UUTISET

Ruuan tilaaminen netistä yleistyy

Ruuan myynti internetissä kasvaa voimakkaasti. Siitä huolimatta myyntimäärät ovat vielä pieniä.

Viimeisen puolen vuoden aikana ruuan verkkokaupassa on tapahtunut paljon, sanoo tutkimuspäällikkö **Reeta Sutinen** TNS Gallupista.

Uusia toimijoita on tullut alalle ja osa on lopettanut. Suunnannäyttäjänä on toistaiseksi toiminut S-ryhmä.

Pienet toimijat ovat erikoistuneet muun muassa luomuun sekä lähiruokaan.

Pääkaupunkiseudulla jo kymmenen myy netissä

Ruuan verkkokauppa näyttää keskittyvän toistaiseksi pääkaupunkiseudulle, jossa toimijat kokeilevat lähteekö myynti käyntiin.

”Pääkaupunkiseudulla on nyt noin kymmenen ruokaa verkossa myyvää toimijaa ja lisäksi muualla Suomessa on muutama yrittäjä”, Sutinen kertoo.

Jatko riippuu siitä, miten tarjonta ja logistiikka kehittyvät. TNS Gallupin Päivittäistavarakaupan digitalisoitumista luotaavassa tutkimuksessa ilmeni, että suomalaiset kuluttajat eivät vielä tunnu olevan kovin kiinnostuneita hankkimaan päivittäisiä tuoretuotteita verkosta.

Eniten kiinnostivat pitkään säilyvät tuotteet sekä lähi- ja luomuruoka.

Noutopisteiden suosio yllätti

Tutkimuksessa ilmeni, että mieluiten verkossa asioivat haluavat tuotteet kotiovelle. ”Yllättävän suosituksi nousi myös toive noutopisteestä, esimerkiksi lähimmästä kaupasta”, Sutinen toteaa.

Noutopistettä puolustaa se, että silloin ei tarvitse olla kotona tiettyyn aikaan.

Myös kulttuuriset syyt ovat noutopisteen kannalla.

”Iso-Britanniassa on maitomiehillä pitkät perinteet ja se puoltaa perusruokakorinkin toimittamista verkkokaupasta kotiin”, Sutinen sanoo.

Tescon liikevaihdosta Iso-Britanniassa pari vuotta sitten 5 prosenttia tuli ruuan verkkomyynnistä.

”Suomessa ruuan nettimyynnin arvo on vielä marginaalista, mutta se kasvaa nyt voimakkaasti.”

TUURE KIVIRANTA

KIMMO HAIMI

Suomen suurin ruuan verkkokauppapalvelu on tällä hetkellä S-ryhmän Foodie.fm. Palvelussa ovat tarjolla kaikkien S-ryhmän kauppojen valikoimat.

Tekniikka erottaa normaalista kaupasta

Jos yrittäjällä on kokemusta tavallisen kaupan pitämisestä, tärkein ero verkkokauppaan siirtymisessä on teknologia. ”Haastavinta alussa oli kaupassa käytettävän teknologia-alustan ja sen toimittajan valinta”, **Tuula Kukkola-Räinä** Viskaalin kaupasta kertoo.

”Verkkokaupan toiminnallisuus ja ulkoasu ovat tärkeitä. Samoin ohjelmiston käytön opettelu. Tavarantoimittajayhteydet, logistiikka ja markkinointi ovat sitä samaa kuin muunkin kaupan perustamisessa. Tosin asiakaspalvelu ja sähköinen markkinointi korostuvat.”

Oulun seudulla ja Raahessa toimivasta Viskaalin kaupasta pystyy tilamaan muun muassa lihaa, meijerituotteita, leivonnaisia, vihanneksia ja kuivatuotteita.

Ostokset toimitetaan kotiin Oulun alueella tai ovat noudettavissa noutopisteistä, joita on kaksi Oulussa, yksi Raahessa ja yksi Viskaalin tilalla Muhoksella.

