UUTISET

PTT:N TALOUSTUTKA

Kriisitukea markkinoilta

Viime torstaina Kesko lähti konkreettisiin toimiin kotimaisen sianlihantuotannon tukemiseksi. Kesko ilmoitti osavuosikatsauksen julkistamisen yhteydessä ”Tuottajalle kiitos” -kampanjasta. Kampanjan aikana kuluttajilla on mahdollisuus maksaa yksi lisäeuro ostamastaan kotimaisesta joulukinkusta. Jokaista kuluttajan maksamaa lisäeuroa kohden Kesko laittaa itse euron ja maksaa kertyneen summan kokonaisuudessaan suoraan suomalaisille sianlihantuottajille.

Keskon kampanja on Suomen oloissa uusi ja tervetullut avaus. Kampanjassa on myös selkeä, osin raadollinen, viesti: Kesko haluaa irrottautua kilpailijan halpuuttamiskampanjan avaaman keskustelun negatiivisesta puolesta.

Kilpailijan närkkimisen lisäksi Keskon kampanjassa on kuitenkin kolme periaatteellisesti tärkeämpää avausta: vapaaehtoisuus, markkinalähtöisyys ja läpinäkyvyys.

Kampanjan kautta kuluttajille annetaan mahdollisuus vapaaehtoisesti tukea kotimaista maataloutta. Maksu hoidetaan normaalin kaupankäynnin yhteydessä hinnoittelemalla osa kotimaiseen tuotantoon liittyvästä lisäarvosta. Lopulta ostojen kautta tuotu lisäarvo välitetään kaupalta suoraan tuottajalle.

Kampanjassa on avain markkinoiden toiminnan ymmärtämiseen kaikille osapuolille. Mikä parasta, se ei keinotekoisesti vääristä markkinoiden toimintaa.

Maatalouspolitiikan merkittävä rooli maatalouden ohjaajana on opettanut sektorin toimimaan siten, että kriisitilanteissa, ja usein muulloinkin, huudetaan valtio apuun. Kriisien ratkaiseminen rahalla on tarkoittanut sitä, että entisen budjettirahoituksen päälle tarvitaan lisää budjettirahaa. Tämä lisäraha on yleensä suhteellisen pientä ja sen jakaminen maatalouden sisällä niin hankalaa, että kokonaisvaikutus on lähinnä periaatteellinen.

”Tuottajalle kiitos”- kampanjassa kyse on tässä mielessä juuri periaatteesta. Maatalouden kannattavuuteen ja ruokaketjun toimivuuteen liittyvät ongelmat voidaan ratkaista markkinoilla tehtävien ratkaisuiden kautta ilman valtion väliintuloa.

Maatalousmarkkinoiden toiminta ja maataloustuotteiden hinnanmuodostus ovat yleisessä keskustelussa vaikeasti hahmotettavia asioita. Keskon kampanjan avulla on mahdollista opettaa kuluttajille, että heidän maksamallaan hinnalla on todellinen ja suora vaikutus tuottajan saamaan hintaan. Tämä saattaa jäädä mieleen myös kampanjan ulkopuolella olevia tuotteita ostettaessa.

KYÖSTI AROVUORI
on PTT:n maatalousekonomisti.

kyosti.arovuori@ptt.fi

Vihreät: Hallituksella banaanivaltiostrategia

Hallitus kehottaa bulkin tuottamiseen halvalla, sanoo vihreiden puheenjohtaja **Ville Niinistö**.

”Hallitus noudattaa banaanivaltiostrategiaa, jossa painetaan tuotantokustannuksia ja palkkoja alas”, Niinistö sivalsi Ylen ykkösaamussa lauantaina.

Hänen mielestään Suomen suurin ongelma ei ole hintakilpailukyky vaan huono tuottavuus. Tuottavuutta vihreät parantaisi sijoittamalla kuntien ja valtion julkista rahaa esimerkiksi puhtaaseen energiaan eli cleantech-hankkeisiin, jotta suomalaisyritykset saisivat kotimaasta vauhtia vientimarkkinoille.

