapahtumassa 9.11.2010
- Viestintää on täydennetty ravitsemisalan esimiehille suunnatuilla uutiskirjeillä (jakelu n.800 osoitetta).

## HANKKEEN VIESTINTÄ, mediaseuranta

MEDIASEURANTA				
Ajankohta	Media	Nimi	Numero	Aihe/Otsikko
Helmikuu	Lehti	Tukkutori	1/2010	Ilmoitus: Erityisruokavalioiden taitaja -kilpailu
Helmikuu	www-sivut	<a href="http://ruokatieto.fi">ruokatieto.fi</a>	5.2.2010	Artikkeli: Suurkeittiöt piristävät imagoaan erityisruokavaliokilpailulla
Maaliskuu	Lehti	KunnallisSuomi	Maaliskuu 2010 sivu 20	Artikkeli: Ammattikeittiöt tarvitsevat uusia osaajia
Maaliskuu	Lehti	KunnallisSuomi	Maaliskuu 2010 sivu 20	Ilmoitus: Erityisruokavalioiden taitaja -kilpailu
Maaliskuu	Lehti	Aromi	Nro 2, sivu 107	Artikkeli: Imagokampanjalla etsitään uusia osaajia
Huhtikuu	Lehti	Aromi	Nro 3, sivu 61	Ilmoitus: Erityisruokavalioiden taitaja -kilpailu
Toukokuu	www-sivut	laatuketju.fi	3.5.2010	Artikkeli: Tutustu tulevaisuuden ammattialaan Herkkuummatti.fi -sivustolla
Toukokuu	www-sivut	<a href="http://suurtalousuutiset.fi">suurtalousuutiset.fi</a>	6.5.2010	Kooste FIDAn uutiskirjeestä imagokampanjaan liittyen.
Toukokuu	www-sivut	<a href="http://blueservice.fi">blueservice.fi</a>	25.5.2010	Juttu: moniosaajia tarvitaan aina ( Herkkuummatti-sivuston artikkeli linkitetty BlueServicen sivuille)
Syyskuu	lehti	Puhtaus&Palvelusektori	5/2010	Artikkeli: Ammattikeittiöala esittäytyy Herkkuummattina
Syyskuu	lehti	Puhtaus&Palvelusektori	5/2010	Ilmoitus:FIDA ry:n ja SSTL:n koulutuspäivä 28.10.10. Imagohankkeen esittely
Syyskuu	lehti	Aromi	9/2010	Ilmoitus:FIDA ry:n ja SSTL:n koulutuspäivä 28.10.10. esittely
Syyskuu	www-sivut	Tampereen ammatti-opisto <a href="http://www.tao.tampere.fi">www.tao.tampere.fi</a>	jatkuva	Linkki Herkkuummatti-sivulle
Lokakuu	www-sivut	ruokatieto.fi	jatkuva	Uutisointi Herkkuummatti.fi- kampanjasta ja erityisruokavaliokilpailun tuloksista
Lokakuu	www-sivut	laatuketju.fi	jatkuva	Uutisointi erityisruokavaliokilpailun tuloksista
Marraskuu	Lehti	KunnallisSuomi	Marraskuu 2010	Uutinen erityisruokavaliokilpailusta
Marraskuu	www-sivut	Tampereem kaupunki	Loka-marraskuu 2010	Uutisointi erityisruokavaliokilpailun voittajasta
Joulukuu	Lehti	Aromi	Nro 9	Uutisointi erityisruokavaliokilpailun voittajasta
Joulukuu	Lehti	Fidalainen	Nro 4	Uutisointi imagohankkeesta ja erityisruokavaliokilpailun tuloksista
Joulukuu	Lehti	Puhtaus&Palvelusektori	Nro 7	Uutisointi erityisruokavaliokilpailun tuloksista
Tammikuu 2011	Lehti	Lautaselle, Heinin Tukun asiakaslehti	Nro 1-2	Uutisointi Herkkuummatti.fi-kampanjasta ja erityisruokavaliokilpailun tuloksista

