

KALAN MARKKINOINNIN JA LAADUN KEHITTÄMISOHJELMA

Kehittämissuunnitelma 30.3.2026



Pro Kala

SISÄLLYSLUETTELO

1. OHJELMAN STRATEGINEN KOKONAISUUS	3
2. TAUSTA JA LÄHTÖKOHDAT	3
3. VISIO JA TAVOITTEET	4
4. HALLINTO JA TOTEUTTAJAT	5
4.1. Ohjausryhmä	5
4.2. Partnerit	6
4.3. Ostopalvelut	6
5. KEHITTÄMISSUUNNITELMA 2026-2028	6
5.1. Työpaketti 1 Kuluttajakiinnostuksen ylläpitäminen muuttuneessa markkinatilanteessa	7
5.1.1. Kalankasvattajaliitto partnerina	8
5.2. Työpaketti 2 Ammattikeittiöiden kalatarjonnan lisääminen	9
5.3. Työpaketti 3 Kalatuotteiden laadun parantaminen	11
5.3.1. Laurea ammattikorkeakoulu partnerina	12
5.3.1. Kotitalousopettajien liitto partnerina	12
5.4. Työpaketti 4 Innovatiivisia ratkaisuja verkostoitumalla	13
5.5. Työpaketti 5 Kansainvälistymisen ja viennin edistäminen	15
6. VIESTINTÄ	17
6.1. Viestinnän lähtökohdat	17
6.2. Viestinnän kohderyhmät ja painopisteet	17
6.3. Viestintäkanavat ja keinot	17
6.4. Vuosittaiset päätapahtumat ja teemat	18
6.5. Kumppanuudet ja verkostot	18
6.6. Viestintämateriaalit	18
7. VAIKUTTAVUUS	19
8. RAHOITUS JA BUDJETTI	20

1. OHJELMAN STRATEGINEN KOKONAISUUS

Kalan markkinoinnin ja laadun kehittämisohjelman tavoitteena on edistää EMKVR-ohjelman 2021–2027 ja Kotimaisen kalan edistämisohjelman tavoitteiden toteutumista eli kalan käytön lisäämistä ja viennin arvon kasvattamista.

Kala-alan toimintaympäristö on viime vuosina muuttunut merkittävästi. Kuluttajahintojen nousu, ostovoiman heikkeneminen sekä ruokailutottumusten muutokset ovat vaikuttaneet kalan kulutukseen. Kiinnostus kalaa kohtaan on edelleen vahvaa, mutta kulutuksen kasvua rajoittavat erityisesti käytännön arkeen liittyvät tekijät: hinta, valmistamisen helppous sekä kuluttajien luottamus kalaan ja kalatuotteisiin.

Suomi on asettanut tavoitteeksi elintarvikeviennin arvon kaksinkertaistamisen vuoteen 2031 mennessä osana kansallista ruokajärjestelmän kasvuohjelmaa. On tärkeää varmistaa, että myös kala-ala kehittyy siten, että se voi täysimääräisesti osallistua tähän kasvuun.

Kalan markkinoinnin ja laadun kehittämisohjelma täydentää muita kalatalouden innovaatio-ohjelmia. Toisin kuin tutkimuspainotteiset ohjelmat, se keskittyy viestintään, vuorovaikutukseen ja alan yhteistyön vahvistamiseen. Ohjelman tavoitteena on varmistaa, että ala saa näkyvyyttä ja tutkimuksessa ja kehittämishankkeissa syntyvä tieto, osaaminen ja innovaatiot saavuttavat toimialan, kuluttajat ja markkinat.

2. TAUSTA JA LÄHTÖKOHDAT

Innovaatio-ohjelmat rahoitetaan kahdessa vaiheessa ja tämä kehittämissuunnitelma koskee ohjelmakauden toista vaihetta, joka ulottuu vuoden 2028 loppuun.

Kalan markkinoinnin ja laadun kehittämisohjelman ensimmäisessä vaiheessa toteutettiin laaja joukko toimenpiteitä kuluttajakysynnän vahvistamiseksi, kalatuotteiden laadun kehittämiseksi sekä kotimaisen kalan käytön lisäämiseksi ammattikeittiöissä. Ohjelmassa vahvistettiin myös alan yhteistyötä ja verkostoitumista sekä edistettiin kotimaisen kalan kansainvälistymistä ja vientimahdollisuuksia.

Ohjelman ensimmäisestä vaiheesta on tehty väliarviointi, joka on käsitelty ohjelman ohjausryhmässä. Arvioinnissa tarkasteltiin ohjelman toteutusta, saavutettuja tuloksia sekä toimintaympäristössä tapahtuneita muutoksia. Väliarvioinnin pohjalta on tunnistettu keskeisiä kehittämistarpeita ja tarkennettu ohjelman painopisteitä.

Jatkokaudella ohjelma rakentuu edelleen samojen viiden työpaketin varaan. Työpaketit muodostavat kokonaisuuden, jossa kuluttajakysyntä, ammattikeittiöiden käytännöt, kalatuotteiden laatu, alan yhteistyö sekä kansainvälistyminen tukevat toisiaan.

3. VISIO JA TAVOITTEET



Kotimainen kala on osa suomalaista arkea ja kasvavaa ruokavientiä. Kalaa käytetään laajasti sekä kotona että ammattikeittiöissä. Suomalainen kala ja suomalaiset kalatuotteet tunnetaan laadusta, vastuullisuudesta ja monipuolisuudestaan.”

Kalan markkinoinnin ja laadun kehittämisohjelman tavoitteena on edistää EMKVR-ohjelman 2021–2027 sekä Kotimaisen kalan edistämishohjelman tavoitteiden toteutumista eli kalan käytön lisäämistä ja viennin arvon kasvattamista.

Ohjelman tavoitteena on tehdä kalasta luonteva ja toimiva osa arjen ruokailua sekä kotitalouksissa että julkisissa ruokapalveluissa. Tämä edellyttää samanaikaista työtä kuluttajakysynnän vahvistamisessa, ammattikeittiöiden kalan käytön lisäämisessä, kalatuotteiden laadun kehittämisessä sekä alan yhteistyön vahvistamisessa.

Ohjelma tukee Suomen ruokajärjestelmän kasvutavoitteita ja pyrkimystä kasvattaa elintarvikevientiä. Vahvistamalla kuluttajakysyntää, kalatuotteiden laatua sekä alan yhteistyötä ohjelma luo edellytyksiä kotimaisen kalan käytön kasvulle sekä kotimaassa että kansainvälisillä markkinoilla.

Ohjelman viisi työpakettia muodostavat toisiaan tukevan kokonaisuuden, jossa kuluttajakysyntä, kalan käyttö, laatu, yhteistyö ja kansainvälistyminen etenevät rinnakkain. Markkinoinnin ja laadun kehittämisohjelma täydentää muiden kehittämisohjelmien työtä ja toimii yhdistävänä ja viestinnällisenä alustana.

Työpaketti 1 – Kuluttajakiinnostuksen ylläpitäminen muuttuneessa markkinatilanteessa

Kalaa ei tarvitse perustella, se valitaan

Työpaketti ylläpitää kuluttajien kiinnostusta kalaan ja vahvistaa kalan asemaa luontevana osana arjen ruokailua.

Työpaketti 2 – Ammattikeittiöiden kalatarjonnan lisääminen

Kala ei ole poikkeus, vaan toimiva perusvalinta

Kun kala toimii julkisissa ruokapalveluissa ja ammattikeittiöiden arjessa kuluttajakysyntä muuttuu käytännön kulutukseksi.

Työpaketti 3 – Kalatuotteiden laadun kehittäminen

Laatu ei ole lisä, se on osa kokonaisuutta

Korkea ja tasainen laatu vahvistaa ostajien ja kuluttajien luottamusta sekä tukee kalatuotteiden kilpailukykyä.