Niinistö arvosteli hallituksen tavoitetta viiden prosentin hintakilpailukykyloikasta. Hänen mukaansa jopa SAK on liikahtanut niin, että palkkamaltilla voidaan saada yli viiden prosentin hyppäys. ”Eikö kannattaisi tarttua?”

Haitallisia tukia Niinistö haluaisi poistaa. Tärkein niistä on autojen kilometrikorvaus, joka yli 15 000 kilometrin jälkeen ylittää auton todelliset kulut.

Vihreät leikkaisi 200 miljoonaa euroa vähemmän kuin hallitus ja ajoittaisi leikkaukset kahdeksan vuoden ajaksi, kun hallitus leikkaa 4–6 vuodessa.

Niinistöltä tivattiin, miksi vihreiden politiikka johtaisi kasvuun, kun se ei edellisten hallitusten aikana onnistunut. Niinistön mukaan silloin työelämä ja -ehdot uudistuivat hitaasti.

JOUKO KYYTSÖNEN

SALLA HANNUNEN/EVIRA

Aasianrunkojäärän tunnistaa valkoisista pilkuista ja pitkistä sarvista.

Vaarallisia puujääriä löytyi Vantaalta

Vantaalta on löytynyt kaksi aasianrunkojäärää, joka on vaarallinen kasvintuhooja. Elintarviketurvallisuusvirasto Evira pitää todennäköisenä, että jäärät ovat kehittyneet kasvavassa suomalaisessa puussa, mikä voi johtaa lehtipuiden hävittämiseen laajalta alueelta.

On myös mahdollista, että jäärät ovat tulleet Suomeen esimerkiksi kiinalaisen puupakkausmateriaalin mukana.

Teollisuusalueen jalkakäytävältä Vantaalta löytyneet isokokoiset kuoriaiset varmistuivat Eviran laboratoriotutkimuksissa aasianrunkojääriksi.

Evira on jo käynnistänyt lehtipuiden tarkastuksen löydöspaikan ympäriltä. Epäilyttävät puut kaadetaan ja tutkitaan paloittelemalla. Tarkastus tehdään kahden kilometrin säteellä löytöpaikasta.

Aasianrunkojäärän suurikokoiset toukat elävät puunrungon sisällä ja syövät sinne suuria käytäviä. Sen seurauksena oksia kuihtuu ja lopulta koko puu kuolee. Jäärät iskeytyvät eläviin, terveisiin puihin.

”Haastavaksi tarkastuksen ja mahdollisen torjunnan tekee se, että aasianrunkojäärän isäntäkasveja ovat melkein kaikki kotimaiset lehtipuulajit kuten haavat, poppelit, pajut, vaahterat, koivut, pihlajat, lehmukset, jalavat, lepät, omenapuut ja päärynäpuut”, sanoo ylitarkastaja **Atro Virtanen** Evirasta.

Erityisen riskialtista runkojäärän leviämisen kannalta on Kiinasta tuotavan kivitavaran puinen pakkausmateriaali, joista Suomessa on jo keväällä 2015 löydetty kahdesti eläviä aasianrunkojäärän toukkia.

Pakkausmateriaalissa kulkeutuneita aasianrunkojääriä on päässyt leviämään luontoon jo ainakin Saksassa, Sveitsissä, Hollannissa, Ranskassa, Itävallassa, Italiassa ja Englannissa.

JARMO PALOKALLIO

Kilpailijat vaisuina Keskon kinkkukampanjasta

Kilpailijoiden leireissä Keskon kinkkukampanjaan suhtaudutaan hillitysti. Sekä osuuskaupat että Lidl nostavat esiin omia onnistumisiaan suomalaisten tuotteiden menekin lisäämisessä.