Toimitettava minimiostossumma Viskaalin kaupassa on 30 euroa. Kuljetusmaksu 30–150 euron ostoksista on 5 euroa tilaukselta. Yli 150 euron ostoista kuljetusmaksua ei peritä.

Toimitusten jakelupäivä on Oulussa torstai, Raaheen ja Viskaaliin perjantai. Tilaukset kuljetetaan kotiin Oulun kaupungin alueella kello 15 ja 21 välillä.

”Haluamme tarjota aina mahdollisimman tuoretta tavaraa. Siksi seuraavan viikon torstaiksi haluttujen tuotteiden tilausten tulee olla meillä viimeistään sunnuntai-iltana.”

TUURE KIVIRANTA

S-ryhmällä jo 300 000 käyttäjää

Suomen suurin ruokaverkkopalvelu on tällä hetkellä Foodie.fm. Sivustolla käyttäjät voivat ostaa ruokaa, luoda ostoslistoja sekä etsiä ideoita ruoanlaittoon reseptipankista ja ruokablogista.

”Palvelussa ovat S-ryhmän kaikkien myymälöiden valikoimat ja hinnat. Käyttäjät voivat ostaa ruokaa S-ryhmältä kotiinkuljetuksella pääkaupunkiseudulla, Kuopiossa ja Oulussa”, markkinointijohtaja **Hanna Manninen** Foodiesta kertoo.

Pääkaupunkiseudulla ruokaa voi ostaa myös noutomyyntinä Kannelmäen Prismasta ja Viherlaakson Alepasta.

Ostokset maksetaan tilausta noudettaessa tai kuljetuksen yhteydessä. Pääkaupunkiseudulla noutomyynti maksaa S-bonuskortilla 3,90 euroa ja kotiinkuljetus 9,90 euroa. Ilman S-korttia kotiinkuljetus maksaa 12,90 euroa ja noutomyynti 6,90 euroa.

Jos käyttäjä ei asu toimitusalueella, voi hän silti käyttää Foodien resepti- ja ostoslistapalvelua.

Ostoslistan voi laatia palvelussa reseptien, tuoteselauksen tai ostoslista-sivun kautta. Listan voi joko tulostaa paperille tai säilyttää kännykässä kauppaan mennessä. Tai lähettää sähköisesti kauppaan menevälle puolisolle tai kaverille.

”Tällä hetkellä Foodiella on 300 000 käyttäjää ja käyttäjämäärä on kasvanut tasaista vauhtia viimeisen kahden vuoden aikana. Palvelun käyttö jakaantuu verkkokauppakäyttäjiin ja reseptiikan ja muiden ominaisuuksien käyttäjiin”, Manninen kertoo.

TUURE KIVIRANTA

Tammiselle verkkopalvelu enemmän imago- kuin volyymikysymys

Lihatukku Tamminen käynnisti joulukuun puolivälissä Lihalaatikko-verkkopalvelun, josta voi ostaa kymmenen kilon lihalajitelmia. Tuotteisiin on merkitty lihakarjan rotu sekä tila, jolta liha on peräisin. Paistit, fileet ja palaliha on leikattu käsin ja raakakypsytetty, jauheliha on tuoretta ja vastajauhettua.

Laatikko kuljetetaan tilaajalle Itellan uuden kylmäkuljetuspalvelun avulla.

Tamminen Oy:n toimitusjohtaja **Pasi Tamminen** ei paljasta, millaisia määriä laatikoita on myyty. Hän toteaa kuitenkin, että menekkiin ollaan tyytyväisiä.

”Emme mittaa pelkästään sitä, paljonko laatikoita menee, vaan myös sitä, miten meistä puhutaan sosiaalisessa mediassa ja muualla.”

Positiivista palautetta on hänen mukaansa tullut paljon.

Lihalaatikkoa ei ole tarkoitettu bulkkituotteeksi, vaan se on suunnattu laatua ja eettisyyttä arvostaville kuluttajille.

”Aika moni ajaa tällä hetkellä pitkiäkin matkoja hakeakseen lihaa suoraan tiloilta. Toimme heille helpomman vaihtoehdon.”