Työpaketti 4 – Innovatiivisia ratkaisuja verkostoitumalla

Kala-alalla on vahva yhteinen tahtotila ja tulevaisuudensuunta

Työpaketti kokoaa yhteen alan toimijat, tutkimuksen ja kehittämisohjelmat sekä edistää tiedon ja innovaatioiden leviämistä.

Työpaketti 5 – Kansainvälistyminen ja vienti

Suomalainen kala ja suomalaiset kalatuotteet osana Suomen ruokavientiä

Työpaketti vahvistaa suomalaisen kalan ja kalatuotteiden asemaa osana Suomen ruokavientiä ja tukee alan yritysten kansainvälistymistä.

4. HALLINTO JA TOTEUTTAJAT

Ohjelman koordinoinnista, osuutensa toteutuksesta sekä hallinnosta vastaa ohjelman päätoteuttaja Pro Kala ry. Ohjelman toteutuksessa tehdään laajaa yhteistyötä alan yritysten, tutkimusorganisaatioiden, oppilaitosten sekä muiden kehittämisohjelmien kanssa.

Pro Kalan palveluksessa on yksi henkilö, toiminnanjohtaja, toistaiseksi voimassa olevassa työsuhhteessa. Muut tarvittavat henkilöresurssit hankitaan määräaikailla joko täysi- tai osa-aikailla työsuhteilla tai ostopalveluina.

Pro Kalan yhteistyöverkosto on laaja. Yhdistyksen jäsenistön liikevaihto vastaa noin 90 prosenttia suomalaisen kalajalostuksen ja kalatukkukaupan liikevaihdosta. Pro Kalan yhteydet kalatoimialaan, sen yrityksiin ja yrittäjiin sekä toimialan ulkopuolisiin toimijoihin, esimerkiksi muiden elintarvike-sektoreiden viestintäorganisaatioihin, ovat kattavat ja vakiintuneet.

Yhteistyöverkostoa pyritään jatkuvasti laajentamaan ja kehittämään sekä kalatoimialan sisällä että sen ulkopuolella siten, että se parhaalla mahdollisella tavalla edistää ohjelman tavoitteiden toteutumista, vastaa kala-alan yritysten tarpeisiin ja tuo lisäarvoa ohjelman toteutukseen.

Kuten kaikissa aikaisemmissakin Pro Kalan koordinoimissa ja toteuttamissa julkisin varoin rahoituissa hankkeissa ja ohjelmissa, myös Kalan markkinoinnin ja laadun kehittämisohjelma tuloksineen on vapaasti ja avoimesti hyödynnettävissä. Kaikki ohjelmassa toteutettavat tapahtumat ovat avoimia kaikille kala-alan toimijoille ja sidosryhmille. Ohjelmassa tuotetut toimenpiteet ja materiaalit ovat vapaasti kaikkien hyödynnettävissä.

Väliarviointi ja jatkokauden suunnittelu on tehty yhteistyössä alan yritysten kanssa, ja niiden toiveita ja tarpeita on kuultu laajasti.

Jatkokaudella partnereita ovat Suomen Kalankasvattajaliitto ry, Laurea-ammattikorkeakoulu sekä Kotitalousopettajien liitto ry. Näiden lisäksi ohjelman toteutukseen voi osallistua joukko yhteistyökumppaneita ostopalveluiden tai yhteisten toimenpiteiden kautta.

4.1. Ohjausryhmä

Ohjelmaa ohjaa ohjausryhmä, joka edustaa laajasti kala-alaa sekä keskeisiä sidosryhmiä. Ohjausryhmä vastaa varojen käytön kohdentamisesta ja seurannasta sekä ohjelman toteutuksen ohjauksesta, tavoitteiden saavuttamisen seurannasta ja kehittämissuunnitelman vahvistamisesta ja ajantasaisena pitämisestä. Kehittämissuunnitelmaa päivitetään tarpeen mukaan, kuitenkin vähintään kerran vuodessa.

Kalan markkinoinnin ja laadun kehittämisohjelman ohjausryhmä:

- Riitta Myyrä, toimitusjohtaja, Domo Aquaculture Oy Ltd, puheenjohtaja
- Mikko Malin, toimitusjohtaja, edustaa Suomen Ammattikalastajaliitto
- Matti Isohätälä, varatoimitusjohtaja, Hätälä Oy
- Tuomo Huotari, myyntipäällikkö, Finnish Freshfish Oy Kalamesta, varapuheenjohtaja
- Asmo Honkanen, Luonnonvarakeskus
- Mika Jääskeläinen, toimitusjohtaja, VSV Finland
- Minna Uusimäki, erityisasiantuntija, Maa- ja metsätalousministeriö
- Taija Korkka, yritysasiantuntija, Lounais-Suomen elinvoimakeskus

Tehokkaan ohjausryhmätyöskentelyn varmistamiseksi ja parhaan osaamisen saamiseksi kulloiseenkin teemaan, kokouksiin voidaan kutsua ulkopuolisia asiantuntijoita.

4.2. Partnerit Kalan markkinoinnin ja laadun kehittämisohjelmassa

Ohjelman koordinaattorin/päätoteuttajan, Pro Kala ry:n, kanssa ohjelman työpakettien osahankkeita toteuttavat partnerisopimusten ja niihin liittyvien erillisten hankesuunnitelmien mukaisesti seuraavat partnerit:

- Suomen Kalankasvattajaliitto ry
- Laurea-ammattikorkeakoulu
- Kotitalousopettajien liitto ry

Uusien partnereiden liittyminen ohjelman toteuttajiksi on hankkeen budjetin salliessa mahdollista koko ohjelman ajan ohjausryhmän ja Elinvoimakeskuksen hyväksynnän jälkeen.

4.3 Ostopalvelut ohjelman toteutuksessa

Siltä osin kuin ohjelman toteuttamiseen tarvitaan ostopalveluja, Pro Kala kilpailuttaa ja valitsee kuhunkin tarpeeseen asiantuntevimmat ja kustannustehokkaimmat yhteistyökumppanit kilpailulainsäädännön vaatimukset huomioiden.

Pro Kalan olemassa olevan yhteistyöverkoston, yhdistyksen jäsenistön, innovaatio-ohjelmien, toimialan verkostojen ja muiden mahdollisten tahojen kanssa tehdään yhteistyötä aina, kun se on mahdollista ja tuo lisäarvoa kaikille mukana oleville tahoille. Yhteistyökumppanit voivat vaihdella teema- ja toimenpidealueittain ja kehittyvät innovaatio-ohjelmien sisältöjen mukana.

Ostettavia palveluja ja kilpailutettavia yhteistyötahoja markkinoinnin ja laadun kehittämisohjelmassa ovat esimerkiksi:

- Tiedotejakelupalvelut
- Viestintä- ja mainostoimistot
- Elintarvikealan kehittämisyritykset (esim. Foodwest, NetFoodlab, Flavoria)
- Kouluttaja- ja markkinatutkimusyrietykset
- Konsultointipalvelut
- Kuvaus- ja painatuspalvelut

5. KEHITTÄMISSUUNNITELMA 2026-2028

Ohjelman päätoteuttaja, Pro Kala ry, koordinoi ohjelman kokonaisuutta, tukee ja avustaa mahdollisuuksiensa mukaan partnereiden toteuttamissa hankesuunnitelmissa sekä vastaa muiden kuin partnereille nimettyjen työsuojien toteuttamisesta.

Kalan markkinoinnin ja laadun kehittämisohjelma rakentuu viiden painopisteen eli työpaketin ympärille:

1. Kuluttajakiinnostuksen ylläpitäminen muuttuneessa markkinatilanteessa
2. Ammattikeittiöiden kalatarjonnan lisääminen
3. Kalatuotteiden laadun parantaminen
4. Innovatiivisia ratkaisuja verkostoitumalla
5. Kansainvälistymisen ja viennin edistäminen

5.1.TYÖPAKETTI 1: Kuluttajakysynnän ja -kiinnostuksen ylläpitäminen muuttuneessa markkinatilanteessa

Työpakettin tavoitteena on vahvistaa kuluttajien kiinnostusta kalaan ja lisätä kalan käyttöä arjen ruokavalinnoissa. Työpakettin lähtökohtana on ajatus, että kalaa ei tarvitse perustella erikseen, sen tulee näyttäytyä kuluttajille luontevana, houkuttelevana ja helposti saavutettavana vaihtoehtona erilaisissa arjen ruokailutilanteissa.