SOK:n kenttäjohtaja **Arttu Laine** ei halua kommentoida Keskon kinkkukampanjaa, mutta myös SOK on hänen mukaansa käynyt keskusteluja muun muassa tuottajajärjestö MTK:n kanssa reilusta kaupasta. Ruotsissa Ica-kauppaketju lanseerasi reilun kaupan kotimaisen maidon tänä syksynä.

”Maailmalla on erilaisia tapoja tehdä näitä asioita.”

SOK:ssa uskotaan kuitenkin, että oma strategia – halpuuttaminen – on paras ratkaisu.

”Olemme saaneet kuluttajat korvaamaan ulkomaisia tuotteita kotimaisilla. Näemme sen tärkeänä ja hyvänä asiana kotimaiselle elintarviketuotannolle. Halpuutamme hintaa, emme ruuan laatua; olemme liikkeellä laadukkailla tuotteilla.”

Hän vakuuttaa, että SOK tuntee maatalouden haasteet.

”Me olemme suomalainen yritys ja meille on elintärkeää se, miten suomalainen maatalous ja elintarviketuotanto menestyvät.”

”Halpuuttaminen on auttanut tuottajia”

Arttu Laineen mukaan halpuuttaminen on auttanut suomalaisia tuottajia.

”Esimerkiksi juustoissa kotimaisuusasteemme on lähes 60 prosenttia, kun valtakunnallisesti se on noin 40 prosenttia.”

Viestinnällisesti S-ryhmän hintakampanja on sujunut jopa odotettua paremmin.

”Suomalainen kuluttaja toivoo edullisia hintoja. Kun on tiukat ajat, hinta korostuu. Mutta on myös sellainen positiivinen trendi, että kotimaisuus kiinnostaa.”

> Halpuutamme hintaa, emme ruuan laatua; olemme liikkeellä laadukkailla tuotteilla.
>
> **ARTTU LAINE, SOK**

Hän tähdentää, että halpuuttaminen tehdään laskemalla kaupan omaa katetavoitetta. Vastaavat säästöt pitää löytää omasta toiminnasta.

Hetkelliset ratkaisut eivät riitä

Pohjanmaan lakeuksilla ollaan huolestuneita viljelijöiden palkkatasosta.

”Maataloustuottajien palkkataso on tosi huolestuttava ja se näkyy myös meidän liiketoiminnassamme kaupan käynnin hitautena”, Etelä-Pohjanmaan Osuuskaupan toimitusjohtaja **Kimmo Simberg** kertoo.

”S-ryhmä on ottanut tämän huomioon toiminnassaan. Olemme kasvattaneet kotimaisten tuotteiden määrää ja lanseeranneet Kotimaista- ja Makuja maakunnista -sarjat. Meillä on kaupoista kotimaisin valikoima”, Simberg korostaa.

”Omistamamme ABC-ketju siirtyi juuri käyttämään vain suomalaista lihaa. Nämä ovat isoja asioita suomalaisen ruuan eteen.”

Hetkelliset ratkaisut eivät Simbergin mielestä riitä.

”Ongelmaan tarvitaan kestäviä ratkaisuja, tämän hetken tai ensi vuoden aikahorisontti ei riitä. Mitä enemmän kotimaisia tuotteita myydään, sitä parempi suomalaisen maatalouden tilanne on.”

> Ongelmaan tarvitaan kestäviä ratkaisuja, tämän hetken tai ensi vuoden aikahorisontti ei riitä.
>
> **KIMMO SIMBERG, EEPEE**

Tämän hetkinen taloudellinen tilanne aiheuttaa paineita maataloustuottajille myös ruokakaupan asiakkaina, ja hintataso on pidettävä kohtuullisena.

”Toimimme viljelijän hyväksi myös maatalouskaupassa, jonka hintataso pidetään päätöksillämme edullisena. Olemme Etelä-Pohjanmaan suurin maatalouskauppa”, Simberg painottaa.

Lidlistä ovi voi aueta maailmalle

Toimitusjohtaja **Lauri Sipponen** Lidlistä ei halua julkisuudessa arvioida kilpailijoidensa kampanjamalleja.

