

Tartu maakonna integreeritud toidustrateegia koostamine

Tegevuskava fookusgrupp 1: tootjate, toitlustajate ja tarbijate kokkuviiimine

20.10.2021 kl 9.00-11.00, Zoom-keskkond

Osalejad: vt reg leht

Slaidid: lisatud memole

MEMO

ARUTELU 1: valdkonna „tootjate, toitlustajate ja tarbijate kokkuviiimine“ visioon

GRUPP 1

Milline on soovitud olukord aastal 2025 Tartumaal valdkonnas “tootjate, toitlustajate ja tarbijate kokkuviiimine”?

Kirjeldage seda 3-5 lühilause/märksõnaga

1. Tootjatel teada, millist toidutooret ja kogust vajatakse toitlustuses (vajadusel saavad tootjad muuta oma tootmise profiili), pikaajalised lepingud toitlustajatega.
2. Kohalik tooraine menüüs olemas, toitlustajad kasutavad maksimaalselt kohalikku toorainet.
3. Kohalik tooraine koolides, haiglates - koolide toitlustajatel olemas andmebaas kohalike tootjate ja nende võimaluste kohta, teadlikkus avaliku sektori hangete korraldamise kohta (koolitused, infoseminarid jms). Eelinfo, eelkockulepped. KOVide tasandil kokku viia tootjad-toitlustajad-KOVide inimesed-lapsevanemad. Igal KOVil olemas oma mikrovõrgustik + maakonnaülene võrgustik + vajadusel Lõuna-Eesti - tekib suurem teadlikkus, võimekus, aitab suunata raha. Lapsevanemate teadlikkuse suurendamine ja kaasamine.
4. Tarbijate teadlikkuse suurendamine - toitlustuskohtades on tooraine päritolu välja toodud (arstiteaduse tudengite töögrupp). Turgudel sildid kohaliku tooraine kohta - õiglase ja kontrollitud.
5. Kohaliku toidu valik on kõige mugavam ja lihtsam valik tarbija jaoks (kohalik tootja vs supermarket).

GRUPP 2

Milline on soovitud olukord aastal 2025 Tartumaal valdkonnas “tootjate, toitlustajate ja tarbijate kokkuviiimine”?

Kirjeldage seda 3-5 lühilause/märksõnaga

1. Tartumaa laste jaoks on iga päev kättesaadav kohalik toit. Koolitoidu hangetes sees juba koostöö võrgustiku või väiketootjatega.
2. Toimiv toiduvõrgustik, mis koondab kõik Tartumaa väiketootjad ja tooraine kasvatajad. Võrgustik on koordineeritud ja väiketootjad toetatud.
3. Toimiv veebipõhine võrgustik, kus toit jõuab tarbijani (nt Membo). Info väiketootja kohta. Veebileht toimib ka nagu e-pood.
4. Võrgustik peaks kaasama võimalikult palju väiketootjaid. Kuid võiks esile tuua ka mõned näited.
5. Restoranide ja toitlustajate kaasamine - menüüdes kohalik toit ja ka ära märgitud nt, mis talust vms. (Metsast taldrikule) (Alatskivi veinid, Suitsu talu maasikad)
6. Kas ja kuidas on määratletud väiketootjad jne? Kas meil on selge arusaam selle kohta ja kuidas neid turundada/turustada.

GRUPP 3

Milline on soovitud olukord aastal 2025 Tartumaal valdkonnas “tootjate, toitlustajate ja tarbijate kokkuviiimine”?

Kirjeldage seda 3-5 lühilause/märksõnaga

1. Kauplused kui suurimad mahediilerid. Jaekett ja talunik ei jõua kokku. Turundussõnumi edastajad.
2. Toitlustuse jaoks oleks vaja ühtset süsteemi info hankimiseks.
3. Info on kaardistatud, kes kus mida toodab. Koordinaator kaardistab. Väiketootjate kaardistamine, kogukondades kohapeal. Võtab maha ka väiketootjate hirmu, et suurt kogust pole pakkuda. Sealt näeb ära ka vajadused.
4. Koordinaatoril oluline roll, õige inimene hakkab õigeid asju tegema. Side toiduga, hea suhtleja.
5. Linnaosade sotsmeediagrupid. Kui üks talunik juba linna sõidab oma kaubaga, siis võiks olla otsetarbimise grupid. Kogukonna diiler, tegeleb selliste kogustega, mis jaeketti või taluturule ei saa, OTT.

ARUTELU 2: valdkonna arendamise sammud/meetmed

GRUPP 1

Milliseid samme (meetmeid) on soovitud olukorrani jõudmiseks vajalik kavandada? Kes on meetmete sihtgrupid?