Vaikuttavuustavoitteet - Mitä halutaan saavuttaa	Tavoitellut muutokset (polkuriippuvuus)	Panostus Toimenpide/työpaketti	Tuotokset ja tulokset
Kalaa ei tarvitse perustella, se valitaan Suomalaiset syövät kalaa suosituksen ja kotimaisen kalan edistämishjelman mukaisesti. Kuluttajat löytävät omaan elämäntilanteeseen ja budjettiin sopivat kalat ja kalatuotteet. Nuorten ja lapsiperheiden suhde kalaan vahvistuu.	Kala näyttäytyy arjessa saavutettavana ja houkuttelevana vaihtoehtona eri budjeteille. Kalan käytön kynnyks madaltuu ja saadaan uusia, pysyviä arkisia käyttötapoja erityisesti nuorten kuluttajien keskuudessa. Kala tunnustetaan keskeisenä osana Suomen huoltovarmuutta ja ilmastotavoitteiden saavuttamista. Alan sisäinen viestinnällinen yhteistyö tiivistyy ja kalan arvoketjun toimijat viestivät johdonmukaisemmin yhteisistä tavoitteista. Kalan näkyvyys kuluttajille lisääntyy useissa kanavissa samanaikaisesti.	Jatkuvaa ja säännöllistä viestintää tiedotejakelun kautta. Perusviestintä rakentaa kestävä ja tietoon perustuva pohjaa kalan kulutuksen kasvulle ja alan hyväksyttävyydelle. Teemoitettu ja ennakkoiva viestintä: * 1-2 mediatiedotetta kuukaudessa * Kolme valtakunnallista teema- ja kampanjakokonaisuutta vuosittain * Kampanjakohtaiset alisivut ja viestintämateriaalit. Digipainotteisia kuluttajaviestintä-kokonaisuuksia (lyhytvideot, reseptit), jotka tavoittaa erityisesti nuoria kuluttajia ja lapsiperheitä. Kumppaniviestintä ja yhteiset kampanjat. Kala-alan yhteinen ääni näkyy ja kuuluu ilman resurssien merkittävää lisäystä. Kuluttajatutkimuksen tekeminen. Seafood Innovations -kilpailu nuoret ja viestintä teemalla (erillisrahoitus).	Osallistavat kampanjat ja haasteet (Kalakeittopäivä, Kalahaaste, Lähi-kala). Kuluttajien osallistaminen ja nuorempien kohderyhmien tavoittaminen. Päivitetty ymmärrys kuluttajien asenteista ja valinnoista. Kumppaniviestintä ja yhteiset kampanjat. Kumppanien kanavien kautta laajeneva näkyvyys.

Työpakettin pitkän aikavälin tavoitteena on, että suomalaiset syövät kalaa ravitsemussuosituksen mukaisesti ja että kotimainen kala on vahva osa suomalaista ruokajärjestelmää. Samalla pyritään vahvistamaan erityisesti nuorten ja lapsiperheiden suhdetta kalaan sekä lisäämään ymmärrystä kotimaisen kalan vastuullisuudesta ja merkityksestä osana kestävä ruokajärjestelmää.

Työpakettin tavoitteena on myös muuttaa kuluttajien roolia viestinnän passiivisista vastaanottajista aktiivisiksi osallistujiksi. Haluamme saada kuluttajat, erityisesti nuoret, osallistumaan sisällöntuotantoon, kampanjoihin ja keskusteluun, mikä vahvistaa kalan näkyvyyttä ja arkipäiväisyyttä.

Tavoitteiden saavuttamiseksi työpaketissa toteutetaan monikanavaista ja osallistavaa viestintää. Viestinnässä painotetaan ennakkuulojen purkamista, kalan käytön helppoutta sekä arjen

ruoanlaittoon sopivia ratkaisuja. Toimenpiteisiin kuuluu muun muassa teemoitettu ja ennakoi-va mediaviestintä, valtakunnalliset kampanjat ja osallistavat haasteet sekä digitaaliset kuluttajaviestinnän kokonaisuudet, kuten lyhyet videot, reseptisisällöt ja muut helposti hyödynnettävät materiaalit. Kumppaniviestintää ja yhteisiä kampanjoita vahvistamalla kala-alan yhteinen ääni saadaan näkymään ja kuuluumaan nykyresurssein entistä laajemmin kuluttajien arjen kanavis-sa.

Työpaketin osana toteutetaan vähintään yksi kuluttajatutkimus, jonka tavoitteena on tuottaa ajantasaista tietoa kuluttajien kalan käyttöön, asenteisiin ja valintoihin liittyvistä tekijöistä. Ku-luttajien asenteita ja niiden muutoksia seurataan tuottamalla aiempiin tutkimuksiin vertailukel-poista tietoa sekä ottamalla mukaan uusia kysymyksiä, jotka liittyvät ajankohtaisiin ilmiöihin ja toimialan tiedontarpeisiin.

Luonnonvarakeskuksen tuottama toimialatieto ja markkinaseuranta täydentävät kuluttajatut-kimuksia ja tarjoavat tärkeän välineen alan kehityksen ja trendien seuraamiseen sekä ohjelman vaikuttavuuden arviointiin. Tutkimustulosten pohjalta ohjelman sisältöä voidaan tarvittaessa tarkentaa ja kohdentaa tehokkaammin.

On kuitenkin tunnistettava, että erityisesti vaikuttajayhteistyöt sekä ostettu näkyvyys edellyttävät merkittäviä panostuksia, joita ei ole mahdollista kattaa tämän ohjelman puitteissa. Tällaisen vaikuttavuuden lisääminen voidaan toteuttaa erillisrahoituksella.

Nuoret tavoittavat parhaiten nuoret. Pro Kalan aiemmin toteuttama Seafood Innovations -kilpailu, jossa nuoret suunnittelivat mediakampanjoita nuorille, osoittautui tehokkaak-si keinoksi saada kalan viesti kuuluviin myös nuorimmissa kuluttajaryhmissä.

Viestintä ja siihen liittyvät toimenpiteet ovat tarkemmin avattu luvussa 6. Viestintä.

5.1.1. Kalakasvattajaliitto partnerina

Työpaketin toteutukseen osallistuu Suomen Kalankasvattajaliitto ry, joka vastaa omasta osuu-destaan kuluttajaviestinnässä (hankesuunnitelma, liite 1). Kirjolohi on suomalaisten eniten ku-luttama kalalaji, ja kasvatettu kala on keskeinen osa kotimaisen kalan saatavuutta ja kulutuksen kasvattamista. Kalankasvatukseen liittyy kuitenkin edelleen vanhentuneita käsityksiä. Työpake-tissa pyritään vastaamaan näihin lisäämällä ajantasaista, tutkittuun tietoon perustuvaa viestin-tää ja vahvistamalla kuluttajien ymmärrystä kotimaisen kalankasvatuksen vastuullisuudesta ja merkityksestä osana kestävästä ruokajärjestelmästä.

5.2. TYÖPAKETTI 2: Ammattikeittiöiden kalatarjonnan lisääminen

Työpakettin tavoitteena on lisätä kotimaisen kalan käyttöä ammattikeittiöissä ja julkisissa ruokapalveluissa sekä vahvistaa kalan asemaa osana ammattikeittiöiden arjen ruokalistasuunnittelua. Työpakettin lähtökohtana on ajatus, että kala ei ole ammattikeittiöissä poikkeus tai erityisratkaisu, vaan toimiva ja kilpailukykyinen perusvalinta osana monipuolista ruokatarjontaa.

