
TAIMNE TOIT KUI TOIDUSEKTORI TULEVIK



 food
innovation
summit
OCTOBER 8
TALLINN

Taimne trend on tulnud, et jääda

Food Innovation Summit on Eesti suurim toiduinnovatsiooni konverents, mis sai alguse 2018. aasta sügisel. Esimesel konverentsil peetud arutelud andsid osalejatele palju mõtteainet ja panid aluse nii mõnelegi edukale koostöösuhtele.

Tänavu oktoobris toimunud Food Innovation Summit 2019 oli eduka avakonverentsi loogiline jätk, tuues kokku ligi 200 külalist Eestist, Soomest, Lätist, Leedust, Ukainast, Taanist, Saksamaalt, Rootsist, Poolast ja mujaltki. Ürituse eesmärk oli tutvustada toidutööstuse ettevõtetele, turundajatele ja jaemüüjatele kasvava taimetoidu sektori viimaseid trende ja pakkuda osalejatele võimalust vahetada teadmisi taimsete toodete arenduse vallas.

Pole kahtlustki, et toidusektor näitab üles üha suuremat huvi põneva ja mitmekesise taimetoidu maastiku suhtes. Food Innovation Summit teeb ka edaspidi tööd selle nimel, et taimse toidu valdkond püsiks Eesti ettevõtjate fookuses ja jätkaks igakülgset arengut.



Sisukord

1. Miks ja kuidas suurendada taimse toidu osakaalu menüüs?..... lk 4
2. Kuidas ettevõtted kohanevad kasvava taimse toidu trendiga?... lk 10
3. Taimsete liha alternatiivide eduloo telgitagused..... lk 19
4. Millal jõuab meie toidulauale laboriliha ja -kala?..... lk 21

Miks ja kuidas suurendada taimse toidu osakaalu menüüs?



Keskmine Eesti elanik sööb kaks korda rohkem liha, kui oleks tervislik. Suured lihakogused aga koormavad maksa ja neere ning töödeldud lihatooted suurendavad südame- ja veresoonkonnahaiguste ja teatud vähiliikide tekke riski. Samuti on korrelatsioon liigse lihatarbimise ja ülekaalulisuse vahel. Selline on Tervise Arengu Instituudi karm kokkuvõte meie lihatarbimise kohta. Probleemile pakkusid arutlusringis lahendusi Taimse Teisipäeva algataja Kristina Mering ja toitumisinõustaja Erik Orgu.

Võtmetegurid: informatsioon, turundus, kättesaadavus ja maitse

Põhjustena, miks olukord selliseks on kujunenud, nimetas Mering teadmatust ja kultuurilist eripära: „Inimestel puudub informatsioon selle kohta, kui suur kogus liha jääb tervislike normide piiresse. Teine murettekitav aspekt on see, et liha söömine väljendab jõukust ja sotsiaalset staatust – seda näitab ka jõukuse kasvamise ja lihatarbimise suurenemise omavaheline seos.” Osana lahendusest näeb Mering taimsete alternatiivide turundust, mille puhul saab toitu kui staatuse sümbolit arvesse võtta.

Turundusele kui ühele võtmetegurile inimeste tarbimisvalikute kujundamises viitas ka Orgu, nentides, et liha- ja piimatööstus suunavad inimest küll ostma ja tarbima, ent hoiatust liigse tarbimise kahjuliku mõju kohta pakendile keegi ei pane. Ta lisas võrdlusena, et apelsinidele ja porganditele turundust reeglina ei tehta.



Orgu kinnitas, et taimset toitu inimestele isuäratavalt esitledes on ta suutnud mitmete klientide menüüs taimse toidu osakaalu mitmekordistada, mõnel juhul isegi viiekordistada. Mering lisas, et olulised nüansid on ka taimse toidu kättesaadavus ja hind: „Kui taimsed võimalused on restoranides, Eriku toitumiskavas ja poodides, siis on oluliselt lihtsam mõned korrad nädalas või tihemini eelistada lihale taimset.”

Mõlemad arutlejad nõustuvad, et kõige olulisem tegur toitumisvalikute puhul on lõpuks maitse; tasub teha tööd murdmaks müüt, et taimne toit on vaid igavad salatid ja näitamaks taimse toidu maailma külluslikkust ja maitseterohkust.



