

UUTISET

Ruokaketjun molemmat päät tyytyväisiksi

Kuluttajien ja tuottajien toiveet on mahdollista yhdistää ja Suo-
messakin saada ruuasta reilua hintaa.

Tähän tulokseen tulivat kolme tutkimuslaitosta, jotka pohtivat kahden vuoden ajan ruokaketjun kahden pään toiveiden täyttämistä.

Pellervon taloustutkimus PTT, Kuluttajatutkimuskeskus ja Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskus MTT julkistivat perjantaina Vuorovaikutteinen ja vastuullinen elintarvikeketju -hankkeen tulokset.

Aivoriihi päätyi siihen, että tavoitteet ovat yhteneväiset: herkullinen ja terveellinen ruoka, jonka alkuperä ja tuotantotavat tunnetaan, vastuullisuus, edullinen hinta mutta kunnon korvaus tuottajille, maataloustuotannon säilyminen Suomessa, maatilojen arjen tunteminen ja suora vuorovaikutus ja myynti.

Tähän tarvitaan nykyistä porem-paa vuorovaikutusta. ”Jonkun muun” sijasta on saatava työhön koko ruoka-ala, isot ja pienet toimijat. Hankkeen tarkaisu-ehdotukset-julkaisussa on kuvattu ”hankauskohta” ja heti perään ratkaisuehdotus.

Viranomaisten pitäisi tarkistaa esimerkiksi tuottajatorien ja tilamyynnin sääntelyä, paikallisyhteisön tiivistä yhteistyötään ja tuottajien verkostoitua. Suoramyyntiä voi järjestää osuuskun-

tana ja jäseniksi ja myyjiksi ottaa myös kuluttajia.

Myös kunnat tai seutukunnat voisivat kouluttaa, markkinoida ja tiedottaa. Toimivana esimerkkinä mainitaan lähiruokaan sitoutunut Kiuruveden kaupunki ja uusina ideoina maakunnallinen tuottajatori, lähiruuan jake-luauto ja maanlaajuinen verkko-kauppa elämyspuoteineen.

Kauppa mukaan reilun tulonjakoon

Kaupalla on ruokaketjussa iso rooli. Sen toivotaankin koulut-tavan pk-yrittäjiä, kehittävän valikoimapolitiikkaansa, joustavan toimitusehdoissa ja ottavan pientuotteet kilpailuedukseen. Tuottajien kanssa kauppa voisi perustaa shop in shop -myymälöitä, tehdä tuote-esittelyjä ja aloittaa Tutustu tuottajaan! -ta-pahtumia.

Kaupan ja tuottajien kanssa tulisi sopia reilusta tulonjaosta: hinnoitteluperiaatteista ja ”rei-lun hinnan” lisäarvosta, josta molemmat hyötyvät.

Vuorovaikutusta voi parantaa myös päiväkotien ja koulujen ti-lavierailujen, taksvärkkipäivien, avoimien ovien, kummitoimin-nan, ja tiedotuksen kautta. Maa-tilan arkea voisi avata videoblogien, maatilajuttujen ja yksittäi-set viljelijöiden videosoitteiden avulla.

EIJA MANSIKKAMÄKI

Suomalainen viittaa kintaalla kasviksille

Lautasmalli on OECD:n tilaston mukaan suomalaisilla täysin hukassa. Suurin osa suomalai-sista ei syö hedelmiä tai kasvik-sia joka päivä.

Jokapäiväinen hedelmien syönti on Suomessa harvinaisinta kaikista OECD-maista. Hedelmiä tai marjoja syö joka päivä miehistä vain joka viides ja naisista alle puolet.

Kasviksia Suomessa syödään päivittäin toiseksi vähiten – vain saksalaiset syövät niitä vielä vä-hemmän. Suomalaisista miehis-tä kasviksia syö joka päivä vajaa kolmasosa, naisista noin puolet. Asia selviää tuoreesta OECD:n tilastokatsauksesta.

Maa- ja metsätaloustuotta-jain keskusliiton kasvinviljely-asiamies **Mika Virtanen** pitää yhtenä syyinä kulttuuriero.

