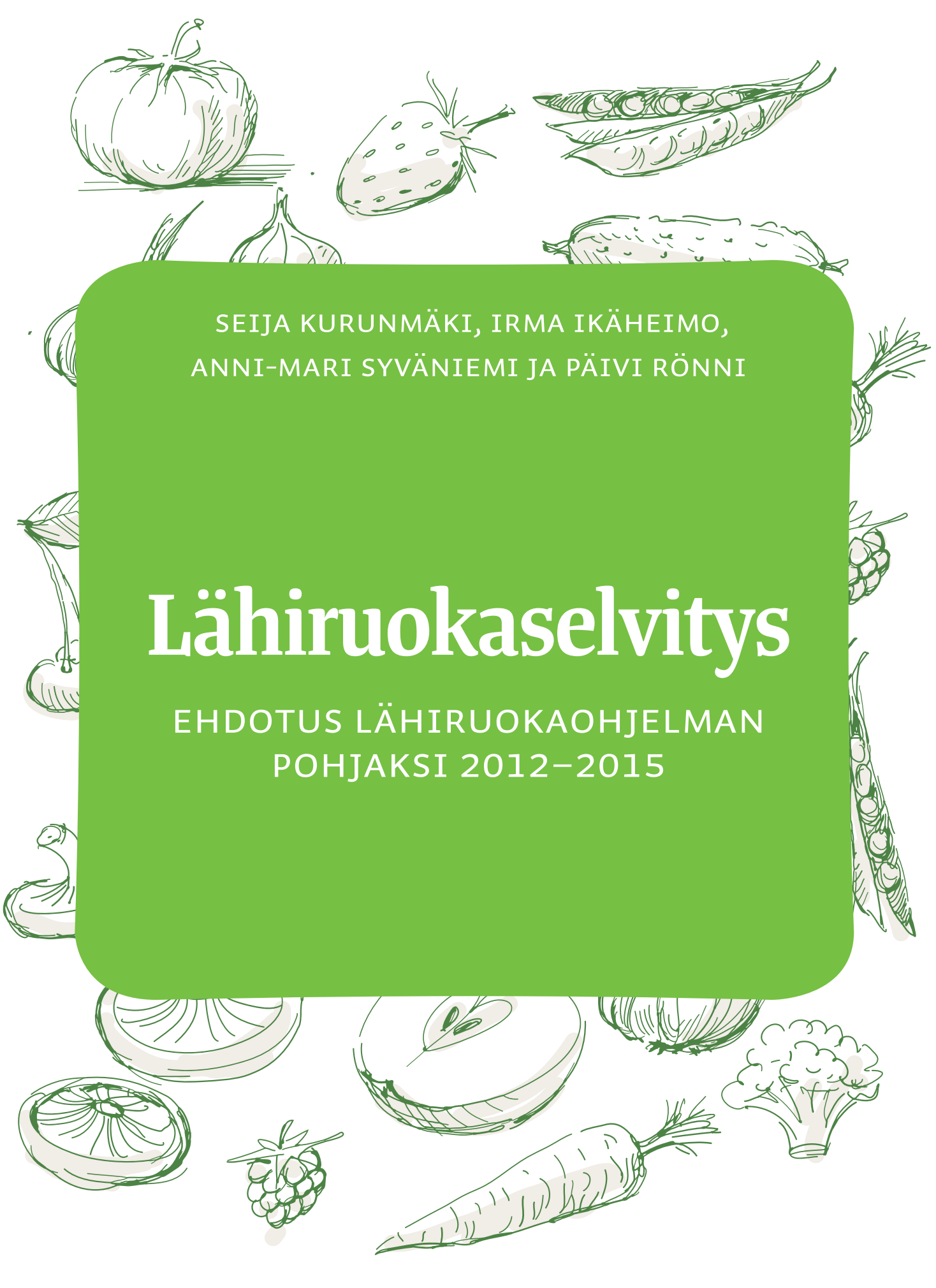




SEIJA KURUNMÄKI, IRMA IKÄHEIMO,
ANNI-MARI SYVÄNIEMI JA PÄIVI RÖNNI

Lähiruokaselvitys

EHDOTUS LÄHIRUOKAOHJELMAN
POHJAKSI 2012–2015

Tämä julkaisu on maa- ja metsätalousministeriön tilaama ja rahoittama.