”Jokainen hakee omien konseptiensa ja toimintamalliensa puitteissa keinoja houkutella asiakkaita”, hän sanoo ja korostaa oman päivittäistavarakauppaketjunsa pyrkimystä pitkäjänteiseen yhteistyöhön tavarantoimittajien kanssa.

Sipponen vakuuttaa, että Lidl edellyttää vastuullisuutta myös elintarviketeollisuudelta.

”Täytyy muistaa, ettei päivittäistavarakauppa osta mitään maataloudelta eikä siten neuvottele alkutuottajien kanssa”, hän kiteyttää.

Lidlin valttina hän esittelee sen, että menestyvimpiä ja kilpailukykyisimpiä suomalaiselintarvikkeita kyetään ketjun kautta tarjoamaan myös maailmalle.

”Viimeisin menestys Lidlissä ovat kansainvälisessä valikoimassa erinomaisesti pärjänneet suomalaiset paistopisteen ruispalat.”

Lidlin euromääräisistä elintarvikeostoista Suomessa jo nyt yli puolet on kotimaasta ja trendi on toimitusjohtajan mukaan kasvava.

> Päivittäistavarakauppa osta mitään maataloudelta eikä siten neuvottele alkutuottajien kanssa.
>
> **LAURI SIPPONEN, LIDL**

TERHI PAPE-MUSTONEN
HANNA LENSU
LIISA YLI-KETOLA

Junaruuasta yli puolet on kotimaista

JYVÄSKYLÄ-TAMPERE-SEINÄJOKI (MT)

Hieman yli puolet VR:n junaravintoloissa syötävästä ruuasta on alkuperältään kotimaista.

”Hankintakriteereinämme ovat kotimaisuus, laatu ja hinta. Pyrimme lähtökohtaisesti korkeaan kotimaisuusasteeseen. Tällä hetkellä yli puolet tuotteista tulevat Suomesta”, toteaa Avecra Oy:n markkinointipäällikkö **Marjukka Nousiainen**.

Hinnanmuodostuksen takia osa tuotteista kuitenkin tuodaan ulkomailta.

”Myyntihinta on asiakkaalle ratkaiseva, ja siksi on joskus valittava ulkomainen kotimaisen sijaan”, Nousiainen tähdentää.

Kaikki junaravintoloissa myytävät salaatit ovat kesäaikaan kotimaisia. Talvisin käytetään tuontivihanneksia.

”Myyntihinnan pitää olla tietyllä tasolla ja meillä on oma katevaatimus. Siinä on pakko olla tasapaino. Kun lämpimät ruuat nyt maksavat 10–15 euroa, niin ei ole kamalasti varaa nostaa hintaa enää tästä.”

Suosikkiannos kotimainen

Jyväskylän ja Tampereen välisellä raideosuudella ravintolavaunu täyttyy nopeasti ihmisistä.

Myös Tampere–Seinäjokivälillä vaunussa on vilinää.

Junaravintoloissa myytävien annosten kestosuosikki on lihapullat perunamuusilla.

Täysin kotimainen annos etsiytyy myös toimittajan pöytään. Junaruuaksi maku on varsin kotiruokamainen.

Makuelämyksen täydentävät kivennäisvesi ja kahvi.

Nousiainen ottaa ceasarsalaatin ja kivennäisveden.

”Meillä on asiakaskuntaa, jotka suosivat raikkaita salaatteja ja terveysvesiä. Ylipäätään terveellisyys on korostunut ostokriteerinä viime vuosina”, Nousiainen kertoo.

Kahvia myydään eniten

Yksittäisistä myyntiartikkeleista suosituin on kahvi. Kakkosena tulee olut.

Vuosittain Avecra Oy myy yli 1,2 miljoonaa kahviannosta ja lähes puoli miljoonaa kolmosolutta.

