VIIKONVAIHDE

PASSIPAIKALLA

Katainen keulaan

Jyrki Kataisen (kok.) hallituksella on ahdistuksen ajat. Eduskunnan kyselytunnit ovat hyvä mittari. Kevätkaudella pääministeri nousi yhä useammin miehekkäästi itse puolustamaan hallitustaan.

Hallituksen alkutaipaleella kansanedustajat testasivat erityisesti valtiovarainministeri **Jutta Urpilaista** (sd.). Syksystä lähtien joka viides kysymys on ositettu pääministerille. Kokonaistilastossakin Katainen lennähti Urpilaisen ohi 265-240. Urpilainen joutui silti monesti selittämään Kreikka-takuiden salaamista.

Kolmanneksi nousi uuttera työministeri **Lauri Ihalainen** (sd.), jolle puhemies joutui varmaan useimmin huomauttamaan minuutin aikarajasta.

Opetusministeri **Jukka Gustafsson** (sd.) nautti kyselytunneista täysin rinnoin. Puoluejohto katkasi kirin tylysti ja lähetti veteraaniedustajan takaisin kyselijöiden puolelle.

Tussahtaneet suosikit

Peruspalveluministeri **Maria Guzenina-Richardson** (sd.) oli kevään 2012 kyselytuntien kuningatar. Vastausten asiasisällössä tosin oli paljon toivomisen varaa.

Tämän kevään kyselytunneilla Guzenina-Richardson jättäytyi vetämättömäksi. Ilmeisesti hän tiesi hyvissä ajoin saavansa potkut.

Uusi peruspalveluministeri **Susanna Huovinen** (sd.) vastaili alusta pitäen edeltäjäänsä varmaotteisemmin. Huovinen selviytyi leikiten, kun Guzenina-Richardson ryhtyi ensitöikseen piinaamaan häntä kyselytunnilla.

Ei uskoisi, että ulkomaankauppa on tällä hetkellä Suomen suurin ongelma. Yksikään kansanedustaja ei kysynyt koko keväänä ulkomaankauppaministeri **Alexander Stubbilta** (kok.) yhtään mitään. Viimeksi Stubbilta kysyttiin lokakuussa.

Stubb tuli vaaleissa eduskuntaan valtakunnan äänikuninkaana. En ole nähnyt vielä yhtään kriittistä analyysiä tästä median luomuksesta, joka saa kuulemma itse valita, ryhtyykö kokoomuksen puheenjohtajaksi vai EU-komissaariksi.

Johtajilla sanansija

Kyselijöiden tilaston voitti tänäkin keväänä **Timo Soini** (ps.). Kannoilla tuli **Juha Sipilä** (kesk.).

Puhemies **Eero Heinäluoma** (sd.) antaa puoluejohtajille entistä enemmän näkyvyyttä kyselytunnilla. Itsesuojeluvaisto määrää hänet oppositiojohtajien tasapuoliseen kohteluun, mutta myös päähallituspuolueiden ryhmänjohtajat, kokoomuksen **Petteri Orpo** ja SDP:n **Jouni Backman** pääsevät tärkeissä keskusteluissa ääneen.

Keskustan ryhmänjohtaja **Kimmo Tiilikainen** ja ikinuori **Mauri Pekkarinen** (kesk.) ovat ahkeruudessa lähes puoluejohtajien veroisia kyselijöitä, vaikka Pekkarinen ei aina muista, että pitäisi jotain kysyä.

Riviedustajista ovat poikkeavia talousnäkökulmia esittelevä **Kaj Turunen** (ps.) ja ruuan alkuperämerkintöjä tiukasti vaativa **Anne Kalmari** (kesk.) olleet kevätkaudella eniten esillä. Hallitusryhmistä poimitaan herkimmin **Ben Zyskowiczin** (kok.) kysymykset.

Soini ja perilliset

Perussuomalaisten puheenjohtaja Timo Soini koki jättimenetyksen. Hän uhrautui jäämään Suomeen, vaikka olisi kuulemma päässyt Brysselissä nationalistien internationaalin johtajaksi.

Suomeksi tuo tarkoittaa kansalliskiihkoisten puolueiden kansainvälistä keskusliittoa. Monenlaisella humpuukilla politiikkaa myydään.

Uusi varapuheenjohtaja **Jussi Niinistö** on noussut vakavalla puolustusosaamisella puolueen perintöprinssiksi. Kyky nopeatahtiseen keskusteluun hänellä on vielä harjaantumaton.

Varapuheenjohtaja **Hanna Mäntylä** vaikuttaa ryhmänsä suupalttinaisten rinnalla hiljaiselta viisaalta. Taustaltaan suomensisulaiselle **Juho Eerolalle** on usein vaikeaa pysyä käsiteltävässä asiassa.