Työryhmä: Kurunmäki, Ikäheimo, Syväniemi ja Rönni

Toimitustyö: Kuule Oy

Ulkoasu ja taitto: Neodesign Oy

Helmikuu 2012

Sisältö

TIIVISTELMÄ

ESIPUHE

1. LÄHIRUOKASELVITYS	7	2. EHDOTUS LÄHIRUOKAOHJELMAN	
1.1 KULUTTAJANÄKÖKULMA	8	POHJAKSI 2012–2015	45
1.2 YRITTÄJÄN NÄKÖKULMA	13	2.1 VISIO JA TEHTÄVÄ	46
1.3 SUOMI-NÄKÖKULMA	17	2.1.1 Monet visiot ohjaavat	
1.4 LÄHIRUOKAKÄSITE	24	2.1.2 Lähiruokaohjelman tehtävä	
1.4.1 Määrittelyn lyhyt historia		2.2 LÄHIRUOKAOHJELMAN TAVOITTEET	49
1.4.2 Määritelmä		2.3 PULLONKAULAT	51
1.4.3 Merkinnät		2.4 RATKAISUT JA 20 TOIMENPIDE-	
1.4.4 Suomalainen ruoka matriisina		EHDOTUSTA	53
1.5 LÄHIRUOAN MARKKINAT JA		2.4.1 Paikallisruoan kehittämiseen	
MYYNTIKANAVAT	28	sitoutuminen	
1.5.1 Ruoan ostopaikat		<i>Toimenpiteet 1–5</i>	
1.5.2 Päivittäistavarakauppa		2.4.2 Yhteiset tavoitteet toiminnan	
1.5.3 Lähiruoan osuus eri		lähtökohdaksi	
jakelukanavissa		<i>Toimenpiteet 6–10</i>	
1.5.4 Erikoiskauppa ja uudet		2.4.3 Yrittäjyyden markkinalähtöinen	
myyntikanavat		tuki	
1.5.5 Ravintolat		<i>Toimenpiteet 11–15</i>	
1.5.6 Julkiset ruokapalvelut		2.4.4 Lähiruoan kohtaamisen lisääminen	
1.6 LÄHIRUOKAYRITTÄJYYDEN		<i>Toimenpiteet 16–20</i>	
TOIMINTAYMPÄRISTÖ	33	2.5 YHTEENVETO	
1.6.1 Toimintaympäristön koko kuva		TOIMENPIDE-EHDOTUKSISTA	62
1.6.2 Elintarvikesektoria ohjaavat		2.6 SELVITYKSEN TEKIJÄT JA HAASTATELLUT	65
politiikat		2.7 AINEISTOT JA LIITTEET	68
1.6.3 Kehittämisen- ja viranomaispalvelut			
1.6.4 ELY-keskukset maa- ja elintarvike-			
talouden kehittämisen rahoittajina			
1.6.5 Näkökulmia hankkeisiin			
1.7 LÄHIRUOKA 1990–2011	42		
1.7.1 Yhteenveto 2000–2011			
1.7.2 Lähiruoan kehityssykli			

Tiivistelmä

Maa- ja metsätalousministeriö tilasi marraskuussa 2011 selvityksen lähiruokaan keskittyvän hallitusohjelman 2012–2015 pohjana käytettäväksi. Työn tavoite oli konkretisoida lähiruokasektorin nykytilaa ja sen tuomia haasteita ja kehittämistarpeita.

Selvitystyö tehtiin neljän hengen tiimin yhteistyönä. Työryhmää veti yrittäjä, elintarvikealan asiantuntija MMM **Seija Kurunmäki** Kuule Oy:stä. Mukana ryhmässä olivat lähiruokasektorin aktiivinen toimija hankepäällikkö KTM **Irma Ikäheimo** EkoCentriasta, ruokakulttuuriasiamies KtaO **Anni-Mari Syväniemi** MTK:sta ja Kasvua Hämeessä -teemaohjelman ohjelmapäällikkö MMM **Päivi Rönni** MTK:sta. Työryhmän asiantuntijoina vahvan panoksensa antoivat markkinointi- ja viestintäpäällikkö ETM **Minna Kantén** Ruokatieto Yhdistys ry:stä ja viestinnän tutkija, VTM **Anne Leppänen** Kuule Oy:stä, sekä taustamateriaalia kerännyt Savon ammatti- ja aikuisopiston EkoCentrian tiimi.

Työryhmä luovutti 70-sivuisen raportin **LÄHIRUOKASELVITYS ja ehdotus lähiruokaohjelman pohjaksi 2012–2015** tilaajalle 28.2.2012. Raportti toimitettiin asiantuntijajoukon arvioitavaksi ja esiteltiin MMM:n Laatuketjun järjestämässä *Lähiruokaseminaarissa* 6.3.2012.

Valtaisa määrä pirstaleista lähiruokamateriaalia, kymmenen asiantuntijahaastattelua sekä työpaja vahvistivat työryhmälle, että lähiruoan ristiriitaisesta määrittelystä johtuvat esteet on ratkaistava jo annettavassa selvityksessä.

Tässä raportissa esitetään lähiruokamääritelmäksi: lähiruoka on paikallisruokaa.

Määrittely lähtee siitä, miten kuluttaja näkee lähiruoan. Tämä määrittely mahdollistaa myös syksyllä 2011 paikallisruoalle eli oman maakunnan alueella tuotetulle ruoalle annettujen lainsäädännöllisten helpotusten hyödyntämisen. Se luo pohjan alueellisen ruokakulttuurin todelliselle kehittämiselle muiden Euroopan maiden tapaan.