Ammattikeittiöiden kalatarjonta on keskeinen teema myös Blue Products -innovaatio-ohjelmassa, ja työpakettin toimenpiteitä suunnitellaan ja toteutetaan yhteistyössä ohjelman sekä muiden alan toimijoiden kanssa. Työssä hyödynnetään aikaisemmin tuotettua materiaalia ja jalkauteen ensimmäisessä vaiheessa tuotetut reseptit ja kalatuotekatalogia.

Vaikuttavuustavoitteet - Mitä halutaan saavuttaa	Tavoitellut muutokset (polkuriippuvuus)	Panostus Toimenpide/työpaketti	Tuotokset ja tulokset
Kala ei ole poikkeus, vaan toimiva perusvalinta Ammattikeittiöt säilyttävät ja lisäävät kalan käyttöä muuttuneessa kustannus- ja toimintaympäristössä. Kotimainen kala saadaan paremmin mukaan ammattikeittiöihin. Tarjonta ja kysyntä kohtaavat, ja kala nähdään keskeisenä osana Suomen huoltovarmuutta ja ilmastotavoitteiden saavuttamista.	Päätöksenteko kalan käytöstä ammattikeittiöissä helpottuu. Kotimainen kala on helposti käytettävä tuote ammattikeittiöiden arjessa. Kala sopii keittiöiden rakenteisiin, reseptiikkaan ja digitaalisiin hankinta- ja ohjausjärjestelmiin. Osaaminen ja reseptiikka ja siirtyvät kehittämisestä ja tutkimuksesta käytännön arkeen. Alan toimijoiden yhteinen ymmärrys ammattikeittiöiden todellisuudesta vahvistuu.	Ammattikeittiöymmärryksen vahvistaminen: tehdään näkyväksi ammattikeittiöiden arki, päätöksenteko ja digitaaliset järjestelmät. Kootaan ja viestitään, millaiset tuotteet ja ratkaisut aidosti toimivat eri tyyppisissä ammattikeittiöissä. Jalkautetaan ammattikeittiöille sopivaa reseptiikkaa ja käyttöideoita. Osallistuminen Ateria tms, messuihin. Tuetaan viestinnällisesti kotimaisten kalatuotteiden näkyvyyttä tukussa, ruokapalveluissa ja hankintaprosesseissa. Osallistuminen Ruokakasvatusviikkoon ja yhteistyön vahvistaminen mm. Terveystietä ohjelma, Hiilineutraali Suomi yms. hankkeiden kanssa. Seafood chef-kilpailu ammattikeittiöteemalla (erillisrahoitus).	Reseptit, käyttöohjeet, koulutuksia. Hankinta- ja yhteistyömallit. Tuotekatalogit ja viestintämateriaali. Yhteistyö erityisesti Blue Products ohjelman kanssa.

Koska ammattikeittiöt ovat keskeisessä roolissa suomalaisten ruokailussa, niillä on merkittävä vaikutus myös kalan kokonaiskulutukseen. Viime vuosina kalatuotteiden hintojen nousu sekä yleinen kustannustason kasvu ovat kuitenkin johtaneet siihen, että monissa ammattikeittiöissä kalatarjontaa on vähennetty tai se on jäänyt kokonaan pois ruokalistoilta. Keittiöt toimivat tiukkojen kustannus-, työvoima- ja tuotantojärjestelmien puitteissa, mikä asettaa omat reunaehdot uusien raaka-aineiden ja reseptiikan käyttöönotolle.

Työpaketin keskeisenä lähtökohtana on ammattikeittiöiden toimintaympäristön ja arjen parempi ymmärtäminen. Keittiöiden päätöksenteko, hankintaprosessit sekä digitaaliset ohjaus- ja reseptijärjestelmät vaikuttavat merkittävästi siihen, millaisia raaka-aineita ja ruokalajeja voidaan käytännössä ottaa käyttöön. Tavoitteena on vahvistaa ymmärrystä ammattikeittiöiden toimintaympäristöstä, päätöksenteosta ja digitaalisista rakenteista, jotta kotimaiset kalatuotteet, reseptiikka ja viestintä vastaavat keittiöiden todellisia tarpeita.

Työpaketissa jalkautetaan ammattikeittiöiden käyttöön soveltuvaa reseptiikkaa ja käytännön käyttöideoita kotimaisesta kalasta. Ammattikeittiöissä kalatarjonnan lisäämisen yhdeksi haasteeksi on tunnistettu suurkeittiöihin mitoitettujen ja vakioitujen kalaruokareseptien puute. Tavoitteena on, että kehitetty reseptiikka ja muut käytännön ratkaisut voidaan ottaa käyttöön mahdollisimman helposti osana ammattikeittiöiden normaalia toimintaa.

Työpaketissa lisätään kotimaisen kalan näkyvyyttä ammattikeittiöitä palvelevissa kanavissa ja verkostoissa. Viestinnässä painotetaan käytännöllisyyttä, helppoutta ja toimivuutta ammattikeittiöiden näkökulmasta. Tavoitteena on lisätä julkisista hankinnoista vastaavien toimijoiden ja päättäjien ymmärrystä kalasta elintarvikkeena ja osana kestävästä ruokajärjestelmästä. Työpaketin toimenpiteisiin kuuluu osallistuminen esimerkiksi ATERIA-tapahtumaan sekä viestintä alan ammattilehdistössä ja muissa ruokapalvelualan viestintäkanavissa. Näiden kautta voidaan tavoittaa laajasti ammattikeittiöiden, ruokapalveluiden ja hankintatoimijoiden verkostoja sekä lisätä kotimaisen kalan ja suomalaisten kalatuotteiden näkyvyyttä alan keskustelussa.

Työpaketissa halutaan vahvistaa yhteistyötä elintarvikealaa koskevien ohjelmien ja hankkeiden kanssa. Yhteistyö esimerkiksi Ruokakasvatusviikon, Terveystieteen ohjelman ja Hiilineutraali Suomi -hankkeen kanssa on tunnistettu tärkeäksi, jotta kotimaisen kalan käyttöä voidaan edistää osana laajempaa kestävästä ruokajärjestelmän kehittämistä.

On tunnistettu mahdollisuus erillisrahoituksella toteuttaa Seafood chef -kilpailu ammattikeittiöteemalla.

5.3. TYÖPAKETTI 3: Kalatuotteiden laadun parantaminen

Työpaketin tavoitteena on vahvistaa kala-alan laatu- ja osaamispohjaa sekä varmistaa, että aiemmin tuotettu osaaminen, materiaalit ja koulutusmallit siirtyvät pysyväksi osaksi koulutusta ja käytännön toimintaa. Työpaketin lähtökohtana on ajatus, että laatu ei ole erillinen lisä tai erityisvaatimus, vaan luonnollinen osa toimintaa ja siten myös kalan tai kalatuotteen laatua.

Vaikuttavuustavoitteet - Mitä halutaan saavuttaa	Tavoitellut muutokset (polkuriippuvuus)	Panostus Toimenpide/työpaketti	Tuotokset ja tulokset
Laatu ei ole lisä, se on osa kokonaisuutta Laatu ja osaaminen siirtyvät ohjeista ja koulutuksista pysyväksi osaksi arkea, niin että kalaosaamisen säilyy ja vahvistuu. Laatu tukee kotimaisen kalan käytettävyyttä, valintaa ja luottamusta. Kalasaaminen monistuu koulutuksen kautta tuleville ammattilaisille ja kuluttajille.	Laatu nähdään osana toimivuutta ja helppoutta, ei erillisenä vaatimuksena. Osaaminen siirtyy yksittäisistä koulutuksista pysyviksi koulutus- ja opetuskäytännöiksi. Kouluttajat ja oppilaitokset toimivat osaamisen välittäjinä eteenpäin. Yhteys koulutuksen, alan käytäntöjen ja viestinnän välillä vahvistuu.	Aiemmin tuotettujen materiaalien (Kalaosaajan käsikirja, Hyvän käytännön ohjeet kalastukselle, kalankasvatukselle ja jalostukselle) jatkokäyttö ja kehittäminen. Koulutusten ja koulutuskonseptien jatkaminen ja kohdentaminen kouluttajille, muun muassa etäkoulutusosio ja livekoulutuskonseptin kehittäminen. Erityinen panostus tavoittaa nuoria kotitalousopettajien kouluttamisella. Yhteistyö toisen asteen koulutuksen ja korkeakoulujen kanssa (esim. Turun AMK, kalaverkko-projekti). Laadun ja vastuullisuuden kytkeminen osaksi arkea tukevaa viestintää ja osaamisen jalkauttamista.	Koulutukset ja työpajat sekä koulutettujen kouluttajien määrä. Ohjelmassa tuotetun materiaalin käyttö osana alan opetusta ja koulutusta. Yhteistyöt oppilaitosten ja alan toimijoiden kanssa. Lisääntynyt ja pysyvämpi laatu- ja kalaosaaminen koulutuksessa ja käytännön toiminnassa. Viestintäsisällöt, joissa laatu näkyy osana toimivuutta ja käytettävyyttä.