Soini valitutti varapuheenjohtajikseen nelikymppisten sisäsiistien kansanedustajien vitjan. Puolueen sanotaan tasanneen tietään hallitukseen. Odotamme vesi kielellä, miten vanhavennamolainen **Pentti Oinonen** (ps.) äänestää 700 kertaa kaikkien niiden budjettileikkausten puolesta, jotka seuraavan hallituksen on pakko tehdä.

PEKKA ALAROTU

VIIKON VÄRSSY

Kirjosieppo kiukkulintu
toukokuulla puiston valtas
kodiksensa koivupöntön
asunnoksi akallensa
pesäseksi poikasille
kolon kolmen reiät vahti
esti tintin perheen laiton
hääti poies leppälinnun

Valppahasti kukko kyttäs
kana hautoi hartahasti
komiasti lauloi koiras
jalkavaimoako koitti
munain kuoret vihdoin rikki
pohjaan pöntön parvi syntyi
apehuoltoon ankarahan
livertely lemmen loppui

Taivas tumma vettä mätti
alkoi stressi kirjolinnun
kuusen alla kuiva kohta
nokka sääsken löysi sieltä
poikasille syötäväksi
väliin helle hellä helli
korentoa, surviaista
lihatiski täynnä luonnon

Sitten juuri Jussin alla
suviaamun alkajaisiks'
pienet pörräs höyhenpallot
poies synnyinkodistansa
hyttysjahdin koulu alkoi
muuttomatkan tankin täyttö
ottaa lento Afrikkahan
liki kahden gramman rasvat

JUHA AALTOILA

Paikallisesta osuuskunnasta vastavoimaa ketjukaupalle

Helsinkiläinen ruokakauppias rohkaisee teollisuuden ja kauppaketjujen talutusnuoraan kyllästyneitä viljelijöitä perustamaan osuuskuntia. Joukkovoima loisi taloudellista vakautta ja laadukkaita tuotteita.

Kauppias **Niina Hietalahti** patistaa suomalaisia maanviljelijöitä ja pk-elintarvikeyrittäjiä kiinnostumaan kuluttajista: mitä he arvostavat ja haluavat ostaa.

”Mitä on liiketoiminta, jolle ei ole asiakkaita mietittynä?” kysyy Anton & Anton -myymäläketjun perustanut Hietalahti.

Hän rohkaisee tuottajia tähyilemään ympärilleen ja miettimään yhteisen osuuskunnan perustamista. Sen sijaan, että jokainen puurtaa yksin, osuuskunta hoitaisi tuotteiden jalostuksen, myynnin, markkinoinnin ja logistiikan.

Osuuskunnan turvin voitaisiin erilaistua ja miettiä vaihtoehtoja, joilla saadaan parannettua kannattavuutta ja tuotua markkinoille kiinnostavia jalosteita, joita kuluttajat haluavat ostaa ja joilla on vientimahdollisuus.

”Alueen lihan- ja maidontuottajat, teurastamo, makkaratehdas ja meijeri toimisivat yhteisen brändin alla.”

Sopimustuotanto ennakoi

Hietalahden neuvo elintarvikeketjun alkupäähän on, että tuotanto ja hinnoittelu pitää suunnitella useaksi vuodeksi eteenpäin. Maanviljelijänkin on syytä tarkkaan pohtia, millä hinnalla tuote myydään loppuasiakkaalle.

Tuottajien pitää olla ylpeitä tuotteistaan. Heidän on osattava hinnoitella ne oikein sortumatta kuitenkaan ylihinnoitteluun.

Elintarvikeketjussa pääsee usein unohtumaan, että tuotantoa pitää saada kaupaksi myös sesonkien ulkopuolella.

”On osattava ennakoida”, Hietalahti painottaa. Esimerkiksi hän ottaa lampaanlihan.

Anton & Antonissa myydään sitä tuoreena läpi vuoden, koska se hankitaan suoraan sopimustuottajalta.

”Joka syksy saamme tuottajilta puheluita ja meiltä kysytään, voimmeko ottaa lammasta. Mutta emme voi ottaa myyntiin suuria määriä.”

Ennakointia ja sitoutumista Hietalahti kaipaa myös S- ja K-ketjuilta, jotta lampurit voisivat suunnitella teurasmääriä.

”Miten kauppa voi sanoa pääsiäisenä, ettei kotimaista lampaanlihaa ole saatavilla, kun tosiasia on, ettei pitkiä sopimuksia lampureiden kanssa tehdä?”

