

0

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30

31

32

33

34

35

36

37

38

39

40

41

42

43

44

45

46

47

48

49

50

51

52

53

54

55

56

57

58

59

60

61

62

63

64

65

66

67

68

69

70

71

72

73

74

75

76

77

78

79

80

81

82

83

84

85

86

87

88

89

90

91

92

93

94

95

96

97

98

99

100

UUTISET

Aurinko on jäätelön paras myyntimies.
MARKKINOINTIJOHTAJA SOILE SEPPÄLÄ, INGMAN

Makeisveron korotus ja sateet koettelevat jäätelön suosiota

Suomalaiset ovat edelleen jäätelökansaa, mutta makeisveron korotus ja kylmä kesä ovat pureet kulutukseen napakasti.

Suomalaisten jäätelön kulutus laski viime vuonna yhdeksän prosenttia edellisvuodesta. Tänä kesänä suosion hiipuminen näyttää jatkuvan. Jäätelöä koettelee sateisen ja kylmän kesän lisäksi viime vuonna voimaan tullut ja tänä vuonna korotettu valmistevero. ”Verotus on vain yksi, mutta varmasti merkittävä tekijä”, sanoo jäätelöteollisuudesta vastaava johtaja **Marleena Tanhuanpää** Elintarviketeollisuusliitosta (ETL). Viime vuonna jäätelöä syötiin 12 litraa henkilöä kohden. Tanhuanpään mukaan määrä on yhä Euroopan suurimpia mutta laskenut jo 15 vuoden ajan hiljalleen. Nestlé ja Ingman vahvistavat, että jäätelö on kuluvana kesänä maistunut suomalaisille jonkin verran huonommin kuin viime kesänä. Lukuja firmat eivät paljasta. Myöskään tietoa markkinaosuuksista ei kilpailutilanteen vuoksi ole saatavissa.

Huoli kotimaisesta jäätelötuotannosta
Ingman ja Nestlé kertovat valmisteveron ja sen korotuksen heijastuneen selvästi myyntiin. Tanhuanpää on huolissaan kovan verotuksen mahdollisista vaikutuksista 400 työpaikkaan, jotka jäätelön valmistus Suomessa suoraan tarjoaa. Vällilisesti alan työllistävä vaikutus ulottuu myös maidontuotannon, kuljetukseen ja jäätelökooskeihin.

Alan suurimmat toimijat ovat Pingviinijäätelöt omistava Nestlé ja Ingman-jäätelöt omistava Unilever, mutta pääosa tuotteista valmistetaan vielä Suomessa ja suomalaisista raaka-aineista. ”Yritykset varmasti punnitsevat verotusympäristöä, kun tuotantoa mietitään. Pahimmillaan raskas verotus voi siirtää tuotannon muualle.” Tanhuanpää uskoo, että suomalaisille kuluttajille on omistuspohjaa olennaisempaa tietää, että jäätelö valmistetaan Suomessa ja suomalaisen maakuun.

Suosikkimaut pitävät pintansa
Kesän sää vaikuttaa jäätelön kulutukseen paljon, mutta ei ratkaise sitä kokonaan. Suomessa jäätelöstä 60–70 prosenttia myydään kesällä. Muualla Euroopassa kesäsesonki erottuu selvemmin. ”Suomalainen ostaa jäätelöä ympäri vuoden esimerkiksi kotiin jälkiruuksi”, viestintäpäällikkö **Aino Pajukangas** Nestlélä kertoo. Nestlén TNS Gallupilla teet-



Lappeenrantalaiset Irene Dietrich sekä tytöt Saaga (4) ja Sofi (2) syövät useimmin jäätelöä kotona. Kioskilla äidin suosikki on pehmis, Saagan mansikka ja Sofin ”ruskea jäätelö”.

Viime vuonna jäätelöä syötiin 12 litraa henkilöä kohden.

tämän tutkimuksen mukaan suomalaiset jäätelöä syöivät kesän 64 prosenttia kokeilee mielellään uusia jäätelömakuja. Myydyimpien listan kärjessä ovat Nestlélä Pingviinin irtojäätelöistä mango-meloni ja mansikka. Vähittäiskaupassa suosituimpia klassikkoja ovat suklaatuutti ja vaniljajäätelö.