Selvitystyössä löytyi neljä lähiruokasektorin kehittämistä estävää pullonkaulaa:

1. *Lähiruokakäsite sekoittaa eikä sitouta*
2. *Yhteisten tavoitteiden, yhteistyön ja alan koordinaation puute*
3. *Markkinalähtöisen yrittäjyyden edistäminen on riittämätöntä*
4. *Kysyntä ja tarjonta eivät kohta*

Pullonkaulojen ratkaisemiseksi työryhmä esittää työn tilaajalle, maa- ja metsätalousministeriölle, yhteensä 20 alustavaa toimenpide-ehdotusta lähiruokaohjelman jatkosuunnittelun pohjaksi.

Ruoka-alan kehittämistä estää myös **vastakkainasettelu** ja ristiriidat pienten ja suurten toimijoiden välillä. Tilanteesta hyötyvät eniten tuontituotteet, joita on nyt noin 20% ruoastamme. Tuonnin osuus on vientiä suurempi ja se kasvaa vientiä nopeammin. Vahvoja kotimaisia brändejä ja tehokkaasti toimivaa kotimaista, jäljitettävää tuotantoa tarvitaan sekä kotimaassa että viennin veturina. Erikokoisten ja erilaisten yritysten vahvuudet täydentävät toisiaan. 80% kaikesta suomalaisten syömästä ruoasta valmistetaan Suomessa. Vastuullisen suomalaisen ruokajärjestelmän kilpailukyvyyn systemaattinen kehittäminen on kaikkien etu. Tähän työhön tarvitaan pysyviä resursseja.

Työryhmä ehdottaa hallituksen lähiruokaohjelman fokukseksi paikallisruokaa, jota arvioidaan olevan noin kymmenen prosenttia kaikesta suomalaisesta ruoasta. Näin rajaten määräaikainen ohjelma voi saada aikaan konkreettisia tuloksia. Lähiruoan jäljitettävyyttä voidaan konkretisoida tuottajan kasvoiksi. Työryhmä esittää toimia, joilla kootaan monissa hankkeissa saatua hajanaista tietoa, kehitetään Suomeen sopivia jäljitettäviä lyhyitä toimitusketjuja ja tuodaan ne näkyviksi erilaisille yrittäjille ja alkuperästä kiinnostuneille kuluttajille.

Kun ruokajärjestelmän kehittämiseksi on luotu **yhteinen eri hallinnonalojen omia strategioita tukeva visio**, voidaan myös lähiruokasektoria kehittää hallitusohjelman tuomia yhteistyön mahdollisuuksia hyödyntäen, sekä valtakunnallisesti että alueilla. Tuloksellisinta on hyvin koordinoitu työskentely ohjelmamallilla eikä pirstaleisin erillishankkein.

Lähiruokasektorin suuri pullonkaula on **kuluttajien kysynnän ja eri toimitusketjujen tarjonnan kohtaamattomuus**. Lähiruoan lisääntyvä tarve on nähty päivittäistavarakaupassa, ravintolasektorilla ja julkisen sektorin ruokapalvelujen käyttäjien puheissa. Kaupan ja ammattikeittiöiden haasteena on lähiruoan saatavuus. Julkisella sektorilla esteenä on yltäältä päättäjien arvot ja asenteet sekä toisaalta hankintalaki tulkintoineen.

On tärkeää voimaannuttaa tuottajia ja yrittäjiä, jotta he hyödyntävät mahdollisuuden, joka piilee tiedossa, jonka mukaan 67% kuluttajista sanoo olevansa kiinnostunut tulevaisuudessa asioimaan myös suoraan tuottajan kanssa. Suuri osa heistä on valmis maksamaan kasvollisen yrittäjän hyvistä tuotteista. Eri puolilla Suomea on pioneereja, jotka ovat onnistuneesti tehneet työtä uudenlaisen liiketoiminnan synnyttämiseksi. He ovat tukien sijaan nostaneet puheenaiheeksi herkullisuuden, tuoreuden ja elämykset, joita monipuolinen ruokakulttuuri tuottaa. He ovat puheen sijaan ryhtyneet toimiin ja luomaan lähiruoalle uusia kohtaamispaikkoja. Niin ovat toimineet myös talkoohengellä kuluttajien keskuudessa syntyneet ruokapiirit ja ammattikeittiöiden sopimusviljelijät.

Selvitystyö tehtiin tiiviillä aikataululla. Lähiruokatyöryhmä rohkeni tuoda esiin tilastojen lisäksi arvioita, jotka tarkentuvat vasta pätevän tilastoinnin kautta. Tätä selvitystä siivitti yrittäjähenkisyys, into ja yhteistyö sekä halu nähdä ja tuoda näkyväksi ja keskusteluun eri toimien merkitys koko ruokajärjestelmämme kehittämisessä.