”Suomessa ei ole sellaista tapaa, että hedelmiä olisi jatku-vasti tarjolla. Monet myös pitä-vät kasviksia kalliina”, Virtanen sanoo.

Nuorilla luvut ovat vielä syn-kemmät. 15-vuotiaista pojista vain noin joka seitsemäs syö hedelmiä päivittäin. Saman-ikäisistä tytöistä hedelmiä syö päivittäin vajaa kolmannes.

Kasvien välttely voi olla myös tilastoharha. Erilaisella kysymyksenasettelulla saadaan erilaisia vastauksia.

Esimerkiksi Finravinto-tut-kimuksessa selvitetään kaikki haastattelua edeltävänä päi-vänä syöty ruoka. Tällä tavalla kysyttäessä suomalaisista 90 prosenttia on syönyt hedelmiä, kasviksia tai marjoja edellisen päivän aikana. **STT**

Kuluttaja haluaa nettisivulta tiedon ruuan suoramyyjistä

Kuluttaja haluaa tiedon ruokaa suoraan myyvistä maataloista ja pienyrityksistä mieluiten yhteen nettisivustoon koottuna. Se on useamman kuin joka toisen mahdollisen ostajan toive, Maa-seudun Tulevaisuuden teettämä kysely kertoo.

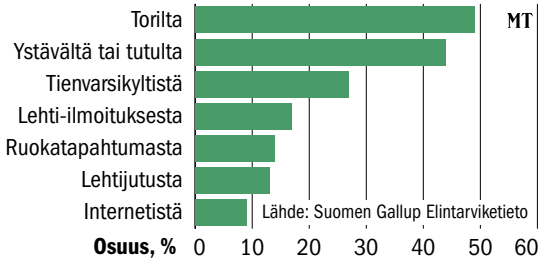
Ruokaa suoraan ostaneista kuitenkin harvempi kuin joka kymmenes on saanut netistä tiedon myyntipaikasta. Yleisimmin tieto on saatu torilta, tutuilta tai tienvarskyltistä.

Yhden nettisivun taktiikkaa haluavat yhtä vahvasti niin ruu-an suoraostoja jo tehneet kuin niitä mahdollisesti vasta jatkossa tekevät. Useimmin sitä mieltä ovat nuoret aikuiset, pääkaupun-kiseudun asukkaat, opiskelijat ja ylemmät toiminkeilöt.

Painettua luetteloa toivoo joka kuudes. Useimmin sitä kaipaavat – nuoret ja opiskelijat.

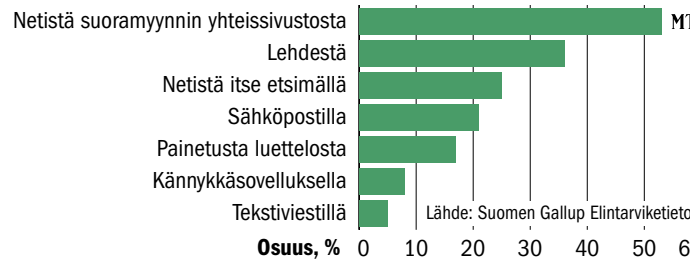
Osa kyselyn tuloksista kerrottiin jo perjantain lehdessä. Ku-luttajista joka toinen on ostanut

Saanut tiedon suoramyyntipaikasta



Lähde: Suomen Gallup Elintarviketieto

Haluaa tiedon suoramyyntipaikoista



Lähde: Suomen Gallup Elintarviketieto

KOMMENTTI

Aitoja makuja on, muttei Jussin Pussia

Aitojamakuja.fi kertoo koko Suomesta 1 750 myyjän tiedot ja antaa mahdollisuuden hakea myyjää paikan ja tuotteen mukaan. *Tuoretori.fi* myy lähiruokaa verkossa, *Maakun-tienparhaat.fi* kertoo laatu-merkin saaneet. Lisäksi on monen tahon tuotekohtaisia tai paikallisia sivustoja.

Toinen asia on, ovatko sivustot kyllin tuttuja mahdol-

liselle lähiruuan ostajalle. Aitojen makujen takana ovat Turun yliopisto, EU, Hämeen elykeskus, Ruoka-Suomi ja maaseutupolitiikan yhteistyöryhmä.