Lihalaatikkoa ei vielä pystytä toimittamaan koko maahan, mutta kevään ja kesän aikana koko Suomi aiotaan saada palvelun piiriin. ”Mistä postinumero löytyy, sinne pakettipalvelukin tulee.” Rajoittava tekijä on ainoastaan se, että kylmäkuljetettavan paketin pitää olla asiakkaalla vuorokauden kuluessa siitä, kun se lähtee Tammiselta.

Johannes Inkiläinen pakkaa Lihatukku Tammisen kuluttajalle postitettavia lihalaatikoita.

Pasi Tamminen kertoo, että yrityksen palvelu on herättänyt kiinnostusta muissa elintarvikealan toimijoissa. ”Esimerkiksi eräs meijeri on ollut kiinnostunut Lihalaatikon toiminta-ajatuksesta. He pohtivat, pitäisikö heidänkin tehdä jotain vastaavaa.”

Tamminen arvelee, että alalle saattaa muutaman vuoden kuluessa tulla uusia toimijoita, jotka kasaavat sopivan valikoiman eri tukkujen tavarasta, pakkaavat ne laatikkoon ja toimittavat asiakkaan kotiovelle.

Toistaiseksi laajemman valikoiman verkkokauppaa tehdään lähinnä suurissa kaupungeissa.

SATU LEHTONEN

Moni perheenäiti ostaisi ruuan verkosta

Kysyimme facebookissa lukijoiden kokemuksia ruuan verkko-ostamisesta.

”Voi kun se täällä olisikin mahdollista”, vastasi maaseudulla asuva perheenäiti.

”Jos olisi mahdollista ostaa verkosta, tekisin sen varmasti”, toteaa toinen maalla asuva, työssä käyvä pienten lasten äiti. ”En haluaisi viettää puoltatoista tuntia viikossa kaupassa + matkat päälle.”

Kaupungeissa verkko-ostaminen on helpompaa.

Helsingin keskustassa asuva **Bodil Rosengren** kertoo tehneensä ruokaostoksia netistä silloin tällöin. ”On ollut tapana tehdä noin kerran kuukaudessa isommat ostokset verkossa. Ostan muun muassa säilykkeitä, pakasteita, vessapaperia, lihaa ja pastaa.”

Rosengren asuu hissittömän talon neljännessä kerroksessa, joten ostosten saaminen kotiin kannettuina säästää aikaa ja vaivaa.

”Haittapuolena on, että alalla on hyvin vähän kilpailua ja hinnat korkeahkot.”

Rosengren arvioi, että verkkokaupasta otetut tuotteet maksavat noin 10 prosenttia enemmän kuin kaupasta haetut. Sen päälle tulee kotiinkuljetusmaksu.

Rosengren käyttää yleensä Ruoka.net -palvelua, joka toimittaa ruokaa Helsingin, Espoon, Vantaan ja Kauniaisten alueelle. Hän on kokeillut myös Alepan Kauppakassi-palvelua.

Välikäsiä halutaan karsia

Helsinkiläinen **Sanna Otras** kehuu verkkokauppojen valikoimia ja toimitusnopeutta. Mausteita hän on tilannut Ruohonjuuresta ja chilituotteita Poppamiehestä.

Seuraavaksi Otras aikoo kokeilla Tammisen lihalaatikkoa sekä Hultgårdin verkkokauppoja. ”Houkuttaa ostaa niin, ettei Kesko pääse väliin.”

Otras ostaisi mielellään verkosta paljon nykyistä enemmän ruokaa, mutta nimenomaan suoraan tuottajilta tai pienemmiltä myyjiltä.

”Suurin osa isojen markettien verkkokaupoista on aika kalliita. Jos ostaisin suoraan tuottajalta tai pienemmältä myyjältä, niin korkeampi hinta ei haittaisi. Itselle jäisi hyvä mieli, kun tietäisi, että katteet päätyvät keskusliikkeiden sijaan lähemmäs tuottajaa.”