Esipuhe

Maa- ja metsätalousministeriö tilasi tiiviin selvityksen lähiruokasektorin nykytilanteesta, haasteista ja kehittämistarpeista. Selvityksen haluttiin konkretisoivan hallitusohjelmaan kirjattua lähiruokaohjelmaa.

Keräsimme tiedot ja näkemykset alan selvityksistä ja tutkimuksista, haastatellen ja työparajatyöskentelyn avulla.

Ryhmämme päätyi tekemään selvityksen, joka antaa kokonaiskuvan lähiruokasektorista ja sen toimijoista. Valtaisa materiaali on kiteytetty lyhyiksi nykytilakatsauksiksi jättämällä lähdeaineistot liitemaininnoiksi. Laajemman liiteaineiston keräsimme EkoCentrian sivuille. Tiiviin aikataulun vuoksi keskityimme kolmeen näkökulmaan: kuluttajaan, yrittäjään (elintarvike- ja maatalousyrittäjät) ja koko Suomeen. Kartoitimme myös lähiruuan edistämistyön tuloksia viimeisen kymmenen vuoden ajalta, jotta pystyimme tarkastelemaan, miten aiemmin tehtyä työtä on hyödynnetty.

Koko ruokajärjestelmän toimintaympäristö on monitahoinen sisältäen EU-tasoisia, valtakunnallisia, alueellisia ja paikallisia hallinnonaloja luoden niin yhteistä lainsäädäntöä, valvontaa kuin kehittämismahdollisuuksiakin. Monimuotoinen rakenne voi tuoda myös etuja, jos alan toimijat ymmärtävät kokonaisuuden ja tähtäävät toimissaan edistämään oman alueen kilpailuetujen lisäksi kokonaisuuden kilpailukykyä. Jotta ruokajärjestelmän kokonaisuutta ja sen osia voidaan kehittää tulee päättäjillä, rahoittajilla ja alan toimijoilla olla yhteinen käsitys siitä, mitä eri toimilla tavoitellaan.

Kuluttaja haluaa ruokaa omasta maasta. Suomen 55 000 maatilaa ja noin 3000 elintarvikeyritystä luovat pohjan ruokasektorin tulevaisuudelle. 80% Suomessa syötävästä ruoasta tuotetaan Suomessa, suurin osa oman maan raaka-aineista. Koko Suomen 10 miljardin euron elintarviketalouden kilpailukykyyn parantaminen vaatii uudenlaista yhteistyötä ja innovaatioita sekä uudenlaisia toimintamalleja koko ruokajärjestelmässä. Kun pirstaleiset kehittämispanokset pannaan yhteisiä tavoitteita palvelemaan, otetaan mausteeksi avoimuutta ja rohkeutta, saadaan aikaan sekä kasvua että hyvinvointia. Sitä reseptiä kehitimme tässä selvitystyössä.

Kuluttaja kokee lähiruuan paikallisruoaksi. Kymmenen viimeistä vuotta alalla velloneut ”mitä on lähiruoka”-keskustelu sai päätöksen, kun syksyllä 2011 osana kansallista (EU-komission ja muiden jäsenmaiden hyväksymää) lainsäädäntöä elintarviketurvallisuusriskeiltään vähäinen, paikallinen toiminta sai lainsäädännöllisiä helpotuksia. Lainsäädännössä paikalliseksi toiminnaksi katsotaan toimitukset maakunnan tai sitä vastaavan alueen sisällä.

Toivomme selvityksen antavan kokonaiskuvan ruokajärjestelmästä ja muuttuvan keskustelun ja päätösten jälkeen tulokselliseksi kaikkia hyödyttäväksi ja innostavaksi yhteistyöksi.

Kiitämme tähän selvitystyöhön panoksensa antaneita alan asiantuntijoita.

Helsingissä 28.2.2012

Seija Kurunmäki
Kuule Oy

Irma Ikäheimo
EkoCentria

Anni-Mari Syväniemi
MTK

Päivi Rönni
MTK Häme

1

Lähiruokaselvitys

1.1

Kuluttajanäkökulma

KAIKKI RUOKAA KOSKEVAT
VISIOT JA STRATEGIAT VANNOVAT
KULUTTAJALÄHTÖISYYS-TEEMAN NIMEEN,
SIKSI SIITÄ KANNATTAA ALOITTAA.
KULUTTAJA ON MONESTA SYYSTÄ
KIINNOSTUNUT LÄHIRUOASTA – MUTTA
OSTAMINEN EI OLE HELPPOA.

Kuluttajan pohdinnan aiheita

Erilaiset kuluttajatyypit arvostavat erilaisia asioita ruoassa. Samankin henkilön arvostukset vaihtelevat tilannekohtaisesti. Hallitsevia ruokavalintojen kriteerejä ovat kuitenkin hinta, maku, herkullisuus ja laadukkuus (5).

ONKO MAKU
HYVÄ?

ONKO HELPPOA?

ONKO
TERVEELLISTÄ?

MIKSI TÄMÄ ON
KALLIIMPAA?

KENELLE RAHA
MENEE?