Maaseutuyrittäjien järjestö MTK ei luettelossa näy; Ruoka-Suomessa ja yhteis-työryhmässä se on kylläkin mukana.

MTK:n omistama Maatalo-

ustuottajain palvelu, nykyinen Viestilehdet, julkaisi vielä vuosituhannen alussa Jussin Pussia. Siihen oli koottu niin lähiruoka, majoitusta, käsi-töitä kuin urakointipalveluja-kin. Luettelo kaatui paino- ja jakelukustannuksiin. Samalla lopetettiin juuri alkuun saadut nettisivutkin.

Tilojen välisiä urakointi-palveluja, ja joku mökkilläi-

sellekin tarkoitettu, löytyy hakemistosta *Koneareena.fi*, jota ylläpitävät Viestilehtien julkaisut Maaseudun Tulevai-suus, Suomalainen Maaseutu ja Koneviesti.

Varmimmin mökkilläinen saa palveluista tiedot kunta-kohtaisesta luettelosta, jos mökkipikuta sellaista julkaisee.

HEIKKI VUORELA



KARI SALONEN

tavat vanhoja.

Tuotteiden elinkaaret ly-henevät jatkossa entisestään ja uutuuksia lanseerataan tiuhaan.

Raportti toteaa kuluttaji-en arvostavan kotimaisuutta,

ruokaketjun läpinäkyvyyttä ja eläinten hyvinvointia. Lähi- ja luomuruuan suosio kasvaa.

Toisaalta kuluttajat ovat entistä arvaamattomampia. Ruokatrendit ja arvot vaikut-

tavat valintoihin nopeasti, ja asiakkaiden vaatimusten täyttäminen vaatii yrityksiltä selvänäköisyyttä ja ennakointikykyä.

SATU LEHTONEN

Viro petraa vauhdilla elintarviketeollisuuttaan kuntoon

SAARA OLKKONEN



Virossa toimivat virvoitusjuoma- ja oluttehtaat ovat tuottavuudessa maan tehokkaimpia. Iso osa tuotteista tuodaan Suomenlahden yli Suomeen.

Viron elintarviketeollisuudella on paljon kiertävää tuotannon tehokkuudessa, kertoo Viron maa- ja metsätalousministeri **Helir-Valdor Seeder**.

Euroissa mitattuna yhden työntekijän ”lisäarvo” on Viros-sa nyt 20 000 euroa eli maa on EU-maiden keskitasissa. EU:n keskiarvo noin 40 000 euroa. Suomessa tuotannon tehokkuutta kuvaava luku 63 000 euroa. Teollisuuden aloista tehokkaimmat alat ovat juoma- ja rehuteollisuus.

Seeder kertoo, että lähiaiko-jen tavoitteena on investoida laitteisiin ja rakenteisiin, jotta elintarviketeollisuuden tehokkuus parantuisi. Valtio lupaa antaa apua ja lainatakauksia yrityksille. Mallia on haettu Suomesta.

Tuntuva vetoapua antaa myös Euroopan unioni. Se tar-joaa maatalouden ohjelmakau-della 2014–2020 yhteensä reilut miljardin euroa ympäristö-hankkeisiin sekä maatalouden ja yrittäjyyden kehittämiseen.

Engelmana on, että maata-louden raaka-aineiden jalostus-aste on kovin matala.

”Tuotteita pitäisi jalostaa paik-an päällä”, hän sanoo.

Seeder puhui Viron suur-lähetystön järjestämässä se-minaarissa viime perjantaina Helsingissä.

Lihaan ja perunan kohdalla täyttää omavaraisuutta ei saa-vuteta. Useasti hinta vaikuttaa

kehittää vain, mikäli uusia vien-timarkkinoita avautuu. Esimer-kiksi maidon omavaraisuusaste on jo yli 170 prosenttia.

”Maidon kokonaistuotanto kasvaa entisestään. Ylitämme ensi vuonna maidontuotannolle asetut kiintiöt”, hän toteaa.