Ensimmäisessä vaiheessa työpaketti rakensi vahvan perustan kalatuotteiden laatu- ja osaamistyölle tuottamalla koulutuksia, koulutuskonsepteja sekä pysyviä materiaaleja, kuten Kalaosaajan käsikirjan ja hyvän käytännön ohjeita pienimuotoiselle jalostukselle ja kalankasvatuksen hyvät toimintatavat. Työ osoitti, että kiinnostus ja tarve kalaosaamiselle on suuri ja että käytännönläheinen koulutus on vaikuttava tapa vahvistaa alan osaamista.

Jatkohankkeessa painopiste siirtyy uuden osaamisen tuottamisesta sen monistamiseen, jalkauttamiseen ja pitkäjänteiseen hyödyntämiseen. Tavoitteena on varmistaa, että aiemmin tuotetut materiaalit ja koulutussisällöt siirtyvät pysyväksi osaksi koulutusta, opetusta ja alan käytäntöjä. Samalla vahvistetaan yhteyttä koulutuksen, ammattikeittiöiden, markkinoinnin ja alan viestinnän välillä, jotta laatu ja osaaminen näkyvät käytännön toimintana koko arvoketjussa.

Keskeinen osa työpakettia on kouluttajien ja avainosaajien kautta tapahtuva osaamisen monistaminen. Työpaketissa vahvistetaan yhteistyötä koulutussektorin kanssa siten, että kouluttajat toimivat osaamisen välittäjinä eteenpäin. Huomiota kiinnitetään esimerkiksi kotitalousopettajiin, joiden rooli tulevien sukupolvien ruokasuhteen ja kalaosaamisen rakentajina on keskeinen. Kotitalousopettajien kanssa tehtävä yhteistyö kytkeytyy työpakettiin 2.

Työpaketissa vahvistetaan myös yhteyttä kala-alan ammatilliseen koulutukseen ja korkeakoulutukseen. Yhteistyötä tehdään esimerkiksi Turun ammattikorkeakoulun elintarvikealan koulutuksen kanssa (Kalaverkko).

Työpaketissa aiemmin tuotettu osaaminen ja materiaalit kytketään aiempaa vahvemmin myös markkinointiin ja viestintään. Tavoitteena on, että laatu ja vastuullisuus näyttäytyvät osana käytettävyyttä, toimivuutta ja helppoutta niin kuluttajaviestinnässä kuin alan sisäisessä viestinnässä. Näin laatu ja osaaminen eivät jää alan sisäiseksi kehittämiseksi, vaan näkyvät pitkällä aikavälillä myös lisääntyvänä kalan käyttönä.

5.3.1. Laurea-ammattikorkeakoulu partnerina

Työpakettin toteutukseen osallistuu partnerina Laurea-ammattikorkeakoulu (hankesuunnitelma, liite 2), joka jatkaa ensimmäisessä vaiheessa käynnistettyä koulutustyötä erityisesti kaupan ja HoReCa-sektorin osaamisen vahvistamiseksi.

Kaupan alalla on tapahtunut sukupolvenvaihdos, ja uusilla kauppiailta, sisäänostajilta sekä kalatiskien työntekijöillä kalan käsittelyyn, myyntiin ja vastuullisuusviestintään liittyvä osaaminen vaihtelee. Koulutuksella pyritään vastaamaan tähän osaamistarpeeseen ja tukemaan kotimaisen kalan menekkiä sekä kuluttajien asiakaskokemusta. Koulutuksessa huomioidaan myös jäljitettävyyden merkitys sekä vastuullisuuteen liittyvä kuluttajaviestintä.

Laurean koulutuskokonaisuus tukee työpakettin tavoitetta vahvistaa kala-alan osaamista ja tuoda laatu, käsittelyosaaminen ja vastuullisuus osaksi arjen toimintaa koko arvoketjussa. Samalla se täydentää hankkeen muita koulutus- ja osaamistoimenpiteitä sekä kytkeytyy työpakettin tavoitteeseen monistaa osaamista kouluttajien ja alan avaintoimijoiden kautta.

5.3.2. Kotitalousopettajien liitto partnerina

Kehittämisohjelmassa on tunnistettu tarve vahvistaa kalan käsittelyn ja käytön opetusta kotitalousopetuksessa. Kotitaloustunnit tarjoavat ainutlaatuisen mahdollisuuden tavoittaa kaikki Suomen yläkoululaiset. Yhteistyö Kotitalousopettajien liiton kanssa on aloitettu syksyllä 2025. Kouluttamalla ja vahvistamalla kotitalousopettajien kalaosaamista voidaan pidemmällä aikavälillä vahvistaa nuorten osaamista kalan käsittelyssä ja käytössä ja edistää kalan kulutusta. Kotitalousopettajien liitto ry liittyy kehittämisohjelmaan uutena partnerina (hankesuunnitelma, liite 3).

5.4. TYÖPAKETTI 4: Innovatiivisia ratkaisuja verkostoitumalla

Työpaketin tavoitteena on vahvistaa kala-alan yhteistä suuntaa, yhteistyötä ja näkyvyyttä siten, että alan kehittämistyö näyttäytyy sekä sisäisesti että ulospäin selkeänä, koordinoituna ja kiinnostavana kokonaisuutena. Työpaketin lähtökohtana on ajatus, että olemassa olevien foorumien, verkostojen ja viestintäkanavien vaikuttavuutta voidaan lisätä selkeyttämällä niiden rooleja, koordinaatiota ja keskinäistä työnjakoa.

Vaikuttavuustavoitteet - Mitä halutaan saavuttaa	Tavoitellut muutokset (polkuriippuvuus)	Panostus Toimenpide/työpaketti	Tuotokset ja tulokset
Kala-alalla on vahva yhteinen tahtotila ja tulevaisuudensuunta Kala-alan kehittämistyö on helposti hahmotettava, koordinoitu ja vaikuttava kokonaisuus. Olemassa olevien foorumien ja verkostojen vaikuttavuus vahvistuu. Kala-ala näyttäytyy sekä sisäisesti että ulospäin avoimena, aktiivisena ja kiinnostavana kehittämiskenttänä.	Verkostoituminen ei ole hajanainen, vaan tukee yhteistä suuntaa ja kehittämistyötä. Alan toimijoiden on helpompi seurata, mihin osallistua ja mistä saada ajankohtaista tietoa. Alan ulkopuolisten tahojen on helpompi lähestyä kala-alaa ja osallistua kehittämiseen. Kala-alan on valmistautunut seuraavaan EU-rahoituskauteen.	Kalatalouden Innovaatiopäivien roolin vahvistaminen kala-alan keskeisenä kokoavana foorumina ja kehittämisen näyteikkunana, myös kansainvälisesti. Olemassa olevien verkostojen, foorumien ja tapahtumien roolien kirkastaminen ja keskinäisen työnjaon selkeyttäminen. Nykyisten viestintäkanavien kehittäminen selkeämmiksi ja kohderyhmäkohtaisemmiksi. Kala-alan yhteisen ulkoisen viestinnän tukeminen hyödyntämällä tapahtumia ja verkostoja yhteisen tarinan kertomisessa. Kala-alan valmistautuminen seuraavaan EU-rahoituskauteen kokoamalla yhteisiä näkemyksiä ja prioriteetteja.	Toteutettujen verkostoitumistilaisuuksien (innovaatiopäivät, kalafoorumit), tapahtumien määrä sekä osallistujamäärät. Osallistujapalautteet tapahtumien ja verkostojen koetusta hyödyllisyydestä. Yhteisten viestintäkäytäntöjen ja yhteistyömallien vahvistuminen. Viestintäsisältöjen tavoittavuus ja koettu selkeys. Valmius hyödyntää EU-rahoitusta ja kansainvälisiä ohjelmia.