Hankkeista ei juuri apua

Hietalahti kaipaa Suomeen tahoa, jonka puoleen pienyrittäjä voi kääntyä markkinointiin ja tuotteistamiseen liittyvissä ongelmissa.

Yrittäjien tietämättömyys kuluttajista näkyy esimerkiksi pakkauksissa.

Liian usein Anton & Antoniin tarjotaan myyntiin laatutuotteita, joiden mahdollisuudet ruma tai toimimaton pakkaus pilaa, Hietalahti kertoo.

Hankkeista kauppias ei usko elintarvikealalle apua löytävän.

Lähi- ja luomuruuan ympärille on vuosien varrella rakennettu jos jonkinnäköistä projektia ja hanketta. Rahaa on käytetty suuriakin summia, mutta mitä on jäänyt käteen. ”Eipä juuri mitään”, Hietalahti vastaa omaan kysymykseensä.

Iso osa hankkeista on ollut ja on edelleen liian pieniä ja paikallisia. Lyhyen aikaa ne tarjoavat töitä vetäjälleen ja kenties auttavat markkinoinnin alkuun paikallisia yrityksiä. Kun hanke rahoineen loppuu, mitään pysyvää liiketoimintaan ei ole syntynyt.

Mihin rahat sitten olisi pitänyt käyttää? Logistiikan kehittämiseen, Hietalahti vastaa napakasti. Sen toimimattomuus on kaikkien pienten elintarvikeyritysten suuri yhteinen ongelma, joka olisi pitänyt ratkaista vuosia sitten.

Tarvitaan kipeästi Itellan kylmäkuljetuksen kaltaisia palveluita. Itellakin toi omansa markkinoille vasta tämän vuoden alussa.

MAIJA ALA-SIURUA

KAUPPA

Anton & Anton

Niina Hietalahden perustama. Ensimmäinen myymälä avattiin syyskuussa 2008 Porvoossa.
Nykyisin kaksi myymälää Helsingin keskustassa.
Pääomistaja Tukku Heino Oy.
Yhteensä 10 omistajaa.
Valikoimissa noin 1 500 tuotetta sesongista riippuen.
Liikevaihto vuonna 2012 2,96 miljoonaa euroa, 2011 2,3 miljoonaa euroa
Työntekijöitä 30
Tavarantoimittajia noin 80

JAANA KANKAANPÄÄ

Tuottajien pitää olla ylpeitä tuotteistaan, Niina Hietalahti sanoo. Anton & Antonilla on nykyään 30 työntekijää ja noin 80 tavarantoimittajaa.

Kauppias sanoo ei polkumyynnille

Ruuan halpuus on aina revitty jonkun selkänahasta

Helsinkiläinen ruokakauppias ja sikatilallisen tytär **Niina Hietalahti** kyllästyi marketien tarjontaan. Sieltä ei löytynyt ruokaa, jota hän olisi halunnut syödä tai tarjota läheisilleen.

Hän päätti perustaa kaupan, jossa itsekin haluaa asioida.

Syntyi Anton & Anton -myymäläketju, joka keskittyy tarjoamaan mahdollisimman lähellä tuotettuja, pääosin kotimaisia ja sesongin mukaisia elintarvikkeita.

Anton & Anton ei myy halpaa ruokaa. ”Meillä ei ole varaa polkuhinnoitella”, Hietalahti sanoo.

”Me” tarkoittaa niin Suomea, suomalaisia tuottajia kuin kauppiasta.

Hietalahti ei ymmärrä eikä oikein edes hyväksy, että kotimaisia uusia perunoita tai varhaisvihanneksia myydään sisäänheittohinnoin juuri, kun ne ovat parhaimmillaan ja viljelijöiden pitäisi saada niistä paras mahdollinen hinta.

Polkumyynti laskee tuotteiden ja tuottajien arvostusta, kauppias perustelee.

Hän uskoo, että esimerkiksi suomalainen peruna voi olla uusi Nokia.

”Meillä on maailman paras peruna. Se pitää tuotteistaa niin, että maailmalla peruna yhdistetään aina Suomeen.”

Ylipäätään me asumme Hietalahden mielestä niin kalliissa maassa, ettei meillä ole varaa raaka-ainevientiin.

Jokaisen tuotteen pitää olla pitkälle jalostettu, jotta sillä voidaan käydä kannattavaa ulkomaankauppaa.

Kauppias muistuttaa, ettei halpaa ruokaa ole olemassa. Halpuus on aina revitty jonkun selkänahasta: tuottajan, jalostajan, kauppiaan tai kuluttajan.

Hän kertaa esimerkin uusista perunoista syvän huokauksen saattelemana.

MAIJA ALA-SIURUA

Anton & Antonin valikoimissa noin 1 500 tuotetta sesongista riippuen