Otrasta hiukan häiritsee, että verkkokaupoissa tuntuu olevan tarjolla enimmäkseen luomua. ”Itse asiassa voisin siirtää jopa suurimman osan ruokaostoksistani verkkokauppaan, jos vain löytäisin verkkokauppiaan (tai jopa useamman) joka myisi myös ei-luomua.”

Lähiruuan tilaus nettilomakkeella

Keski-Suomessa toimii tällä hetkellä kahdeksan Japa ry:n perustamaa lähiruokapiiriä. Japa on kestävää kehitystä edistävä yhdistys, jonka asukasyhdistykset perustivat vuonna 2001.

Piirien kautta alueen asukkaat voivat tilata tuotteita suoraan lähiseudun tuottajilta noin kerran kuukaudessa.

Yhteistilaukseen osallistutaan tekemällä oma tilaus nettilomakkeella viimeistään viikkoa ennen tilausten jakoa.

Uuraisten lähiruokapiirin vetäjä ja tilaaja **Satu Linna** kertoo omien kokemustensa olleen pelkästään positiivisia.

”Olen itse ostanut lähiruokapiirin kautta naudanlihaa, viljatuotteita, juureksia, hunajaa, mehuja ja hilloja. Tuotteet ovat olleet laadukkaita.”

Jatkossa suunnitelmissa on tinkimaidon myynti piirin kautta tai ainakin niin, että maidontuottajat voivat halutessaan käyttää ruokapiirejä markkinointikanavana.

Linnalle tuotteiden laatu ei ole ainut tärkeä asia. ”Lisäarvoa tuo tieto siitä, mistä ruoka on peräisin ja se, että hankintani myötä eurot jäävät omaan maakuntaan ja suoraan tuottajille.”

SATU LEHTONEN

Itella uskoo Termo-palvelun lisäävän ruuan verkkokauppaa

Verkkokaupasta tilattua ruokaa liikkuu Itellan palvelujen kautta vielä varsin vähän, arvioi Itellan Termo-palvelusta vastaava **Pekka Kuronen**.

Hän ei tosin pysty sanomaan, miten paljon postikuljetuksina liikkuu sellaista ruokaa, joka ei vaadi kylmäkuljetusta.

Vuodenvaihteessa Itella avasi uuden elintarvikkeiden Termo-kylmäkuljetuspalvelunsa kuluttajille. Termo-palvelu toimii valtakunnallisesti.

Ensimmäinen asiakas on Tammisen lihatukku.

”Termo-palvelun volyymit ovat vielä melko pienet, mutta toivottavasti lähtevät kasvamaan”, Kuronen toteaa.

Automaateista apua

Ruuan verkkomyyntiä helpottavat erilaiset pakettiautomaatit.

Helsingin Viherlaakson Alepassa kokeillaan parhaillaan ensimmäistä kylmälokeroita sisältävää pakettiautomaattia.

”Voit tilata ostokset netin kautta. Kaupassa ne kerätään ja laitetaan kylmälaatikkoon, jossa ne odottavat töistä tulijaa.”

Tällainen pakettiautomaatti on aika iso investointi, joten se edellyttää riittäviä ihmisvirtoja, Kuronen sanoo. ”Mutta miksei näitä voisi olla kyläkauppojen yhteydessä tai jollain ABC-huoltamoilla.”

Pakettiautomaatin kautta voi sekä lähettää että vastaanottaa paketteja.

”Moni ostaa verkkokaupasta tuotteen, ohjaa sen pakettiautomaattiin ja hakee paketin haluamaansa aikaan. Kännykkään tulee koodi, jolla lokeron oven saa auki.”

Lisääntyy hitaasti

Ruuan verkkokauppa lisääntyy, mutta kasvuvauhtia Kuronen ei lähde ennustelemaan.