Strateegilised partnerid: toidusektori ettevõtted, avalik sektor ja haridusasutused

Paljudele harjumustele pannakse alus juba varases eas; niisamuti on pika ja tervisliku elu eeldus enda tervise eest hoolitsemine juba nooruses. Seda murettekitavam on tõsiasi, et üks neljandik Eesti esimese klassi lastest on ülekaalulised või rasvunud. Just selles valguses on Taimne Teisipäev seadnud sihi teha koostööd koolidega, et haridusasutustes pakutaks teisipäeviti taimset toitu. „Lisaks taimse toidu osakaalu reaalsele suurendamisele on Taimne Teisipäev koolides võimalus ka lapsevanemaid harida, sest laps viib uue teadmise koju kaasa,” tõdes Mering.

Ka avalikul sektoril laiemalt on suur roll tervishoiu edendamisel, toetades inimesi usaldusväärse info ja juhistega. Samuti näeb Mering olulise mõjutajana toidusektorit: restorane ja toidutootjaid, kelle võimuses on aidata kaasa taimse toidu kättesaadavuse parandamisele.

Iga samm on oluline

Esinejad nõustasid, et ka väikesed sammud paremate toitumisharjumuste poole on olulised. „Paljudel inimeste pole paraku ühtki lihavaba toidukorda, niisiis on üks taimne päev hea punkt, kust alustada – Taimne Teisipäev võiks olla isegi riiklik traditsioon,” tõdes Orgu. Mering nentis, et see ongi Taimse Teisipäeva algatajate unistus: kampaania pikaajaline eesmärk on vähendada 2040. aastaks Eesti elanike lihatarbimist 50% võrra.



Kuidas ettevõtted kohanevad taimse toidu kasvava trendiga?



On selge, et taimne toit on üks suurimaid trendide tänapäeva toidutööstuses. Kuidas aga kohanevad muutuva olukorraga toidutootjad ja restoranid? Kas loomset toorainet kasutavad ettevõtted näevad taimse toidu populaarsuse kasvus ohtu või võimalust?

Toidusektori ettevõtted näevad taimsetes toodetes suurt potentsiaali

Praeguseks on enamik toidutootjaid teadlikud lihatööstuse negatiivsest mõjust keskkonnale, mistõttu paljud on otsustanud panustada just taimsete alternatiivide väljaarendamisele. See võimaldab neil konkurentsist püsida, ilma et meie planeedi heaolu kannataks.

Hea uudis on see, et tarbija ei pea millestki loobuma: viimasel ajal tuleb turule aina rohkem tooteid, mis ei jää maitse poolest kuidagi alla lihatoodetele. Kvaliteetne taimne lihaasendaja maitseb kõigile: nii taimetoitlastele, keskkonnateadlikele inimestele kui ka suurtele lihasõpradele. Huvi selliste toodete vastu on nii suur, et USA ettevõtted Beyond Meat ja Impossible Foods ei suuda ootamatult kiiresti kasvanud nõudlust rahuldada.



Turundus laiemale tarbijaskonnale

Olulist rolli mängib siinkohal taaskord turundus: Taimse Teisipäeva kampaania algataja Kristina Mering ei soovita ettevõtetel suunata oma tooteid üksnes taimetoitlastele. Lihast täielikult loobunud inimesi on Eesti ühiskonnas vaid 3–4%, seega kui eesmärk on müüginumbreid suurendada, ei ole veganmärgistuse kasutamine kindlasti parim valik.

Tarbijateadlikkus on tõusuteel

Arutlusringis, mis keskendus taimse toidu kasvavale trendile toidutööstuses, osalesid tuntud jäätisetootja Balbiino ekspordijuht Stiina Ottender, Eesti vanima taimsete toodete tootja Bon Soya esindaja Karin Miller ja investor Ivo Remmelg.

Karin Miller rõhutab, et tarbijate jaoks on üha olulisemal kohal toidutootja väärtused – keskkonnasäästlikkus ja vastutustundlikkus. Tänapäeval ei ole tähtis ainult see, mida toodetakse, vaid miks toodetakse. Samuti jäi diskussioonis kõlama, et kui varem dikteerisid jaeketid tarbijale, mis on parimad tooted ja maitSED, siis nüüd on olukord vastupidine: tarbijal on konkreetsed soovid, mida jaeketid üritavad täita.



Balbiino esindaja Stiina Ottenderi sõnul seostatakse jäätist tänapäeval endiselt piimatööstusega, kuid mida enam tarbija näeb teiste osakondade lettidel taimseid tooteid, seda enam harjub ta mõttega, et ka jäätis võib olla taimne.

Ivo Remmelga arvates on oluline tähelepanu pöörata ka taimsete toodete tervislikkusele: mida vähem on tootel koostisosi, seda parem tervisele.



