

Ammattikeittiöalan imagonkohotuskampanja

FIDA ry:n koordinoimalla laatuketjuhankkeella "Ammattikeittiöalan imagonkohotuskampanja" haetaan lisähuomiota suurtalousammateille. Hankkeessa korostetaan niiden ammattien tärkeyttä yhteiskunnan huoltosuhteen muuttuessa ja eläköitymisen koskettaessa lähivuosina myös ravitsemisalaa.

Vuoden 2010 aikana toteutettavan hankkeen keskeisenä tavoitteena on

- 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 ammattiyhteisöjä,
- informoida perinteisellä ja sähköisellä viestinnällä ravitsemisalasta ja laadukkaiden ravitsemispalveluiden ylläpitämisen tärkeydestä sekä
- oikaista mahdollisia virheellisiä käsityksiä suurtalousalaan liittyen.

Hankkeen päätoteuttajana toimii FIDA ry, ja viestintäyhteistyössä ovat mukana Kuntaruokailun asiantuntijat ry sekä hankkeen ohjausryhmä verkostoineen. Ohjausryhmän puheenjohtaja on koulutusjohtaja Anitta Smura Omniasta. Hanketta koordinoi projektihenkilö 6 kk:n ajan. Hankkeen yritys yhteistyökumppaneina toimivat Heinon Tukku Oy, Hk Ruokatalo Oy ja Unilever Foodsolutions.

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

Kampanjan työvälineinä käytetään printtivistintää (esitteet ja artikkelisarja) ja henkilökohtaista promootiota (messut, seminaaripäivät ja sähköinen viestintä). Hankkeen aikana laaditaan esite "Ravitsemisala on jännä juttu", artikkelikooste "Osaajana ammattikeittiöissä". Samoin toteutetaan dieetikokeille suunnattu Erityisruokavalio-taitaja -kilpailu erityisruokavalio-osaajien imagon kohottamiseksi. Hankkeen aikana muodostuvaa viestintämateriaalia välitetään oppilaitoksiin ja hankkeen aikana syntyville verkostoille.