### YHTEISTYÖ JA PALAUTTEEN KERÄÄMINEN

- hankkeen tiimoilta on lähestytty valikoitua joukkoa ammatinvalinnanohjaajia ja kysytty mielipiteitä kampanjan tärkeydestä, sisällöstä ja jatkokehittämisestä
- FIDA ry:n aluevastaaville, johtokunnan jäsenille ja joukolle ravitsemisalalan toimijoita on välitetty kysely kampanjan toimivuudesta, näkyvyydestä ja saavutettavuudesta

Palautteen perusteella kampanja on todettu tarpeelliseksi ja sen työmenetelmät onnistuneeksi. Alalla toimivat kokevat jatkossakin tärkeinä jatkuvan alan imagon ja arvostuksen kehittämisen, toiminnan laadun korostamisen ja yhteistyömuotojen kartoittamisen. Kampanjan mahdolliset jatkotoimet koetaan tarpeelliseksi ja ravitsemisalan imagonkohotuksen viestintätoimenpiteitä toivotaan lisää ( tiedottaminen, messut, ilmoittelu ja erilaiset yhteistyömuodot sekä päättäjille suunnattu materiaali).

Opinto-ohjaajat pitävät tarpeellisena ammattikeittiöitä modernisti kuvaavaa tiedotusmateriaalia. Heidän mielestään nuorille suunnatussa viestinnässä hyviä välineitä olisivat alasta kertova DVD, ajankohtaiset koulutusesitteet ja www-sivut. Peruskoulujen 8-luokkalaisille suunnattujen Työelämään tutustumisviikkojen (Tet:n) lisäksi muitakin yhteistyömuotoja, kuten ammattilaisten vierailuja kouluihin, voitaisiin lisätä.

#### 4. ARVIOINTI - HANKKEEN TAVOITTEIDEN TÄYTTYMINEN

Hankkeen viestintäelementit toteutettiin suunnitelman mukaisesti ( esite- ja artikkelikooste, erityisruokavalio-osaajakilpailu ja sen raportointi) ja tältä osin hankkeen elementit täyttivät, jopa ylittivät. Alkuperäisestä hankesuunnitelmasta poiketen hankkeelle luotiin lisäelementtinä oma www-sivusto. Hankkeen tuotokset on esitelty kappaleessa 3.

Hankkeen keskeisenä tavoitteena oli houkutella ravitsemisalan opintoihin nuoria ja uravalintojaan pohtivia aikuisopiskelijoita. Hankkeen aikana on kuitenkin todettu, että hankkeen talous ja – työresurssit eivät riittäneet kohderyhmän laajamittaiseen saavuttamiseen. Esim. messunäkyvyydelle hankkeen budjetissa ei ollut rahaa. Lisäksi todettiin, että hankkeen aikana ravitsemisalan opintoihin hakeutuvien määrää tai sen kasvua on vaikea arvioida tai verrata näin lyhyellä aikavälillä. Todettakoon kuitenkin, että yleisesti vuosina 2010 ammattiopintoihin hakeutuvien nuorten määrä on ollut nousussa. Tämä koskee myös HoReCa-alan opintoja.

Hankkeen toisena keskeisenä tavoitteena oli tuottaa positiivisävyistä viestintää ammattikeittiöalan imagoon liittyen ravitsemisalan lehtiin ja muihinkin medioihin. Hankkeen aikana toimitetut ja medialle välitetyt lehdistötiedotteet herättivät kuitenkin vain niukasti huomiota. Hankkeen yhteistyökumppaneilta oltaisiin myös toivottu aktiivisempaa viestintää kampanjaan liittyen.

Kokonaisuudessaan hanke onnistui hyvin. Erityisesti yläkoulujen ammatinvalinnanohjaajat ovat ottaneet ravitsemisalan koulutusta kuvaavan tuoreen esitemateriaalin hyvin vastaan. Herkkuammatti.fi-sivusto on kiinnostanut lukuisia jo ravitsemisalalla toimivia henkilöitä ja sinne luotuihin osaajana- ammattikeittiössä - artikkeleihin on löytynyt haastateltavia yli tarpeen. Tämä lienee merkki siitä, että alalla toimivilla on tarve ja halu kertoa tärkeästä työstään ja siten kohottaa omalta osaltaan ammattikeittiöalan ”imagoilmastoa.”