1. Koordinaator, eestvedaja, kaardistaja.
2. Kaardistada ära pakkumise ja vajaduse, et üldse edasi minna. Kui palju on Tartumaal kartulitootjaid?
3. Veebriakendus, veebileht, et hakata müügitööd tegema, koheselt peab olema turundus ka taga.
4. Kohalikele tootjatele tekitada katusettevõte, kes oleks võimeline pakkuma hangetel. Laopidaja ülesanne.
5. Tootjate märgistamine - usaldusväärne tootja.
6. Kohalike tootjate ja toitlustajate kokkuviiimine - hulgi katus, kes annab toorainet.
7. Koolitused - koostöö, kuidas erinevaid lahendusi leida, veebriakendused, kuidas olla nähtav, turundus, info jagamine, võrgustiku tugevdamine, teadlikkuse suurendamine (rahaliselt panustamine kohalikku toitu (koolid, lasteaiad) on oluline - KOV).
8. Teavitus - tarbijate, lastevanemate teadlikkuse tõstmine. Et koolid, lasteaiad, haiglad jne saaksid kohalikku toitu. Õppekavas haridusasutuses toidutemaatika, tervislik toitumine, traditsioonid, kohalik toit, kaasata, anda isetegemise võimalus.

GRUPP 2

Milliseid samme (meetmeid) on soovitud olukorrani jõudmiseks vajalik kavandada? Kes on meetmete sihtgrupid?

1. Koordinaator (TAS otsib, mis tööülesanded tal on, kui pikk rahastus/leping? Kas ühest inimesest piisab? Tarbijate esindaja, tootjate esindaja, toitlustajate esindaja).
2. Kaardistamine (kohalikud tootjad ja tooraine kogused, toitlustajad, tarbijad - mis on erinevate osapoolte vajadused, ootused, sh logistika).
3. Teavitus (eeldab eelarvet) erinevatel tasanditel, KOVil oma roll kohalikul tasandil (nt hangete osas valla lehes info). Miks tarbija peaks eelistama kohalikku toitu? Teadlikkuse järjepidev kasvatamine. Märgistamine - kuidas teada, mis on kohalik toit? Kontaktvõrgustiku loomine.
4. Hangete võimalustest teha ülevaade ja soovitus, kuidas saada kohalikku ja mahetoitu avalikku toitlustusse. Suured erinevused linnade ja valdade vahel. Head näited. NB! Hinna küsimus, eriti koolitoidu maksumus, aga ka teised avaliku toitlustuse asutused.

5. Regulaarsed võrgustiku kokkusaamised erinevate osapoolte vahel, sh koolitamine, info jagamine jne. Kuidas motiveerida osalema ja reaalset tegudele?

GRUPP 3

Milliseid samme (meetmeid) on soovitud olukorrani jõudmiseks vajalik kavandada? Kes on meetmete sihtgrupid?

1. Koordinaatori ametikoha loomine - kõigi sihtgruppide vahel opereerib (nt kaupluse kokkuviiimine väiketootjatega).
2. Kaardistamine külades, omavalitsustes - tootjad, mahud praegu, võimalikud mahud ja potentsiaal, sh mahetooraine kaardistus. Andmebaasi loomine ja kättesaadavaks tegemine toitlustajatele (ettevõtted, KOVid, sündmused jms) - tootjad, KOVid, toitlustajad, kogukonnaliidrid, lapsevanemad.
3. Tarbija mõttelaadi muutuse toetamine - kõike ei olegi koguaeg saada, hooajalisus jne. Turundussõnumid ja nende edastamine - tootjad, toitlustajad, kauplused, turud (nt menüü on tootja järgi üles seatud).
4. Võimalike toetuste kaardistamine (riiklikud, kohalikud toetusmeetmed), nt kohaliku tooraine kasutus koolides, koolitoidu riiklik toetus (nt MEM plaanib meedet mahetoidu osas) - rahastajad, ministriumid, KOVid, PRIA, EAS, EU fondid, Archimedes jt.
5. Katselavade loomine - katsediilerid - pilootprojektid, kogukonnadiiler, poediiler, toitlustajadiiler - katsetada ja siis laiendada - vastavalt projektile erinevad osapooled.
6. Eraldi ala Tartumaa toidule Tartu turul, brändi loomine - mis see on? Tarbijad otsivad kohalikku teemat, kontseptsiooni, süsteemselt välja toodud valikut. Tartu turg ja tootjad, kõik teised osapooled ka, jaevõrk.
7. Veebiplatvorm - andmebaas, mis võtab kogu info kokku - tarbija, restoranid, tootjad, KOVid. Võimalus liita ka e-pood - kõik erinevad osapooled, sektorid.

Täiendav arutelu

Teemad, millele pöörata tähelepanu:

- Kohalik toit talvel – vanade oskuste meeldetuletamine (hoidised jms)
- Eksperti kaasamine strateegiasse (nt Dmitri Demjanov)
- Kohalikud klubid, toidublogijad, sotsiaalne pool - kaasata
- Võrgustumise tegevus: koos söögi tegemine
- Maitsev Tartu – kohe kohalik toit välja tuua (menüüdes)
- Kogukonnaköövide rakendamine
- Kaasamist juba praegu laiendada – nt Tartu Postimehes ja ka vallalehtedes tutvustav info toidustrateegia kohta
- Kliimasõbraliku kooli projekt – sealt saab täiendavaid ideid

MEMO koostas

Mihkel Laan
OÜ Cumulus Consulting
mihkel.laan@cumulus.ee
5297984