> Myyntihinta on asiakkaalle ratkaiseva, ja siksi on joskus valittava ulkomainen kotimaisen sijaan.
>
> **MARJUKKA NOUSIAINEN**

Lihapulla-annos on klassikko, jota myydään noin 80 000 annoksen vuositahdilla. Juusto-ruisleipä on suosituin leipä, jota myydään lähes 200 000 kappaletta vuodessa.

”Toimivasta logistiikasta huolehtiminen on liikkuvassa ravintolassa kaiken a ja o. Ruoka-annokset säilymisestä on huolehdittava ja tilaa on rajallisesti”, Nousiainen summaa.

Ruuan alkuperä kiinnostaa

Jyväskylässä opiskelevat **Maria Tuomisto** Sastamalasta ja **Anni Haaparanta** Vihdistä matkustavat junalla Tampereelle, josta matka jatkuu viikonlopuksi Sastamalaan.

”Vaikka matkustan junalla usein, melkein viikoittain, niin en koskaan syö junaruokaa. Junaruuasta tulee mieleen pakattu, halvasti tuotettu eines”, Haaparanta sanoo.

Myös Tuomisto matkustaa junalla usein. Hän syö ravintolavaunuissa toisinaan.

”Ostaisin ehkä useammin sen ruuan, jos sitä mainostettaisiin niin, että se on luomua tai kotimaista. Ruuan alkuperä kiinnostaa.”

Haaparanta on samoilla linjoilla.

”Kotimaisuutta korostamalla voitaisiin muuttaa junaruokaan liitettäviä mielikuvia. Ravintolavaunun eduksi on sanottava, että tämä on viihtyisä ympäristö junamatkustajalle.”

JUKKA KOIVULA

JUKKA KOIVULA

MT matkusti Avecran ravintolavaunussa Jyväskylästä Tampereen kautta Seinäjoelle. Korkea kotimaisuusaste on Avecra Oy:n keskeinen tavoite, markkinointipäällikkö Marjukka Nousiainen kertoo.

Myel-maksu nousee kympin

Maatalousyrittäjien työeläkevakuuttaminen kallistuu keskimäärin 10 euroa ensi vuonna. Maksuprosentti alenee, mutta palkkakerroin syö edun.

Viljelijöiden maksuprosentit ovat ennakkotiedon mukaan 23,6 prosenttia alle ja 25,1 prosenttia yli 53-vuotiaille. Tänä vuonna luvut ovat 0,1 prosenttiyksikköä suuremmat.

”Vakuutusmaksuun tämä tuo pienen alennuksen”, aktuaari **Jorma Kinnunen** Maatalousyrittäjien eläkelaitoksesta Melasta laskee.

Viljelijöiden keskimääräinen työtulo on 20 500 euroa vuodessa. Tällä summalla myel-maksun alennus on 10 euroa.

Palkkakerroin kuitenkin korottaa automaattisesti vakuutetun työtuloa ja samalla myel-maksua 20 euroa. Näin korotukseksi jää 10 euroa.

Palkkakerroin seuraa yleistä palkkatason kehitystä ja pitää työtulot reaalisesti samalla tasolla eri vuosina.

Työnantajien ja palkansaajien keskusjärjestöt sopivat yksityisalojen työeläkemaksuksi ensi vuodelle keskimäärin 24 prosenttia. Prosentti vaihtelee vakuutetun iän mukaan.

Sosiaali- ja terveysministeriö vahvistaa loppuvuodesta myel-maksut ja muut eläkemaksut. Viljelijämaksu seuraa palkansaajien työeläkemaksuja.

Myel-vakuutetun perusprosenttiin ennakoidaan parin prosentin korotuksia 2017–2019, Kinnunen sanoo.

JUHANI VIITALA

Kommunistit saivat rahaa vuorineuvoksilta

Suomen kommunistinen puolue sai kylmän sodan aikaan rahallista apua idänkauppaa käyneiltä ”punaisilta vuorineuvoksilta”, paljasti Suojelupoliisin päällikkönä kylmän sodan aikaan toiminut eduskunnan pääsihteeri **Seppo Tiitinen** lauantaina Ylellä.