Ensimmäistä kertaa käynnistetty Erityisruokavalio-taitaja-kilpailu sai kohtuullisen määrän positiivista julkisuutta ja herätti odotuksia samankaltaisen kilpailun jatko-osasta.

Muuta huomionarvoista:

- kampanjassa luotu Herkkuammatti.fi –sivusto on edelleen käytettävissä
- opinto-ohjaajille ammatinvalinnanohjaukseen suunnatun tukimateriaalin sekä tiedon tuottaminen on kyselyn mukaan tärkeää, mutta kampanjan aikana opinto-ohjaajien tavoittaminen jäi melko vähäiseksi resurssien puuttuessa.
- kampanjan aikana selvisi, että paras väylä kohderyhmän tavoittamiseksi on ammatillisten oppilaitosten opinto-ohjaajat. Heidän kauttaan saavutetaan haluttu kohderyhmä mm. erilaisten koulutusmessutapahtumien kautta, joita ammatilliset oppilaitokset, perusopetusta tarjoavat oppilaitokset sekä alan yritykset yhteistyössä järjestävät ennen yhteisvalintaa

Yhteiskunnallisesti vaikuttava ravitsemisalan imagonkohotus vaatisi suurempia resursseja, jatkuvaa viestintää ja toimivaa yhteistyöverkostoa. Kampanjan resurssein tähän ei päästy, mutta imagonkohotukselle koettiin olevan suuri tarve koulutetun työvoiman saatavuuden turvaamiseksi ja joukkoruokailun merkityksen kirkastamiseksi laajalle yleisölle.

## 5. JATKOTOIMET

Hankkeelle on haettu ja myönnetty jatkorahoitusta vuodelle 2011. Vuonna 2011 hankkeen osa-alueina toteutetaan ammattikeittiöalan esittelyvideo ammatinvalinnan ohjauksen tueksi, laajennetaan Herkkuammatti.fi-portaalin sisältöä, suunnataan ideointikilpailu ruokapalveluammattilaisille (ikäihmisten välipalojen kehittäminen) ja informoidaan ravitsemisalasta valtakunnallisilla ja alueellisilla Rekry-messuilla.

## HANKKEEN TALOUS

Maa- ja metsätalousministeriö on myöntänyt hankkeelle kokonaisuudessaan 27 500 euroa käytettäväksi aikavälillä 1.1.-31.12.2010. Hankkeen kokonaisbudjetti on 35 250 euroa. Loppurahoituksen suunniteltiin koostuvan FIDA ry:n omarahoituksesta (2000€) ja yritysrahoituksesta (5750 €).

31.12. mennessä palkkakustannuksia kertyi maksettavaksi hanketyöntekijälle 6 kk:n palkka-henkilösivukustannus ja toiminnanjohtajan 1 kk:n palkka- ja henkilösivukustannus. Palkkioita on maksettu valokuvaajalle Herkkuammatti-koulutusalaesitteen valokuvien kuvaamisesta (kuvia on hyödynnetty myös muussa viestinnässä) ja ATK-tuesta Mikromestarit Oy:lle ( [www.sivuston](http://www.sivuston) käyttöohjeistus). Palkkio maksettiin myös Erytysruokavalio-osaaja-kilpailun voittajalle.

Matkakuluja on maksettu hanketyöntekijälle.

Julkaisukustannuksia on syntynyt koulutusalaesitteen taitto- ja painatus- ja postitustyöstä (5000 kpl) sekä herkkuammatti.fi-www-sivuston kuvituskuvioiden suunnittelusta sekä Erytysruokavalio-osaaja-kilpailun kunniakirjojen graafisesta suunnittelusta ja painotyöstä. Alkuperäisestä hankesuunnitelmasta poiketen vain koulutusalaesite painettiin paperisena ja mm. tästä johtuen hankkeen julkaisubudjetti alitti talousarvion. Kokonaisuudessaan hankkeen kulutoteumaksi jäi 32 695,60 euroa.