

HEA JUUST ANNAB ELULE MAITSEI!



SAAREMAA PIIMATÖÖSTUS AS

Mida toota ja kuhu müüa

Ülo Kivine

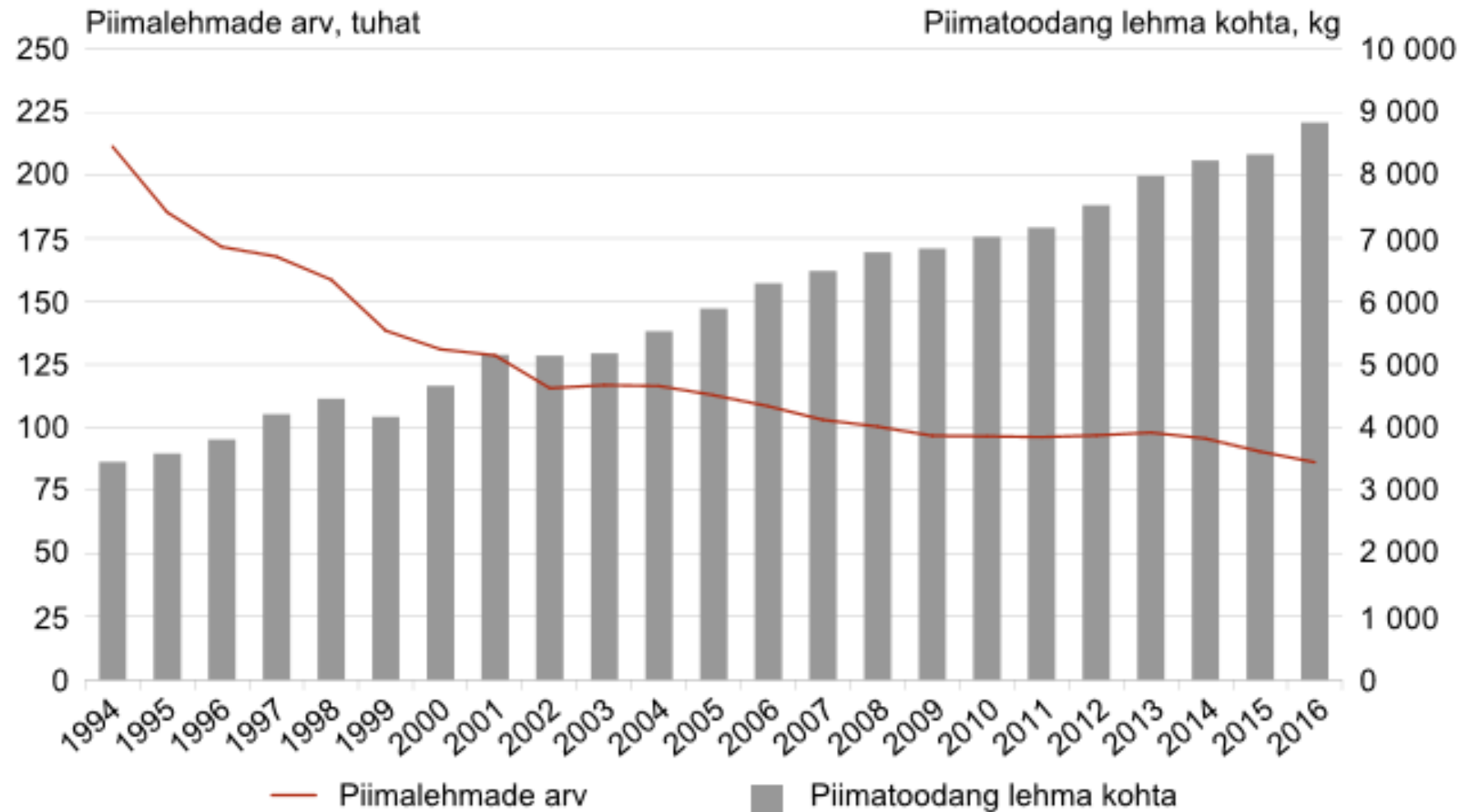


Euroopa Maaelu Arengu
Põllumajandusfond:
Euroopa investeeringud
maapiirkondadesse