Väliraportin keskeinen havainto oli, että verkostoituminen ja yhteiset foorumit ovat kala-alalle erittäin arvokkaita. Kalatalouden Innovaatiopäivät on koettu erityisen onnistuneiksi, koska ne kokoavat yhteen laajasti koko alan: yritykset, tutkimuksen, järjestöt, hallinnon sekä muut keskeiset sidosryhmät. Tällaiselle avoimelle ja kokoavalle kohtaamispaikalle on selkeä ja pysyvä tarve, ja tapahtuma toimii tärkeänä alan kehittämisen näyteikkunana. Samalla on tunnistettu tarve kehittää tapahtuman sisältöä edelleen siten, että se suuntaa entistä vahvemmin katsetta tulevaisuuteen ja tuo mukaan myös kansainvälisiä näkökulmia ja inspiraatiota.

Arvioinnissa tunnistettiin myös kala-alan kehittämiskentän hajanaisuus. Alalla toimii useita verkostoja, foorumeita, parlamentteja ja viestintäkanavia, mikä tekee kokonaisuudesta vaikeasti hahmotettavan sekä alan sisällä että erityisesti alan ulkopuolella. Vaikka käytössä on esimerkiksi uutiskirjeitä ja muita viestintäkanavia, viestintä koetaan usein sirpaleiseksi, eikä tavoitettavuus ole aina riittävä.

Keskeinen oppi on, että pelkkä verkostoituminen ei riitä, vaan sitä tulee tukea selkeämmällä, kevyemmällä ja kohdennetummalla viestinnällä. Jatkohankkeessa linjauksena on vahvistaa ja selkeyttää sekä alan sisäistä että ulkoista viestintää siten, että alan toimijoiden on helpompi seurata, mitä kehittämistyössä tapahtuu, missä ja miksi. Samalla pyritään vähentämään päällekkäisyyksiä ja viestinnällistä kuormitusta.

Työpaketissa ei perusteta uusia foorumeita, vaan keskitytään olemassa olevien vahvistamiseen ja niiden roolien kirkastamiseen. Erityistä huomiota kiinnitetään Kalatalouden Innovaatiopäivien kehittämiseen kala-alan keskeisenä kokoavana tapahtumana sekä alan kehittämistyön näkyvänä kohtaamispaikkana. Tavoitteena on varmistaa, että tapahtuma toimii myös jatkossa paikkana, jossa alan toimijat voivat jakaa tietoa, rakentaa yhteistyötä ja keskustella alan tulevaisuuden suunnasta.

Tavoitteena on vahvistaa alan yhteistä ulkoista viestintää siten, että kala-ala näyttäytyy avoimena, aktiivisena ja tulevaisuuteen suuntautuvana kehittämiskenttänä. Tapahtumia, verkostoja ja yhteisiä viestintäkanavia hyödynnetään alan yhteisen tarinan kertomisessa sekä kiinnostuksen herättämisessä myös alan ulkopuolella.

Työpaketin kautta vahvistetaan myös alan yhteistä valmistautumista seuraavaan EU-rahoituskauteen. Alan toimijoita kootaan yhteen keskustelemaan yhteisistä näkemyksistä, tavoitteista ja prioriteeteista, jotta kala-alan kehittämistyö voi tulevaisuudessa perustua entistä selkeämpään yhteiseen suuntaan.

Työpaketin tuloksena kala-alan verkostot, foorumit ja viestintä näyttäytyvät aiempaa selkeämpänä kokonaisuutena. Alan toimijoiden on helpompi hahmottaa kehittämiskenttää, löytää relevantteja yhteistyömahdollisuuksia ja seurata alan ajankohtaisia teemoja. Samalla alan ulkopuolisille toimijoille muodostuu kuva avoimesta, aktiivisesta ja yhteistyöhön perustuvasta kehittämiskentästä.

Laadukkaiden Innovaatiopäivien järjestäminen edellyttää merkittäviä taloudellisia panostuksia. Ohjelmassa on varauduttu kahden Innovaatiopäivän toteuttamiseen. Vuonna 2027 on tarkoitus järjestää kansainvälisemmät Innovaatiopäivät osana valmistautumista tulevaan EU:n rahoituskauteen.

Vuoden 2028 Innovaatiopäiviä ei ole sisällytetty budjettiin, vaan siihen palataan myöhemmin, kun seuraavan rahoituskauden käynnistymisestä ja nykyisten innovaatio-ohjelmien päättämisen kokonaisuudesta on selkeämpi näkemys.

5.5. TYÖPAKETTI 5: Kansainvälistymisen ja viennin edistäminen

Työpakettin tavoitteena on vahvistaa suomalaisen kalan asemaa osana Suomen elintarvikevientiä sekä tukea kala-alan yritysten kansainvälistymistä pitkäjänteisesti ja rakenteellisesti. Työpakettin lähtökohtana on ajatus, että kala-alaa ei tule tarkastella erillisenä sektorina, vaan osana Suomen laajempaa ruokajärjestelmää, elintarvikevientiä ja biotaloutta.

Vaikuttavuustavoitteet - Mitä halutaan saavuttaa	Tavoitellut muutokset (polkuriippuvuus)	Panostus Toimenpide/työpaketti	Tuotokset ja tulokset
Suomalainen kala ja suomalaiset kalatuotteet osana Suomen ruokavientiä Suomalaisen kalan ja kalatuotteiden vienti kasvaa Suomen elintarvikeviennin tavoitteiden osana ja mukana. Suomi on näkyvä ja uskottava kala- ja kalatuotteiden viejämä.	Kala-ala siirtyy koordinoitumpaan ja strategisempaan kansainvälistymiseen. Vienninedistäjillä on tarvittavaa tuntemusta kala-alasta ja sen ominaispiirteistä. Kala-alan toimijat hyödynävät samoja rakenteita ja tukipalveluita kuin muu elintarvikesektori. Yritysten tietoisuus ja valmiudet EU-tason rahoitukseen ja ohjelmiin vahvistuvat. Kala-alan kansainvälinen kehittäminen kytkeytyy tiiviimmin muuhun elintarvike- ja biotalouskehitykseen. Rakennetaan kansainvälinen messutoiminta (esim. Seafood Expo Global) osaksi laajempaa elintarvikeviennin kokonaisuutta ja messut toteutetaan erillisrahoituksella ja/tai osanaMMM:n koordinoimaa messuohjelmaa.	Kytetään kala-alan vientiä koskeva kehittämistyö tiiviimin Suomen ruokastrategian ja elintarvikeviennin tavoitteisiin ja rakenteisiin. Toteutetaan benchmarking- tai fact finding –opintomatkoja. Seurataan ja välitetään tietoa elintarvikeviennin rahoitus- ja tukimahdollisuuksista kala-alan yrityksille.	Vienninedistäjien kala-alan tuntemuksen kasvattaminen. Yhteiset linjaukset messu- ja vientitoiminnan toteuttamisesta. Toteutettu klusteriselvitys tai benchmarking-/fact finding -matka ja siitä saadut hyödyt ja jatkokehitysideat. Parantuneet valmiudet hyödyntää EU-rahoitusta ja kansainvälistä ohjelmia. Vahvistuneet yhteistyömallit kala-alan ja muun elintarvikesektorin välillä.