Ingman markkinoiden vahva kakkonen
Markkinointijohtaja **Soile Seppälä** Ingmanilta kuvailee kesän jäätelömyyntiä keskinkertaiseksi. ”Aurinko on jäätelön paras myyntimies.” Vaikka myyntimies ei ole liioin näyttäytynyt, jäätelöä on

myyty kohtuullisesti. Ingman on Seppälän mukaan Suomen jäätelömarkkinoilla vahva kakkonen. ”Näyttäisi, että olemme saaneet osuutta kasvatettua tänä kesänä.” Suosituimpia ovat olleet kermajäätelöjen perusmaut, jotka pitävät asemansa vuodesta toiseen. Uutuuksista kaupaksi ovat käyneet vilkkaasti ainakin laktoositon Kingis sekä Creamy-kotipakkaukset. Lisäksi kotitaloudet ovat alkaneet löytää puolen litran paketteja. Seppälän mukaan selvästi kasvava tuoteryhmä ovat laktoosittomat jäätelöt. Niiden osuus Ingmanin jäätelömyynnistä on jo yli viidennes.

Ensi kesänä ainakin 40 uutuusjäätelöä
Loppukesältä jäätelöfirmat odottavat luonnollisesti lämpöä ja myöhäistä syksyä. Katseet ovat jo tiukasti tulevassa, sillä kumpikin isoista jäätelötoimijoista valmistelee ensi kesäksi noin 20 uutuutta. ”Jäätelö on uutuuksien tuoteryhmä”, Tanhuanpää toteaa.



Jäätelömarkkinoille tulee useita kymmeniä uutuuksia joka vuosi, mutta keustosuosikit säilyvät pitkään samoina.

Uutuudet pidetään tähän aikaan tietyistä visusti salassa. Seppälä kuitenkin vihjaa, että joukossa saattaa olla myös uu-

delleen heräteltäviä vanhoja tuotteita. ”Retrotuotteilla on melko vahva nostalgiaan perustuva

kuluttajapohja. Esimerkiksi Jaffa-mehujään retrokääre kasvatatti myyntiä.”

TERHI TORIKKA

Kananmunat oikein-päin pakkaukseen

hmettelen, kuinka huonosti onnellisempien kanojen munia tuottavat ja niitä pakkaavat henkilöt tuntevat oman elintarvikkeensa. Alueeltamme lopettivat munantuotannon perinteiset häkkipuutarat. Ottamatta nyt kantaa kanojen oloihin munat olivat laadukkaita ja ne oli pakattu oikein. Nyt en voi enää noudattaa sitä periaatetta, että ostan lähellä tuotettua ruokaa, joten kaupan hyllyiltä otetaan lattikanojen ja virikehäkkipuutarjojen tuotteita. Lähies poikkeuksesta jokaisessa kymmenen munan rasiassa on vähintään yksi muna väärinpäin, keittäessä halkeaa joka kolmannen munan kuori rikkoutuu ja sisältö menee hukkaan. Jos siedän pintaa koristavan ulosteeseen ja kuoren heikkouder, saisin kuitenkin munan pakattuna oikein päin? Munan pakkaaminen vaikuttaa sen säilyvyyteen, joten olisi toivottavaa, että näidenkin munien tuottajat ja pakkaajat ottaisivat asian vakavasti. Munan rakenteesta löytyy kuvia internetistä, ellei muuta oppimateriaalia halua lukea. Munan tylpässä päässä on ilmatila ja tämä puoli tulee asetettua kenoissa ylöspäin, jotta se ei vaurioidu.

MT:n lukijapalsta 3.8.

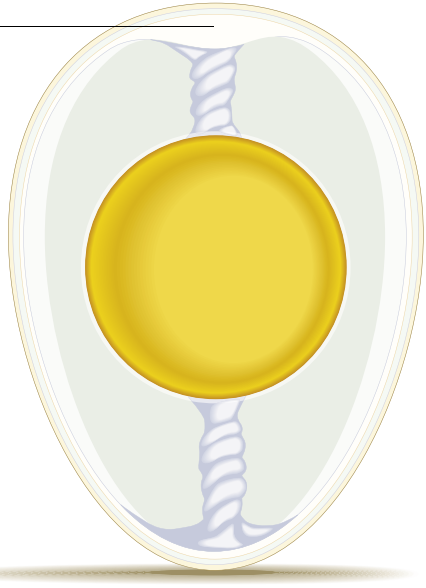
Asiantuntijat yksimielisiä: Kananmunan asennolla on väliä

Tylppä vai terävä pää ylöspäin pakkauksessa? Siinäpä vasta pulma. Kananmunan säilytysohjeissa kerrotaan yleisesti, että munat tulee säilyttää tylppä pää ylöspäin. MT:n lukijapalstalla (3.8.) väitettiin, että oikea säilytysasento vaikuttaa kananmunien säilyvyyteen. Maaseudun Tulevaisuus päättikin selvittää, missä asennossa kananmunia pitää säilyttää ja onko säilytysasennolla vaikutusta säilyvyyteen. Kysymys oikean säilytysasennon merkityksestä muodostuikin yllättävän vaikeaksi.