Milk production per cow in Estonia and the number of cows

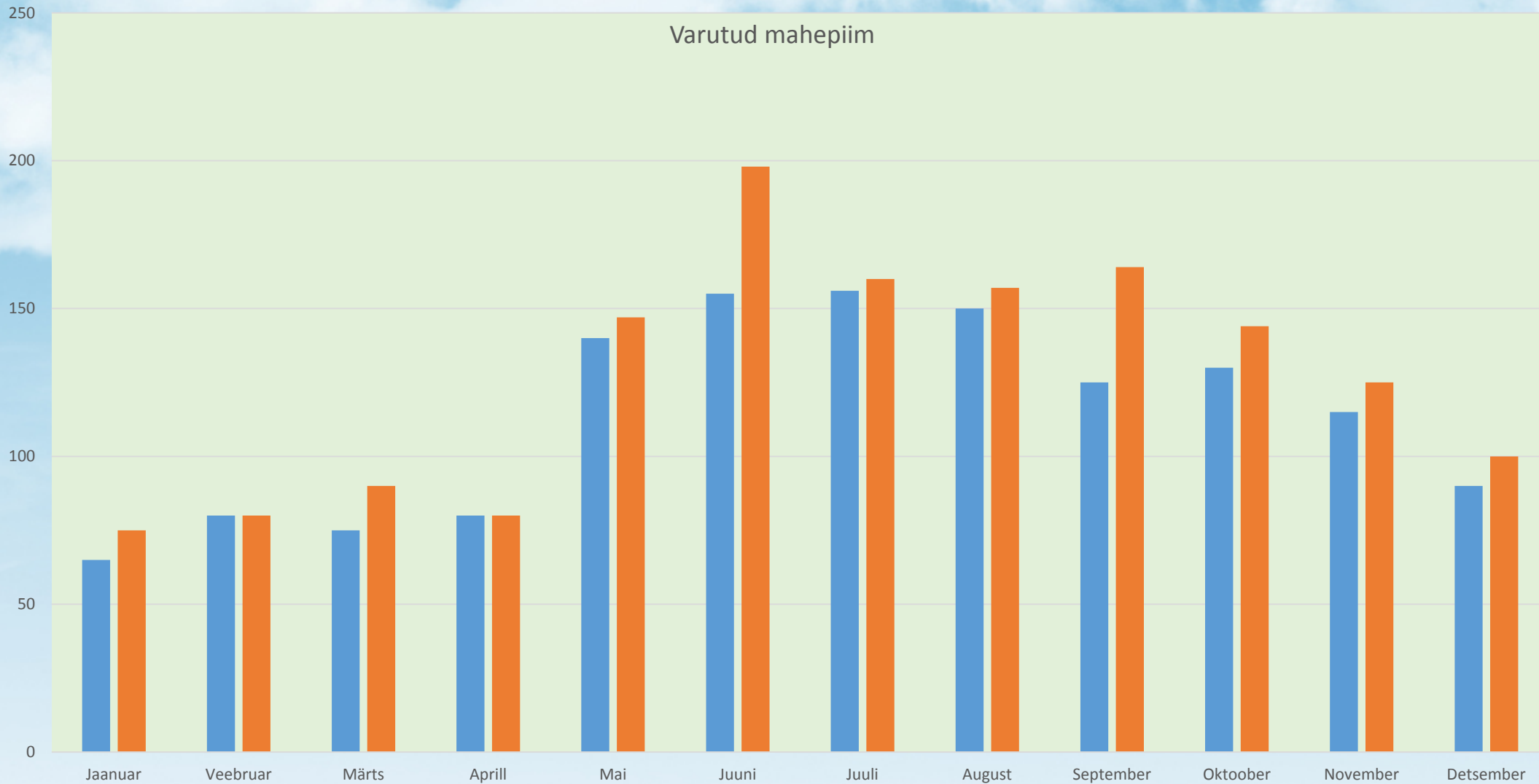


Piimatoodang lehma kohta, 1994–2016

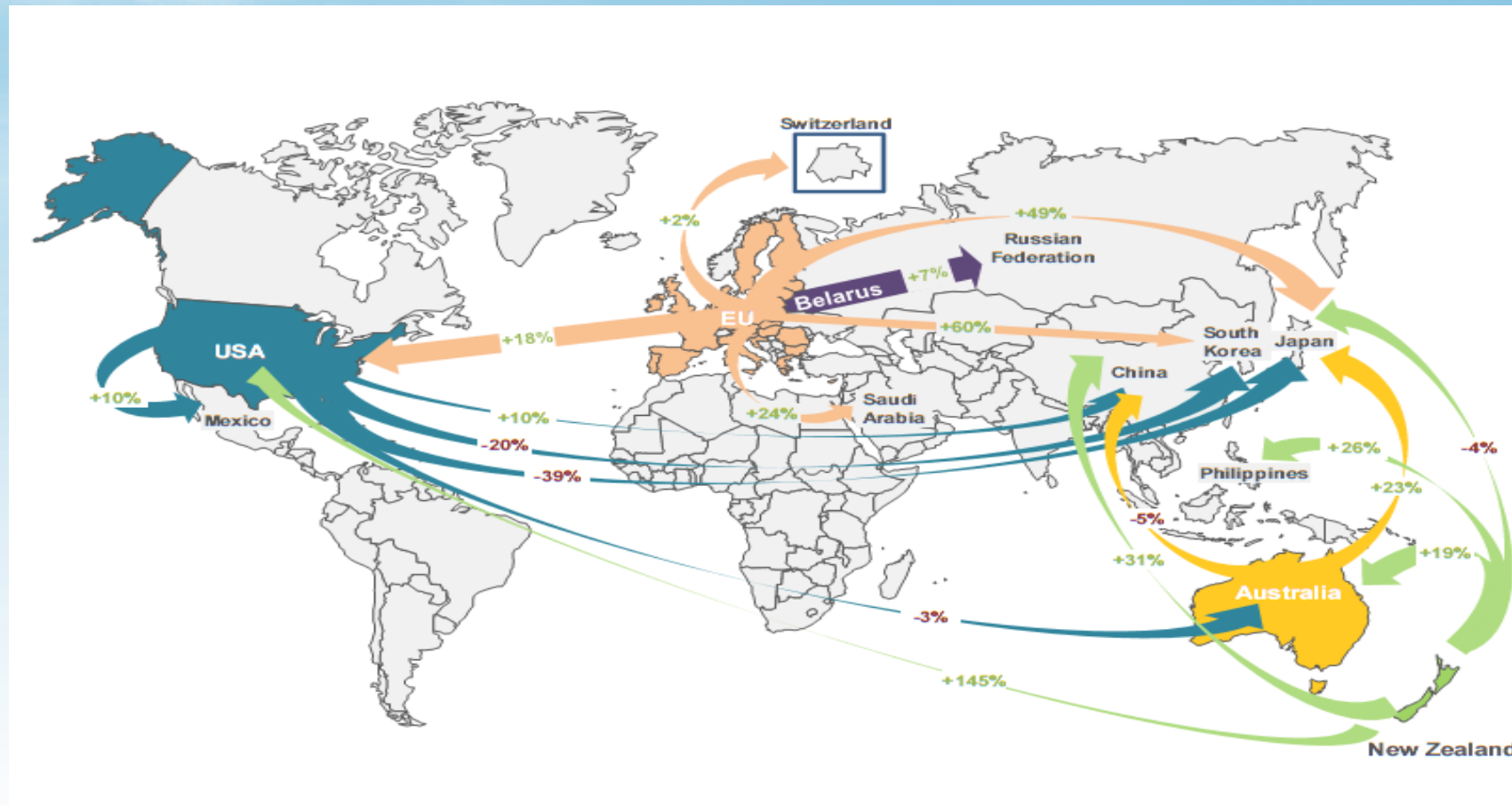


Allikas: Statistikaamet

Saartelt varutud mahepiima kogused



Global flows of cheese exports 2015. Percentages reflect the change in the year before.



Allikas: International Dairy Federation, The World Dairy Situation 2016

Olulised trendid



Tänapäeva kiirelt muutuv maailmas peavad ka toidutööstused tarbijate soovide ja trendidega pidevalt kaasas käima. Mitmete erinevate tegurite tõttu on välja joonistunud selged suunad, mida tootearenduses täna järgitakse.

Toiduainete tarbimise ja tootearenduse trende mõjutavad nii muutused tarbijate elustiilis kui ühiskonnas. Samuti on tugevaks teguriks maailma makrotrendid (üksik elavate inimeste osakaalu suurenemine, stress ja muud elustiilist tingitud haigused), jätkuv globaliseerumine ja urbaniseerumine.

TEADLIKUD TARBIJAD



Aina rohkem tuntakse huvi oma tervise vastu ning pööratakse tähelepanu sellele, mida süüakse. See on pannud toidutootjad töötama tootearenduses aina rohkem selle nimel, et tarbijate toidulauale jõudev toit vastaks nende ootustele ja tänapäeva maitse-eelistustele



SUUNAD TOIDUTÖÖSTUSES

- Tervislikkus

Inimesed valivad toite varasemast teadlikumalt ning lähtuvalt arusaamast, mis teeb nende enesetunde heaks. Seejuures on väga populaarseks saanud probiootilised tooted ning proteiini ja antioksidante sisalduvad toiduained. Ka jätkavad oma võidukäiku gluteeni- ja laktoosivabad tooted, sest paljud tarbijad leiavad, et need on neile paremad.