PALJONKO
MAKSAA?

ONKO
LAADUKASTA?

KUMPI ON
PAREMPI, LUOMU
VAI LÄHIRUOKA?

ONKO
VASTUULLISTA?

Lähiruoan ostamiseen motivoivat asenteet ja tarpeet

Teollisen tuotannon, urbanisoitumisen ja globalisoitumisen myötä kuluttajat ovat vieraantuneet ruoan tuotannosta. Vastareaktiona on kestävä kehityksen arvostaminen, johon kuuluu ruoan alkuperän tunnistaminen ja sen ottaminen kulutusvalintojen kriteeriksi. Ekologisuus, oman ja yhteisön hyvinvoinnin arvostaminen, eettinen ja sosiaalinen orientaatio ovat toisiinsa liittyviä asenteita. Nämä **altruistiset asenteet** puhuvat lähiruoan puolesta (9).

Toisaalta kuluttajat ostavat mieluisia elämyksiä ja tunteita. Maaseutuun ja perinteiseen tuotantoon liittyvät mielikuvat ovat tällaisia, kuten antoisat makuelämykset. Lähiruoka houkuttaa myös **hedonistisilla** kokemuksilla.

Lähiruoan ostomotiivit voi jakaa **altruistisiin**, tietoiseen vastuunottoon ja välittämiseen pohjautuviin, ja **hedonistisiin**, jotka tuovat mielihyvää erityisesti itselle.

ALTRUISMI – VASTUUN OTTOA

VASTUULLISUUS ALUEESTA JA IHMISSISTÄ

- Alueen hyvinvointi
- Maaseudun elinvoimaisuus
- Pientuottajien tukeminen
- Työntekijöiden hyvinvointi
- Tulonjaon oikeudenmukaisuus

VASTUULLISUUS ILMASTOSTA, MAAILMASTA

- Eettisyys
- Ekologisuus
- Usko omien valintojen merkitykseen

HEDONISMI – HYVÄÄ ITSELLE

NAUTINTO ITSELLE JA EGOLLE

- Maku
- Laatu
- Tuoreus
- Omaperäisyys

FIILIKSIÄ ITSELLE

- Nostalgiaa, juuria
- Sosiaalisuutta, vuorovaikutusta
- Oppimista
- Elämyksiä

VASTUU JA VÄLITTÄMINEN ITSESTÄ, LÄHEISISTÄ

- Terveellisyys
- Jäljitettävyyys
- Ei lisäaineita

Lähiruoasta pidetään

Kuluttajilla on yhdenmukainen, tunnepitoinen käsitys lähiruoka-käsitteestä. Jo heidän tapansa määritellä lähiruoka sisältää siihen useimmille haluttavia asioita. Useat tutkimukset kuvaavat, kuinka kuluttajille lähiruoka merkitsee tuotantoa ja jalostusta lähellä, myönteisiä vaikutuksia tuotantoalueelle, käsityönomaista pienyrittäjyyttä, hyvää makua, puhtautta ja terveellisyyttä, ja usein omia ostokanavia. **Ylivoimaisesti vahvimmin sanaan ”lähiruoka” liitetään tuotanto kuluttajan lähialueella / kotiseudulla / alle 100 km säteellä.** 89% suomalaisista liittää tämän maantieteellisen läheisyyden lähiruokaan (5).

Lähiruoka-käsite tuntuu erilaisista ruokatyypeistä tutuimmalta ja mieluisimmalta. 42% kertoo ostavansa mielellään lähiruokaa (10).

Kuluttajat ovat **valmiita maksamaan** pienen suomalaisen yrityksen valmistamasta ruoasta ja omalla asuinpaikkakunnalla valmistetusta ruoasta enemmän kuin tavanomaisesta. 60% on valmis maksamaan 50 s enemmän noin kolmen euron hintaisesta ruokatuotteesta, jos se on omalla paikkakunnalla valmistettua. Sekä lähiruoasta että luomusta ollaan valmiita maksamaan enemmän kuin ns. tavanomaisesta. Tämä tuli ilmi Suomalaisen ruokakulttuurin edistämishjelmassa tehdystä seurantatutkimuksesta (18).

Lähiruokaa pidetään yhä tärkeämpänä. Vuonna 2005 suomalaisista kuluttajista 43% piti lähiruokaa vähintään melko tärkeänä ostoperusteena, vuonna 2011 näin ajatteli jo 59%, kertoo ennakkotieto Kuluttajatutkimuskeskuksen vuonna 2012 julkaistavasta tutkimuksesta (2).

Sama tutkimus osoitti myös, että jopa 67% kuluttajista sanoo olevansa kiinnostunut tulevaisuudessa **asioimaan suoraan tuottajan kanssa.**

KRITEERI	2005	2011
Herkullisuus / hyvä maku	96	97
Terveellisyys	87	91
Hinta	82	90
Suomalaisuus	76	86
Vähärasvaisuus	76	59
Lähiruoka	43	59
Luomu	27	39

Kuluttajatutkimus (2), julkaistaan 2012, Kuluttajatutkimuskeskus, PTT, MTT

Vähintään melko tärkeänä asiaa pitäneiden kuluttajien osuudet (%)

Lähiruoasta pidetään, miksei osteta?