Tervislike roogade triumf restoranides

Viimaste aastate elustiilitrendid keerlevad paljuski tervislikkuse ja keskkonnasäästlikkuse ümber: 42% eestlastest osaleb rahvaspordi üritustel, inimesed pöörduvad toitumisnõustajate ja kaalulangetusgruppide poole, sotsiaalmeedia ja blogijate maastikul on tervis ja keskkond ühed peamised teemad. Kas need tendentsid on vorminud ka restoranide tööd?

Food Innovation Summiti restoranide arutlusringi osalejad kinnitasid kõik, et nii see tõepoolest on. Näiteks nentis Hesburger Balticsi tootearendaja Ivo Rosenberg, et nende ketis ilmestavad tervisetrendi menüüsse lisandunud smuutid, salatid ja müsli.



Wolti Baltikumi restoranide juhi Taavi Loogi hinnangul ilmestab turu muudatust tarbijate teadlikkus: „Kui kümne aasta eest harisid restoranid klienti, siis nüüd on asjad vastupidi: inimesed eeldavad, et restoranid käivad trendidega kaasas, soovitakse näha toidukohtades uusi ja põnevaid maitseid.”



Taimse toidu võidukäik jätkub

Niisamuti on restoranide menüüdes tugevalt kanda kinnitanud taimsed road. Nii näiteks moodustavad taimetoidud Wolti tellimustest lausa 20%. Hesburger aga investeeris 10 miljonit taimsete toitude tooteliini. Rosenberg tõdes, et taimsete valikute lisamine menüüsse on toonud Hesburgerile kliente, kes varem nende ketti ei külastanud. „See, et suured ketid ja kiirtoidurestoranid peavad trendiga kaasas käima, on kindel märk sellest, et taimne toit pole ajutine või nišiteema. See on siin, et jääda,” lisas Loog.

Taimseid liha analooge tootva ettevõtte Vöner asutaja Siva Parlari kogemus näitab, et ka seni ainult lihale orienteeritud toidukohad lisavad menüüsse taimseid toite. „Saadakse aru, et menüüs peab vähemalt üks-kaks taimset pakkumist olema, et perekonnad ja sõpruskonnad restorani külastaksid.”

Kõik arutlejad nõustuvad, et taimsed valikud ei ole suunatud vaid taimetoitlastele. On mitmeid põhjuseid, miks inimesed valiku just taimse toidu kasuks langetavad: keskkond, terviseteadlikkus ja soov katsetada uusi maitseid.

Mida toob tulevik?

Parlari sõnul tuleb konkurentsiks püsimiseks kliendile alati lisandväärtust pakkuda. „Ei piisa ainult sellest, et meie tooted on 100 protsenti taimsed. Peame pidevalt tootevalikut laiendama, maitset ja tekstuuri parandama. Usutavasti on järgmine suur trend taimsed kala ja mereandide alternatiivid.”

Teave taimse toidu tervise- ja keskkonnaeelistest levib järjest enam, mistõttu kasvab ka nõudlus. „Liha tarbimise puhul saab määravaks kvaliteet, aga odava hinnaga pole võimalik kvaliteetset lihatoodet pakkuda. Usun, et viie aasta pärast on liha miski, mida süüakse väga harva ning enamasti eelistatakse muid alternatiive,” ennustas Loog.



Taimsete liha alternatiivide eduloo telgitagused



Taimsete liha alternatiivide maailm on suur ja kirju – näiteks Vöneri toodete hulgast leiame taimse kebabi, singi ja kanaliha; Impossible Burgeri ja Beyond Meati pihvid burgeri vahel sarnanevad äravahetamiseni klassikalise veisepihviga.

Milliste protsesside abil saavutatakse lihale nii sarnane maitse ja tekstuur? Saladusloori sellelt küsimuselt kergitas Toidu- ja Fermentatsioonitehnoloogia Arenduskeskuse (TFTAK) arendusjuht Mari-Liis Tammik.

Mis puudutab tooraine valikut, siis liha analoogidest haruldasi imetaimi ei leia – levinumad koostisosad on täiesti tavalised kaunviljad nagu hernes ja sojauba ning teraviljad, näiteks kaer ja nisu. Illustreerides turu arengut, jagab Tammik taimsete alternatiivide tüübid kolme rühma. Esimesena nimetab ta sojaubadest valmistatavaid pika ajalooga tofut ja tempeh't ning nisust tehtavat seitanit. Teine etapp hõlmab endas peamiselt nisust ja sojaubadest tehtud lihale väga sarnaste maitseomadustega tooteid, mille alla kuuluvad muuhulgas eelmainitud Vöneri tooted. Kolmanda generatsioonina toob Tammik välja tehnoloogiliselt juba keerukama tekstureeritud taimse proteiini.