- Suhkru vähendamine

Tervislikkuse suuna võidukäik tingib ühtlasi surve vähendada toodetesse lisatavaid suhkrukoguseid. Kohalikud tootjad on sellega pühendunult ja edukalt tegelenud juba viimased 3-5 aastat. Dilemmakohaks on siinkohal aga see, et „vähem suhkrut” on lubatud pakendile kirjutada vaid juhul, kui lisatud suhkru kogust on vähendatud vähemalt 30%. See võib tähendada aga tugevat muutust maitstes ning ei pruugi tarbijatele enam meeldida.

- Soola vähendamine

Sarnaselt suhkrule on tootjatel täna surve vähendada ka toodetesse lisatavat soolakogust. Selleks püütakse tarbijaid harjutada magedamate toodetega järk-järgult ning soolasust püütakse asendada maitseainetega, et saadav maitseelamus oleks siiski tagatud. Samuti kasutatakse rohkem mineraalainerikkamaid soolasid. Samas tuleb mõista, et soolal on lisaks maitsele ka tehnoloogiline funktsioon, mistõttu hakkab soolasisalduse vähendamine mõju avaldama toote säilivusajale. Kliendid nõuavad seevastu aga pikemaid säilivusaegu. Seega tuleb leida tasakaal, mis rahuldaks tarbijate soove.

SUUNAD TOIDUTÖÖSTUSES



- Taimetoitlus.

Järjest rohkem leiab meie polettidelt erinevaid vegan tooteid. Ühtlasi otsivad tarbijad üha enam innovaatilisi valikuid, mis võimaldaksid saada osa taimede kasulikkusest. Nõudlus on ka liha alternatiivide ja alternatiivsete valguallikate järele ning populaarseks on saanud erinevad taimsed joogid.

- Maailma maitseed.

Avatud piirid ning inimeste võimalus maailmas ringi reisida on tinginud erinevate kohalike köökide maitsete laialdasema leviku ja populaarsuse. Seeläbi on etniliste maitsetega toodete väljalaske arv viimase 4 aastaga lausa kahekordistunud. Kõige trendikamaks maitseks on hetkel maailmas aga India köök ning ingveriga toidud. Samas hinnatakse järjest rohkem ka põhjamaa (Nordic) maitseid.

- Premium tooted.

On märkimisväärne osa tarbijad, kes on nõus maksma rohkem luksuslikuma kauba või eksklusiivsema toote eest. Selle tingib soov tunda vahel midagi hõrgumat, erilisemat ja hinnatumat. Seeläbi on ka suurtootjad laiendanud oma tootevalikut premium või „käsitöö“ toodetega. Näiteks on viimase 4 aasta jooksul suurenenud uute toodete puhul sõna „craft / käsitöö“ kasutamine lausa 40%. Kõige levinumad valdkonnad selleks on alkohoolsed joogid, maiustused ja pagaritooted.

- Hetketooted.

Tarbijate aina kiirenev elutempo on tõstnud au sisse erinevad snäkid, mida saab tarbida ajahetkest ja kohast olenemata. Seeläbi on aina populaarsemaks muutunud igasugused batoonid, püreed ja nõ. peale trenni tooted, mida saab manustada kasvõi jooksu pealt, kuid mis samas on piisavalt tervislikud



Saaremaa ÖKO on kaua valminud mahejuust, mis valmistatud Lääne-Eesti saarte mahetootjate lehmade piimast.

www.saarejuust.ee



5837 SAAREMAA DAIRY



Saaremaa dairy



taste
estonia





Lähituleviku nägemus

- Eesti toiduainetetööstuse ettevõtted on väliskonkurentidega võrreldes väikesed.
- Piimatööstuses vaja konsolideerumist/koopereerumist, automatiseerimist ja efektiivsuse parandamist.
- Toiduainetetööstuses tööjõu tootlikkus 50% EL keskmisest, põllumajanduses 80%.
- Eesti ettevõtted tegutsevad väärtusahela kitsastes lõikudes.
- (Eksportturgudel) oma toodete eristamiseks puudub brändindus.
- Eesti ettevõtted peavad investeerima enam lisandväärtuse tõstmisse.
- Edendada riigina puhta looduse ja keskkonnasõbraliku põllumajanduse kuvandit.

Saaremaa Piimatööstuse nägemus



- Piimatootmine saartel, kui puhta looduse kuvand
 - Saaremaa, kui piirkonna brändimine
 - Hiiumaa, kui mahepiima saar
 - Farmid laienevad veelgi suuremaks
 - Uute mahefarmide lisandumine
 - 10% saartel varutud piimast on mahe
 - Sisenemine uutesse tootegruppidesse
 - Uus tootmisüksus mahetoodete tootmiseks
 - Oleme valmis ekspordiks !!!



*Auhinda väärt
maitseelamus!*

Ianan!
Thank you!