Kulutusluvut osoittavat, että kuluttaja valitsee kaupassa tai ruokailupaikassaan usein jonkin muun kuin lähiruoan tai luomuruoan, vaikka ne molemmat näyttäytyvät asennetutkimuksissa vahvoina ja houkuttelevina.

Aiheen tutkimuksesta tulee esiin, että lähiruoka (samoin kuin luomu) ei useinkaan ole rutiininomainen heitto ostoskoriin, vaan se edellyttää tietoista valintaa. Lähiruoka on usein **vaikeammin saatavissa tai löydettävissä**, ja sitä pidetään monesti muita vaihtoehtoja **kalliimpana**.

Niin luomussa kuin lähiruoassa esiintyy sama ongelma. Niitä ei osteta, koska niiden ostaminen ei ole helppoa. Se vaatii vahvan motivaation ja/tai vaivannäköä. Siksi sekä luomu että lähiruoka tarvitsevat menestyäkseen ostamisen helpottamista.

**LÄHIRUOAN OSTAMISESTA ON TEHTÄVÄ KIINNOSTUNEELLE
KULUTTAJALLE ENTISTÄ HELPOMPAA.**

1.2

Yrittäjän näkökulma

MAATALOUDEN JA ELINTARVIKETALOUDEN YRITTÄJYYDELLÄ ON LÄHIRUOKASEKTORIN KEHITTÄMISESSÄ SUURI MERKITYS. YRITTÄJÄT KAMPPAILEVAT MONIEN HAASTEIDEN KESKELLÄ.

Yrittäjän pohdinnan aiheita

Markkinatiedon puute, viranomaissäädökset, kannattavuus ja oma jaksaminen huolettavat yrittäjiä. Vaikka haluakin innovatiiviseen kehittämiseen olisi, puuttuu tietoa ja rohkeutta.

MISTÄ NEUVONTAA
MARKKINOINNISTA?

NAAPURI PÄÄTTI JATKAA TILAKOON
KASVATTAMISTA JA SILLÄ ON HYVÄ SOPIMUS
TEOLLISUUDEN KANSSA. PITÄISIKÖ MINUNKIN?

SAISIKO TÄHÄN
JOTAKIN
TUKIRAHAA?

ELINTARVIKE-
LAINSÄÄDÄNTÖ
MUUTTUI, MITÄHÄN
SE MERKITSEE?

VOI KUN
JAKSAIS
HUOMISEEN!

MITEN
IHMEESSÄ TÄSTÄ
HOMMASTA SAISI
KANNATTAVAA?

MISTÄ
JATKAJA TÄLLE
HOMMALLE?

MITEN
OSTAJAN
KANSSA
PUHUTAAN?



PIENI ERÄ
ERIKOISTUOTETTA,
TORILLE, KAUPPAAN
VAI KOULUN
RUOKALAAN?

VOISINKO
JALOSTAA OMIA
TUOTTEITANI?

MITEN VOISIN
ANSAITA NIIN ETTÄ
VOISIN JÄTTÄÄ TOISEN
TYÖNI JA ELÄÄ TÄLLÄ?