Arvioinnissa tunnistettiin, että kansainväliset messut, yhteisosastot ja benchmarking-matkat ovat konkreettisia ja yrityksille hyödyllisiä tapoja edistää kala-alan vientiä ja kansainvälistymistä. Esimerkiksi osallistuminen Seafood Expo Global -messuihin on tarjonnut yrityksille näkyvyyttä, mahdollisuuden ylläpitää asiakassuhteita sekä luoda uusia kontakteja kansainvälisille markkinoille. Messuosallistumisen on nähty olevan yrityksille tärkeää, ja sen toivotaan jatkuvan myös tulevaisuudessa.

Samalla on kuitenkin tunnistettu, että yksittäisten hankkeiden varaan rakentuva messuosallistuminen ei ole pitkällä aikavälillä kestävä toimintamalli. Seafood Expo Global -messut ovat olleet ohjelmalle kustannuksiltaan merkittävä panostus, minkä vuoksi jatkohankkeessa linjauksena on, että messuosallistuminen edellyttää erillisrahoitusta tai kytkentää maa- ja metsätalousministeriön koordinoimaan messuohjelmaan. Tavoitteena on varmistaa ennakoitava ja pitkäjänteinen osallistuminen ilman, että yksittäinen hanke tai yritykset kantavat kohtuuttoman suurta taloudellista riskiä.

Kala-ala ei voi toimia irrallisena muusta elintarvikeviennistä, vaan sen tulee kytkeytyä vahvemmin valtion tukemaan vientitoimintaan, elintarvikesektorin yhteisiin rakenteisiin sekä Suomen ruokastrategian tavoitteisiin.

Työpaketin keskeisenä tavoitteena on vahvistaa kala-alan asemaa osana kansallisia ja EU-tason elintarvikeviennin rakenteita. Kala-alan toimijoita tuetaan hyödyntämään samoja kansainvälistymisen tukipalveluja, rahoitusinstrumentteja ja yhteistyörakenteita kuin muu elintarvikesektori. Samalla vahvistetaan vienninedistäjien ja muiden julkisten toimijoiden ymmärrystä kala-alasta ja sen erityispiirteistä.

Työpaketissa kiinnitetään huomiota myös kansainväliseen oppimiseen ja vertailuun. Benchmarking- ja fact finding -matkojen avulla tarkastellaan muiden maiden toimintamalleja ja kehittämisrakenteita sekä etsitään ratkaisuja, joita voidaan soveltaa suomalaisen kala-alan kehittämisessä. Yhtenä tarkastelukohteena on esimerkiksi ocean cluster -tyyppinen toimintamalli, joka voi tarjota näkökulmia kala-alan vahvempaan integroitumiseen osaksi laajempaa biotalous- ja innovaatiokokonaisuutta. Tanskan Hirtshalsissa toimii Tanskan Ocean Cluster, ja vierailu olisi yhteensovittavissa Nordic Seafood Summitin kanssa. Nordic Seafood Summit voi puolestaan toimia inspiraation lähteenä, mikäli innovaatiopäiviä halutaan kehittää kansainvälisempään suuntaan.

Myös tässä työpaketissa on tunnistettu tarve vahvistaa alan sisäistä valmistautumista seuraavaan rahoituskauteen. Alan toimijoita kootaan yhteen keskustelemaan yhteisistä näkemyksistä, tavoitteista ja prioriteeteista, jotta kala-alan kansainvälinen kehittäminen voi jatkossa perustua entistä selkeämpään yhteiseen strategiseen suuntaan.

6. VIESTINTÄ

6.1. Viestinnän lähtökohdat

Pro Kalan ja kehittämisohjelman viestinnän tehtävänä on lisätä kalan käyttöä ja kiinnostavuutta kuluttajien keskuudessa, tukea kotimaisen kalan arvoketjua sekä vahvistaa kalan modernia ja monipuolista mielikuvaa. Viestinnällä tuetaan EMKVR-ohjelman ja Kotimaisen kalan edistämishjelman tavoitteita sekä ohjelman muita toimenpiteitä, kuten ammattikeittiöitä, laatutyötä, innovaatiotoimintaa ja kansainvälistymistä.

Muuttuneessa mediaympäristössä viestintää kehitetään monikanavaisemmaksi ja osallistavammaksi, kuitenkin luopumatta ansaitusta mediasta.

6.2. Viestinnän kohderyhmät ja painopisteet

Ensisijaiset kohderyhmät:

- kuluttajat, erityisesti nuoret, nuoret aikuiset ja lapsiperheet
- media
- ammattikeittiöt ja HoReCa-toimijat
- kala-alan toimijat ja sidosryhmät

Toissijaiset kohderyhmät:

- päättäjät ja rahoittajat
- Visit Finland ja ruokamatkailutoimijat
- järjestöt ja oppilaitokset

Viestinnän keskeiset painopisteet ovat:

- kalan käytön monipuolistaminen
- nuorempien kohderyhmien tavoittaminen helppouden, hinnan ja käytännöllisyyden näkökulmista
- kumppanien ja verkostojen aktiivinen osallistaminen viestintään
- teemoitettu ja ennakoiva viestintä, joka tukee ohjelman tavoitteita

6.3. Viestintäkanavat ja keinot

Ansaittu media:

- 1–2 teemoitettua mediatiedotetta kuukaudessa
- ennakoidut ja tutkimus- tai ilmiölähtöiset viestikulmat
- kumppaneiden ja tapahtumien kautta laajeneva näkyvyys

Omat kanavat:

- Pro Kalan verkkosivut ja kampanjakohtaiset alisivut
- sosiaalinen media (Facebook, Instagram, LinkedIn)
- uutiskirjeet (verkostolle) ja sidosryhmäviestintä

Uudet viestintäformaattit:

- toistuvat some- ja videosarjat
- osallistavat kampanjat ja haasteet
- kumppanien ja yleisön tuottama sisältö
- tapahtumat

6.4. Vuosittaiset päätapahtumat ja teemat

Helmikuu: Kalakeittopäivä, 10-vuotisjuhlavuosi 2026

Kalakeittopäivää kehitetään ja kalakeitosta viestitään suomalaisena ruokakulttuurin klassikkona ja se kytketään osaksi ruokamatkailua. Teema liitetään Visit Finlandin Suomi-ruokateemaan. Viestinnässä aktivoidaan ravintoloita, työpaikkaruokaloita ja kotikeittiöitä. Kalakeittopäivälle luodaan osallistavia elementtejä, kuten tapahtumakartta ja yhteinen viestintäteema. Viestintä toteutetaan sekä omissa kanavissa että mediassa.

Toukokuu: Kalahaaste

Kalahaasteessa keskitytään kalan tuomiseen osaksi arkea ja erilaisia ruokailutilanteita. Haaste tarjoaa kuluttajille mahdollisuuden lisätä kalan käyttöä valitsemallaan aikajaksolla. Kampanjaan luodaan oma alisivu, joka sisältää reseptejä, vinkkejä ja taustatietoa. Viestinnässä hyödynnetään yhteistyötä järjestöjen ja kala-alan toimijoiden kanssa, ja erityinen painotus kohdistuu nuoriin ja opiskelijoihin. Toukokuu on jo aikasemmin brändätty Kalakuukaudeksi, koska silloin luonnonkalan saatavuus on parhaimmillaan ja monipuolisimmillaan.

Syyskuu: Lähiruokapäivä ja lähikala

Lähiruokapäivän yhteydessä tuodaan esiin lähikalan merkitystä osana suomalaista ruokakulttuuria. Viestinnässä nostetaan esiin kalastajia ja kalankasvattajia sekä tarjotaan tapahtumajärjestäjille valmiita kalateemaisia sisältöjä ja konsepteja. Lähiruokapäivää edeltää teemoitettu lähikalaviikko.

6.5. Kumppanuudet ja verkostot

Innovaatio-ohjelmien roolina on viestiä avoimesti ja säännöllisesti ohjelmien puitteissa tapahtuvasta kehittämistyöstä sekä nostaa aktiivisesti alan yhteiseen keskusteluun uusia avauksia, näkökulmia ja tulevaisuuden suuntia.