Tylppä pää ylöspäin
Haastattelujen ehdoton yksimielinen kanta oli, että kananmunat pitää pakata ja säilyttää tylppä pää ylöspäin. ”Kanan muniessa ilmakupla muodostuu luonnollisesti munan tylppään päähän”, kertoo toiminnanjohtaja **Lea Lastikka** Siipikarjalitosta. Luonnollisessa asennossa kananmunan rakenne on kaikkein parhain ja keltuainen kiinteästi valkuaisen ympäröimänä. ”Jos kananmuna pakataan toisin päin, pyrkii ilma ylös toiseen päähän. Liike rikkoo kananmunan rakenteen”, kertoo yliopistonlehtori **Jarmo Valaja** Helsingin yliopiston maataloustieteiden laitokselta. Myös Satamuna Oy:n toimitus-

A-luokan munan laatuvaatimuksia

- säilytys tylppä pää ylöspäin
- ilmatilan korkeus enintään 6 mm, ei saa liikkua
- täytyy olla puhdas, ei saa pestä tai puhdistaa



ELINA HELMANEN

MT Lähde: EU:n komissio

Traktorikauppa käy viime vuoden tahtiin

MT		Tammí–heinäkuu 2012				Heinäkuu 2012		
		Markkinaosuus		Kpl	Muutos ¹⁾ , kpl	Markkinaosuus, %	Kpl	Muutos ¹⁾ , kpl
		%	Muutos ¹⁾ , %-yks.					
		44,4	–2,5	895	–168	43,2	51	–8
		14,0	–2,7	283	–96	8,5	10	–2
		12,9	–1,4	261	–63	15,3	18	6
		11,9	0,9	240	–9	13,6	16	5
		5,8	0,3	117	–8	3,4	4	–1
		4,6	2,1	93	36	3,4	4	–2
		1,4	1,0	29	18	0,9	1	10
		0,8	–0,5	17	–14	3,4	4	0
		4,1	2,8	82	54	8,5	10	–5
				2 017	–250		118	3
				1 497	563		179	43
				3 514	313		297	46

¹⁾ Verrattuna edellisen vuoden vastaavaan ajankohtaan.

²⁾ Mönkijät ym.

kuun alussa olleet kymmenen vuotta Kesköllä. Traktorin markkinaosuus on 2000-luvun alun noin seitsemästä prosentista noussut. Alkuvuonna merkin markkinaosuus oli 12,9 prosenttia, mutta heinäkuussa se nappasi 15,3 prosentin siivun Suomen traktorimarkkinoista. Massey-Fergusonit ovat elo-

Maatalouskesko ja vuodesta 2009 Konekesko ovat toimittaneet kymmenen vuoden aikana yli 4 300 Massey-Fergusonia suomalaisille viljelijöille ja urakoitsijoille. Baltiassa Kesko aloitti Massey-Fergusonin myynnin vuonna 2004. Heinäkuussa mönkijöitä ja

pieniä, alle 35 kilowatin traktoreita ensi rekisteröintiin yhteensä 179, mikä on 43 enemmän kuin viime vuoden heinäkuussa. Koko alkuvuonna traktorimönkijöitä on ensirekisteröity 1 497, jossa on huima 563 koneen lisäys viime vuoden vastaavasta ajanjaksosta.

MAIKKI KULMALA

MAASEUDUN TULEVAISUUS TIEDOTTAA:

**Ilmoitusautomaattimme
0600-18330 suljetaan 17.8.2012.**

Jatkossa palvelemme numerossa 020 413 2321 arkisin klo 8–16.

Voit lähettää ilmoituksesi myös sähköpostilla:
ilmoitus@maaseuduntulevaisuus.fi

MAASEUDUN TULEVAISUUS