2900 suomalaista elintarvikeyritystä

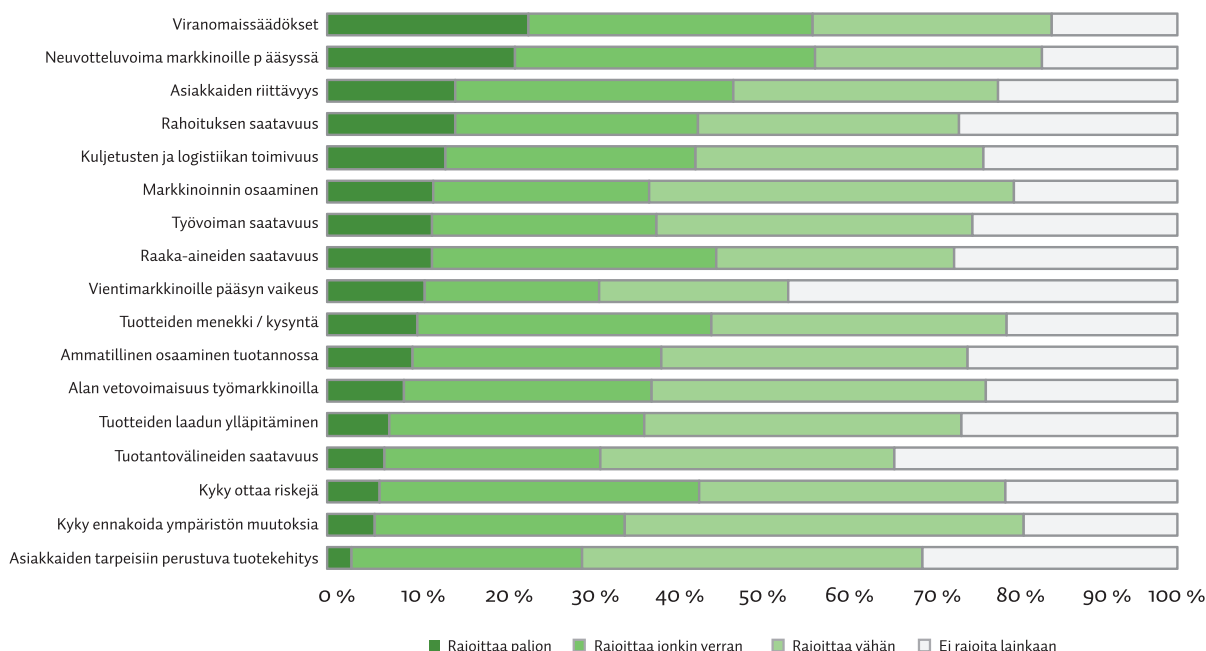
Suomalainen elintarviketeollisuus kokonaisuudessaan on maailmanlaajuisiin yrityksiin verrattuna pieni. Maailman suurimman elintarvikeyrityksen Nestlén liikevaihto on 80 miljardia euroa, kun koko Suomen elintarviketeollisuuden bruttoarvo on 10 miljardia euroa ja suurimmat yritykset Valio ja HKScan liikevaihdoltaan molemmat noin 2 miljardia euroa (5). Vahvat kotimaiset brändit luovat pohjan valtakunnallisten kauppaketjujen kotimaiselle, tehokkaasti suur-
tuotannon eduin tuotetulle valikoimalle. Valtakunnallisesti toimivat yritykset (määrällisesti alle 10%) tuottavat suuren osan suomalaisen ruokakorista ja tuovat toimeentulon pääosalle elintarviketuotantoon suuntautuneista maataloista ja muodostavat enemmistön viennistä.

Suomalaisia elintarvikkeitä jalostavia yrityksiä on yhteensä noin 2900. Luku on Ruoka-Suomi -teemaryhmän tilaistoima ja sisältää myös sellaiset mikro- ja maatilayrittäjät, jotka eivät ole mukana Tilastokeskuksen laskelmissa. Tilastokeskuksen mukaan Suomessa on 1900 elintarvikeyritystä. Suomalaisista elintarvikeyrityksistä valtaosa eli 90% on alle 20 henkilöä työllistäviä, pieniä paikallisia toimijoita, pk-yrityksiä tai jopa alle 10 henkeä työllistäviä mikroelintarvikeyrityksiä. Ne luovat pohjan yrittäjyydelle, joka hyödyntää alueellisia erikoispiirteitä ja alueen hyvinvointia.

Vastakkainasettelu suurten ja pienten välillä ei kannata, se vie energiaa – ja antaa lisää tilaa tuonnille.

Ruoka-Suomi -teemaryhmän neljän vuoden välein pk-yrittäjille toteuttama tutkimus tehtiin viimeksi vuonna 2008. Se osoittaa samaa kuin työryhmän tekemät haastattelut ja työpa-
jassa saadut tulokset: elintarviketalouden pienyrittäjyyttä voitaisiin tukea helpottamalla, tai neuvomalla ja opastamalla asioissa, jotka yrittäjä kokee vaikeimmiksi: viranomaismääräykset, neuvotteluvoima markkinoille pääsyssä, asiakkaiden riittävyys, rahoitus ja kuljetukset.

MISSÄ MÄÄRIN KOETTE SEURAAVIEN TEKIJÖIDEN RAJOITTAVAN YRITYKSENNE MENESTYmistä?