Just viimasel kallal Tammik TFTAKis tegutsebki – Good Food Institute'ilt saadud veerand miljoni suuruse stipendiumi abil töötavad Eesti teadlased selle nimel, et kaera fermenteerides liha analooge välja töötada.

Millal jõuab meie toidulauale laboriliha ja -kala?



Laboriliha tehnoloogia on viimasel ajal teinud arenguhüppe ning pakub kogu maailma toidutööstusele ja -teadlastele üha enam kõneainet. Tegu on tõepoolest revolutsioonilise tehnoloogiaga, mis võib lihatootmist ja loomakasvatust tundmatuseni muuta. Kujutage ette, et tulevikus ei ole enam suuri loomafarme ega tapamaju, vaid liha toodetakse hoopis laboris looma tüvirakkudest. Kõlab kui ulmefilmi stsenaarium? Praegu küll, kuid teadlaste hinnangul jõuavad taolised tooted meie poelettidele juba järgmisel aastakümnel.

Eesti noored on valmis laboriliha sööma

Turu-Uuringute AS viis 2019. aasta märtsis, mais ja augustis läbi uuringu, millest selgus, et 54% Eesti noortest vanuses 15–34 oleks valmis sööma laboris kasvatatud liha. See näitab noorte keskkonnateadlikkust ja avatust uutele ideedele ja tehnoloogiatele. Laboriliha on võrreldes traditsiooniliselt toodetud lihaga tunduvalt keskkonnasäästlikum, võimaldab eemaldada tootmisprotsessist tapamajad ning märgatavalt vähendada farmiloomade arvu.



Turu-Uuringute ASi spetsialist Iivi Riivits-Arkonsuo rõhutab, et mida noorem vastaja, seda rohkem oli ta laboriliha tarbimise ideele avatud. Samas selgus uuringu käigus üllatavalt, et võrreldes vanemate rühmadega oli noorte seas rohkem inimesi, kes vastasid, et söövad liha ja kavatsesid liha söömist jätkata.



Laborikala turuletulek pole mägede taga

USA ettevõtte Finless Foods töötab välja laborikala: protsess on sama, mis laboriliha puhulgi, kuid tüvirakud võetakse kalalt. See tehnoloogia võimaldab toota kala, mis pakub sama head maitseelamust kui õhtusöök parimas suširestoranis, ilma et maailmamere kalavarud väheneksid.

Finless Foodsi kaasasutaja ja tegevdirektor Michael Selden toob välja, et praegu saab kalast kasutada vaid 56%, sest ülejäänud 44% moodustavad luud, organid ja veri. Laborikala aga kujutaks endast toodet, mida saab kasutada 100% ulatuses. Paraneks ka toote kvaliteet, sest laboris toodetud kala ei sisaldaks antibiootikume, mikroplasti ja suurt kogust elavhõbeda ühendeid, mis kuhjuvad veekogudest püütud kalade organismi ja satuvad seeläbi inimese toidulauale. Samuti lüheneks oluliselt ka kalatoodete tarneahel ja sellega kaasnev saaste, sest laborikala oleks võimalik toota just seal, kus on nõudlus.

Hetkel arendab Finless Foods oma laborites välja tuunikala ning usub, et sellele järgneb ka teiste kalaliikide tootmine. Michael Seldeni arvates läheb laborikala jõudmiseni poelettidele veel veidi aega, sest hindade ühtlustumine ei toimu üleöö, kuid ta ei kahtle, et see paljulubav tehnoloogia viib kogu loomakasvatuse ümbermõtestamiseni.





Siva Parlar
Vöner



Kristina Mering
Taimne Teisipäev



Karin Miller
Bon Soya



Stiina Ottender
Balbiino



Mari-Liis Tammik
TFTAK



Iivi Riivits-Arkonsuo
Turu-uuringute AS



Ivo Rosenberg
Hesburger



Taavi Loog
Wolt



Ivo Remmelg
EstBan



Erik Orgu
Toitumisinõustaja



Michael Selden
Finless Foods

Bukleti tekstid põhinevad Eesti suurima toiduinnovatsiooni konverentsi
Food Innovation Summit 2019 ettekannetel.

Tekstide autorid: Triin Remmelgas ja Anna Kaplina