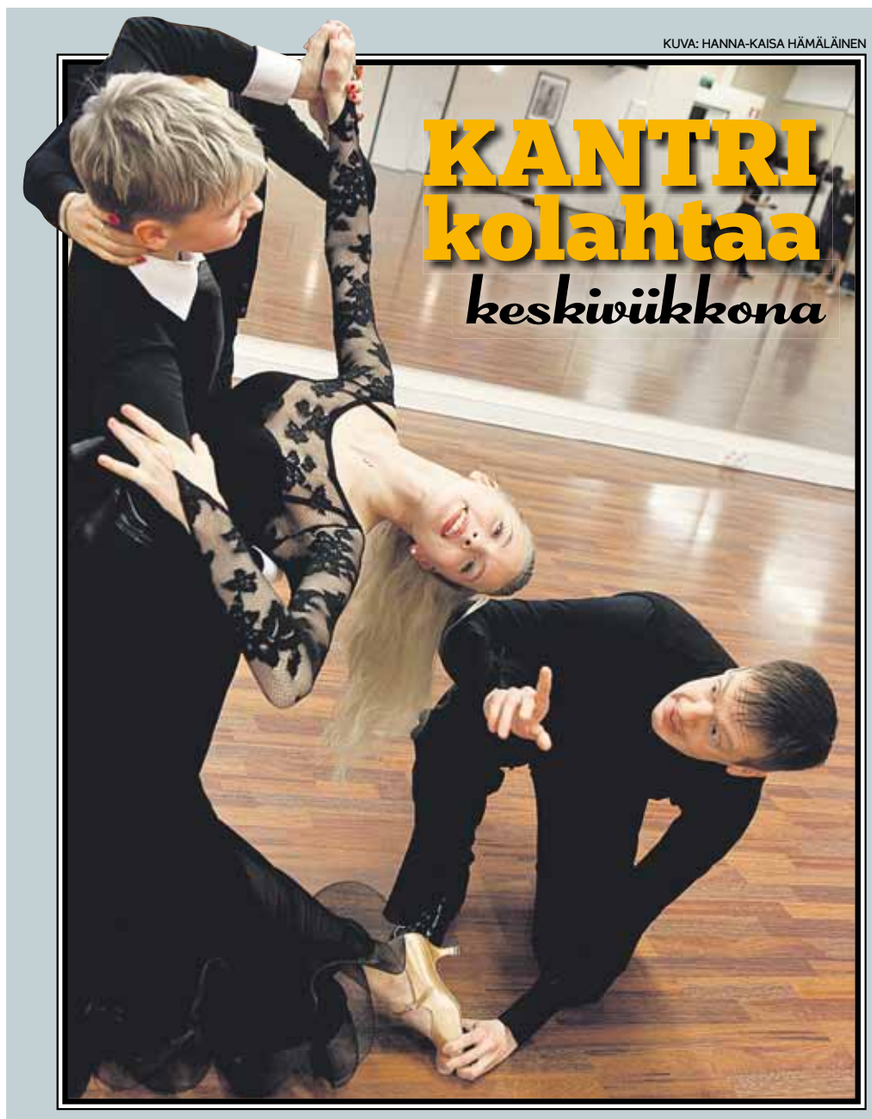
Suomen harva asutus ja pieni kuluttajamäärä jarruttavat kasvua. Jakelukulut nousevat helposti korkeiksi suhteessa tuotteen arvoon. Kuronen arvioi, että verkkokaupan kasvu vaatisi ”välitoimijoita”.

”Kuluttaja voisi tilata esimerkiksi pienen erän juustoa, hiukan lihaa ja muita tuotteita. Kylmäterminaalissa eri toimittajien tuotteet yhdisteltäisiin ja lähetettäisiin asiakkaalle.”

Lisäksi tarvitaan ehkä sukupolvenvaihdos. Nuoret ovat tottuneet asioimaan verkossa, joten he ehkä haluavat tulevaisuudessa ostaa ruokansakin sitä kautta.

SATU LEHTONEN

KUVA: HANNA-KAISA HÄMÄLÄINEN



HELMIKUUN NUMEROSSA:
Kilpatanssijat tähtäävät huipulle • **Ruis** – kansallisviljamme
Koirankarvoista lämmikettä • **Eläinsuojelu** puhuttaa