Hänen mukaansa idänkaupan projekteja hamuavat vuorineuvokset toimivat välittäjinä, kun SKP sai taloudellista tukea Moskovasta.

Suomalaiset poliitikot ja liikemiehet pyrkivät KGB:n avulla Moskovan suosioon.

”Pienellä vastapalveluksella saattoi saada suosituimmuusaseman.”

Tiitinen joutui presidentti **Mauno Koiviston** kehotuksesta pitämään kurinpalautuspuheen elinkeinoelämän ja idänkaupan eliitille 1980-luvulla, kun näytti siltä, että yhteistyö KGB:n kanssa oli epätervettä.

STT

Lomittajien uusi puheenjohtaja: Säästöt saavat riittää

Maatalouslomittajat ry:n uudeksi puheenjohtajaksi lauantaina valitun **Ismo Hoskarin** mukaan lomituksesta on jo säästetty muutamassa vuodessa jo 30–40 miljoonaa euroa. ”Nyt säästöt saavat riittää, hallituksen pitää luopua uudesta 20 miljoonan säästövaatimuksesta.”

30 vuotta vakituisena lomittajana toiminut Hoskari ihmettelee säästötavoitetta, joka vesi maaseudulta jopa 500 työpaikkaa.

”Lomituspalveluhenkilöstöä lyödään nyt kolmelta suunnalta: säästöillä sekä lomarahojen ja ylityökorvausten leikkauksella samaan aikaan kun viljelijä-yrittäjät vähenevät luontaisesti.”

Hoskarin mukaan säästöjä on kiristetty vuodesta 2011, jolloin tavoite oli viisi miljoonaa euroa, mutta todellinen säästö nousi 14,6 miljoonaan.

”Työllisyyden lisääminen on hallituksen tärkein hanke ja nyt työ maaseudulla vain vähenee. Lomitus on tärkeää myös viljelijöiden jaksamiselle.”

Lomittajien lauantain kokouksen julkilausuman mukaan hallituksen 20 miljoonan euron säästötavoitteista tulee luopua.

Jo tehtyjen säästöjen lisäksi Melan laskelmien mukaan yrittäjien vähentymisen on arvioitu tuovan noin 18 miljoonan euron säästöt vuonna 2016.

”Lomitus pitäisi ratkaista kiireellisesti viranomaisten järjestämänä julkisena palvelutuotantona”, julkilausumassa todetaan.

Kokous äänesti lauantaina puheenjohtajasta Kajaanissa. Hoskari sai 42 ääntä, **Ari Ruokangas** 31 ääntä ja **Jarno Brandt** 6 ääntä.

JOUKO KYYTSÖNEN

Salovaara agronomien vuoden vaikuttaja

Professori **Hannu Salovaara** valittiin lauantaina Agronomiliiton vuoden vaikuttajaksi. Salovaaraa pidetään Suomen viljateknologian isänä.

Salovaara on toiminut alan ensimmäisenä professorina Helsingin yliopistossa vuodesta 1987 lähtien ja edistänyt ratkaisevalla tavalla tieteenalansa tietämystä, valintaa perustellaan.

Hän on tutkinut esimerkiksi kauran soveltuvuutta keliaakikoille tai beetaglukaanin kolesterolia alentavaa vaikutusta.

Kuluttajille tutuimpia ovat tutkijaryhmän kehittämät Yosa-kauratuotteet.

Salovaara on kouluttanut koko maatalous-metsätieteellisestä tiedekunnasta valmistuneen viljateknologien ammattikunnan.

Hän jäi eläkkeelle kesäkuussa 2015, mutta aikoo jatkaa luennoitsijana jatkossakin.

Vuoden vaikuttaja on valittu 1988 lähtien. Salovaara sai tunnustuksen lisäksi 1 700 euron stipendin.

JOUKO KYYTSÖNEN