Kansallinen Kalatalousverkosto on keskeinen yhteistyöpartneri viestinnässä ja meri- ja kalatalous.fi innovaatio-ohjelmien yhteinen verkkoalusta. Kalan markkinoinnin ja laadun kehittämisohjelma osallistuu innovaatio-ohjelmien yhteiseen viestintään, viestinnän suunnitteluun. Yhteistä uutiskirjettä jatketaan.

6.6. Viestintämateriaalit

Hankkeen viestintämateriaalit tuotetaan pääosin digitaalisessa muodossa, jotta ne ovat helposti saavutettavissa, päivitettävissä ja laajasti hyödynnettävissä eri kohderyhmille. Digitaaliset materiaalit tukevat erityisesti sosiaalisen median, verkkoviestinnän ja muiden digitaalisten kanavien kautta tapahtuvaa viestintää.

Samalla on tunnistettu, että tietyissä tilanteissa on edelleen tarvetta myös painetuille materiaaleille esimerkiksi tapahtumien, koulutusten ja sidosryhmätilaisuuksien yhteydessä. Näitä tuotetaan harkiten ja käytettävissä olevien resurssien puitteissa osana ohjelman kokonaisbudjettia. Sosiaalisen median sisältöjen lisäksi on tunnistettu tarve keskitetyille paikalle, josta hankkeen tuottamat materiaalit ovat helposti löydettävissä ja hyödynnettävissä myös pidemmällä aikavälillä. Tämän vuoksi viestinnässä panostetaan myös verkkosivuihin ja, joiden kautta materiaalit säilyvät saatavilla ja käytettävissä myös kehittämisohjelman päättymisen jälkeen.

7. VAIKUTTAVUUS

Ohjelman tavoite on kotimaisen kalan edistämishojelman mukaisesti saada suomalaiset syömään kalaa suositusten mukaisesti ja vienti kasvamaan Suomen muun ruokaviennin osana. Kalan markkinoinnin ja laadun kehittämishojelman tavoitteena on vaikuttaa ensisijaisesti kysyntään, osaamiseen ja alan yhteistyöhön sekä näiden kautta luoda edellytyksiä kotimaisen kalan kulutuksen ja viennin kasvulle.

Kulutuksen ja viennin kehitys riippuu kuitenkin myös paljon ohjelmasta riippumattomista tekijöistä, kuten hinnasta, saatavuudesta ja markkinatilanteesta. Ohjelman keskeinen rooli on vahvistaa kysyntää ja käyttöä niin koti- kuin ammattikeittiöissä, edistää kalatuotteiden laatutyötä sekä varmistaa, että kehittämistyössä syntyvä tieto, osaaminen ja ratkaisut siirtyvät käytäntöön.

Ohjelman etenemistä ja tuloksia seurataan kehittämishojelman ohjausryhmässä arviointitaulukoiden avulla. Kaikkien tavoitteiden osalta ei ole saatavilla riittävän kattavaa tai vertailukelpoista numeerista taustatietoa, jotta muutoksia voitaisiin luotettavasti mitata yksinomaan määrällisin mittarein. Siksi seuranta on tarkoituksenmukaisempaa tehdä kokonaisuutena, jossa keskeistä on muutosten suunta, käyttöönotto ja vaikutus alan käytäntöihin. Viestintätoimenpiteille on määritelty erilliset mittarit. Luonnonvarakeskuksen markkinaseuranta ja toimialakatsauksia hyödynnetään siinä missä mahdollista.

Työpaketti 1 – Kuluttajakysyntä

- Kalan kulutuksen muutokset: tavoitteena pysäyttää negatiivinen trendi ja saada kasvua kohti syöntisuosituksia.
- Seurataan kuluttajien asenteiden, käytön ja koetun helppouden muutosta kuluttajatutkimuksen kautta.
- Kampanjoiden tavoitettavuus ja osallistuminen

Työpaketti 2 – Ammattikeittiöt

- Kalareseptiikan ja ratkaisujen käyttöönotto
- Keittiöiden palaute ja esimerkitapaukset

Työpaketti 3 – Laatu ja osaaminen

- Koulutusmateriaalien käyttö opetuksessa ja työelämässä
- Koulutettujen toimijoiden määrä ja heidän kokemukset
- Laadun näkyminen viestinnässä

Työpaketti 4 – Verkostot ja yhteistyö

- Tapahtumiin osallistuvien määrä ja koettu hyödyllisyys
- Kala-alan valmistautuminen seuraavaan EU-rahoituskauteen

Työpaketti 5 – Vienti ja kansainvälistyminen

- Osallistuminen vientitoimenpiteisiin
- Yrityspalaute ja uudet kontaktit
- Viennin rakenteiden ja yhteistyön vahvistuminen

Viestinnälliset mittarit:

- Mediatiedotteiden avausprosentti on yli 30 %
- Pro Kalan sosiaalisen median tilit Facebookissa ja Instagramissa kasvaa yli 20 prosenttia.
- LinkedIn tavoite yli 1000 seuraaja
- Vedestä ruokapöytään videokirjaston katselukerrat vähintään 700 000

8. RAHOITUS JA BUDJETTI

Kalan markkinoinnin ja laadun kehittämisohjelman kokonaisbudjetiksi ajalle 2023–2028 on huhtikuussa 2023 avatussa hakumenettelyssä määritelty 1 600 000 euroa. Ohjelman ensimmäisen vaiheen (06/2023–06/2026) budjetti oli 1 000 000 euroa. Jatkokaudelle haetaan rahoitusta 700 000 euroa, mikä ylittää alkuperäisen käyttösuunnitelman 100 000 eurolla. Ylitys kohdistuu erityisesti työpaketteihin 4 (verkostot ja yhteistyö) ja 5 (kansainvälistyminen ja vienti).

Innovaatiopäivien ja Kalafoorumien laadukas toteuttaminen edellyttää merkittäviä panostuksia, mutta niiden vaikuttavuus kohdistuu laajasti koko toimialaan. Kansainvälistymisen näkökulmasta benchmarking- ja fact finding -matkat ovat keskeinen toimenpide. Yhteisesti toteutetut matkat ovat sekä vaikuttavampia että kustannustehokkaampia kuin yksittäiset toimet. Budjetissa on huomioitu myös tarve valmistella alaa tulevaa EU:n rahoituskautta varten.

Sitomattomia varoja on varattu 44 663 euroa, joiden käytöstä päätetään erikseen ohjausryhmässä. Tarkemmat toimenpidekohtaiset kustannusarviot Pro Kalan osiosta esitetään liitteessä 4. Ohjelman budjetin lisäksi toteuttaja voi hakea erillirahoitusta yksittäisiin toimenpiteisiin erillishakujen kautta.

Rahoituksen alustava jakautuminen päätoteuttajan ja partnereiden kesken on esitetty alla olevassa taulukossa. Päätoteuttajan osuus sisältää ohjelman toteutus, hallinto, koordinointi ja viestintä. Pro Kala ry pidättää oikeuden esittamiensä toimenpiteiden toteuttamiseen myös siinä tapauksessa, että ohjelmalle ei myönnetä rahoitusta. Mikäli rahoitusta ei myönnetä täysimääräisesti budjetia avataan ja toimenpiteitä tarkastellaan uudestaan.

Toisen vaiheen budjetti ja toteuttajat (€)

Pro Kala (TP 1–5)	497 150
palkat	285 000
matkakulut	11 500
muut/ostopalvelut	157 900
flat rate	42 750
Laurea AMK (TP 3)	58 187
palkat	30 325
matkakulut	1 000
muut/ostopalvelut	22 313
flat rate	4 549
Suomen Kalankasvattajaliitto (TP 1)	50 000
palkat	24 000
matkakulut	400
muut/ostopalvelut	22 000
flat rate	3 600
Kotitalousopettajien liitto (TP 3)	50 000
palkat	24 000
matkakulut	1 400
muut/ostopalvelut	21 000
flat rate	3 600
Sitomaton	44 663
Yhteensä	700 000