Viron vientimaista Suomi ohittikin ensimmäistä kertaa viime vuonna Venäjän.

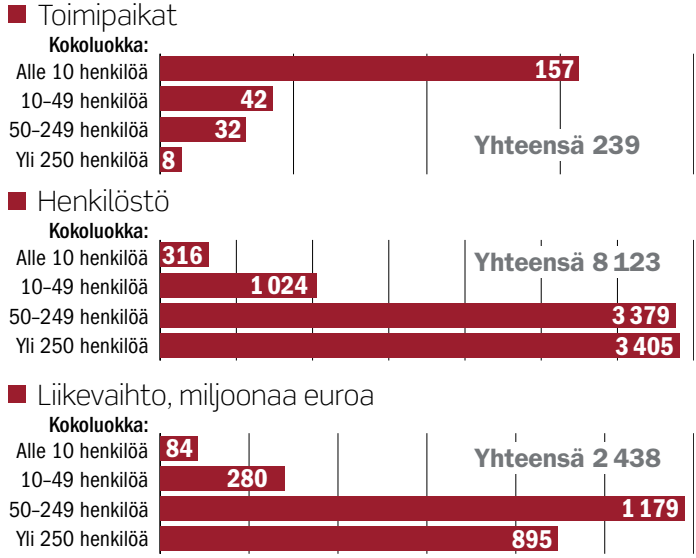
Molemmilla mailla on noin viidennes markkinoista. Seede-rin mukaan Suomen hintataso on parempi ja myös markkinat ovat vakaammat kuin Venäjän.

Suomeen tuodaan Virosta lä-hinnä maitoa, maitotuotteita ja leipää.

Lihaan ja perunan kohdalla täyttää omavaraisuutta ei saa-vuteta. Useasti hinta vaikuttaa

Suurten rinnalle on syntynyt paljon pieniä teurastamoja. Liha REM -teurastamo Iitin Kausalassa on pienistä suurimpia.

Lihateollisuus kokoluokittain vuonna 2011



Lähde: TEM MT

Paikallisuus on pienyrityksille kilpailuvaltti

Pienet ja keski-suuret elintar-vikeyritykset pitävät paikalli-suutta merkittävänä kilpailu-etuna, tuore Elintarvikealan pk-yritysten toimintaympäristö 2013 -tutkimus kertoo.

Edellinen vastaava tutkimus tehtiin vuonna 2008.

Tutkimukseen osallistuneis-ta 258 yrityksestä 85 prosenttia myy tuotteitaan omaan kuntaan tai seutukuntaan, 71 prosenttia myös muualle oman maakun-nan alueelle ja 66 prosenttia oman maakunnan ulkopuolelle.

Joka kuudennella yrityksellä on vientiä ulkomaille.

Yritysten edellisen tilikau-den liikevaihdon mediaani oli 210 000 euroa. 70 prosentilla yrityksistä liikevaihto oli kas-vanut kolmen viime vuoden aikana.

Yritysten tärkein myyntika-nava on suoramyynti kulutta-jille – 79 prosenttia harjoittaa sitä. Kakkosena on päivittäis-tavarakauppa ja kolmantena yksityiset ammattikeittiöt.

Lähiruokatrendiin uskotaan

Pienet ja keski-suuret yritykset ovat aiempaa kiinnostuneem-pia kehittämään erikoistuot-teita.

Lähes 90 prosenttia yri-tyksistä pitää paikallisuutta tärkeänä kilpailuetuna. Luku kertoo yritysten uskovan, että lähiruokatrendi säilyy ja vah-vistuu.

Yleinen taloustilanne sekä ongelmat raaka-aineen saata-vuudessa heikentävät monen yrityksen investointihalukkuutta.

Moni vastaajista kokee edel-leen, että elintarvikelainsäädäntö rajoittaa yritystoiminnan menestystä.

Maa- ja metsätalousministe-riö teetti tutkimuksen Jyväsky-län ammattikorkeakoululla.

SATU LEHTONEN

Koko tutkimus osoitteessa <http://www.mmm.fi/fi/index/etusivu/lahiruoka/toiminta-ymparistoraportti.html>

JANNE IMPIÖ