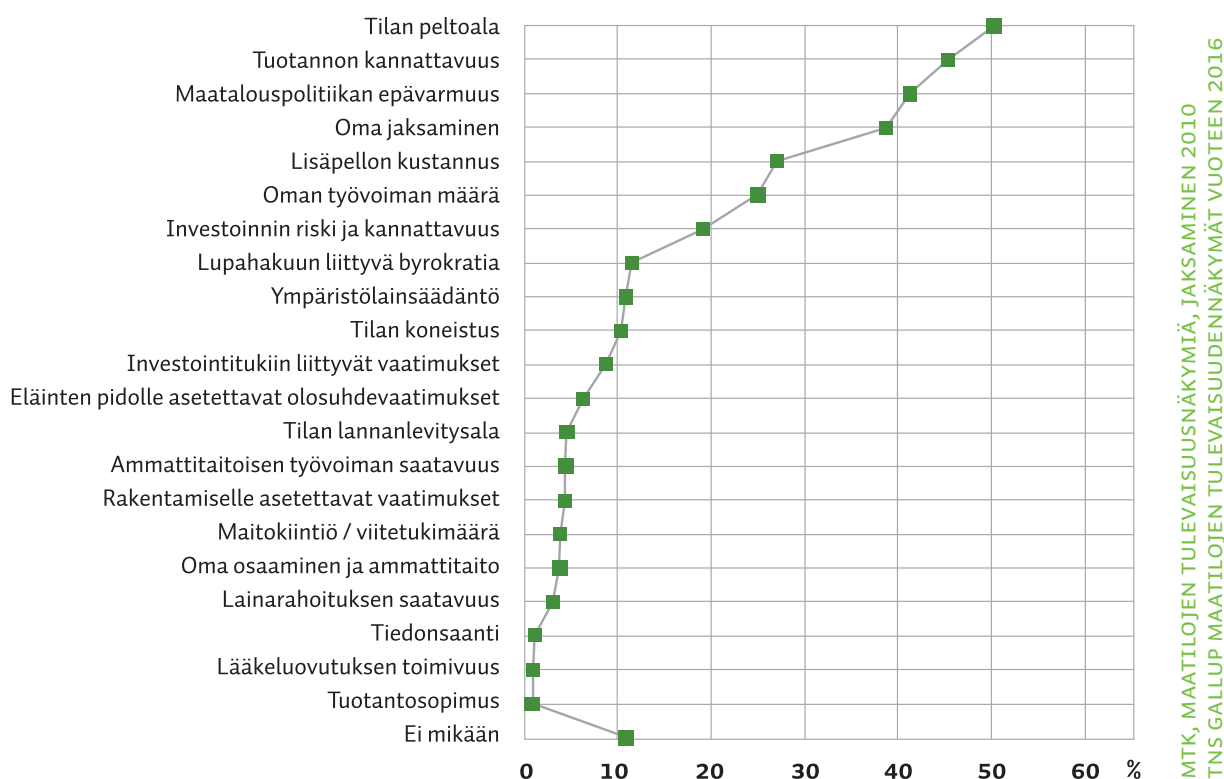
Kuva: Ruoka-Suomi -tutkimus 2008. Elintarvikealan pk-yritysten toimintaympäristö, n=186. www.ruokasuomi.fi

LÄHIRUOKAOHJELMAN TULEE ROHKAISTA JA TUKEA PIENYRITTÄJYYTTÄ JA SAMALLA HUOMIOIDA SUOMEN RUOKAJÄRJESTELMÄN KOKONAISUUS.

Maatalousyrittäjät

Suomessa on yhteensä noin 55 000 maatilaa. Niistä noin 20 000 on monialaisia. Tavallisin lisätulon lähde on urakointi, (n. 9000 tilalla) ja elintarvikkeiden jatkojalostusta on noin 500 tilalla (7). TNS Gallupin viljelijöiden tulevaisuuden näkymiä selvittävä tutkimus osoittaa, että tilakoko, tuotannon kannattavuus, maatalouspolitiikka ja oma jaksaminen huolettavat yrittäjiä kaikkein eniten.

TILAN KEHITTÄMISTÄ JA KILPAILUKYVYN PARANTAMISTA RAJOITTAVAT TEKIJÄT



Maataloudesta tulonsa saavat eivät aina koe itseään yrittäjiksi. MTT:llä juuri julkaistun väitöskirjan (15) mukaan suomalaisen maanviljelijän identiteetti on tasapainoilua talonpojan, tuottajan ja yrittäjän roolien välillä. Moni viljelijä mieltää ammattinsa yhä sukupolvelta toiselle siirtyväksi elämäntavaksi, vaikka tunnistaakin paineen yrittäjyyteen.

Kilpailu elintarvikeketjun katteista on lisääntynyt. Suomessa, kuten muuallakin EU:ssa on kiinnitetty huomiota siihen, että tuottajan osuus elintarvikkeiden hinnoista on vähentynyt. Viime aikoina tarve vaihtoehtoisille ruokaketjuille on syntynyt ennenkaikkea kuluttajista. Lyhyet tarjontaketjut voivat luoda tuottajille mahdollisuuden parantaa asemaansa ja tulotasoa elintarvikeketjussa, mutta lyhyen ketjun hallintaan liittyvä osaaminen on heikkoa. Maatalousyrittäjä ei näe erilaisten kuluttajien tarpeita, eivätkä kehitysohjelmat tue häntä riittävästi (1).

MAATALOUSYRITTÄJÄN VOIMAANNUTTAMINEN ON YKSI LÄHIRUOKAOHJELMAN TÄRKEÄ TAVOITE.

1.3

Suomi-näkökulma

KOKO ELINTARVIKESEKTORI TYÖLLISTÄÄ NOIN 300 000 HENKEÄ, 12 PROSENTTIA SUOMEN TYÖLLISESTÄ TYÖVOIMASTA. MONISSA VISIOISSA ALA NÄHDÄÄN TULEVAISUUDEN KASVUALANA, VAIKKA KASVUN MERKIT OVAT VIELÄ VÄHISSÄ.

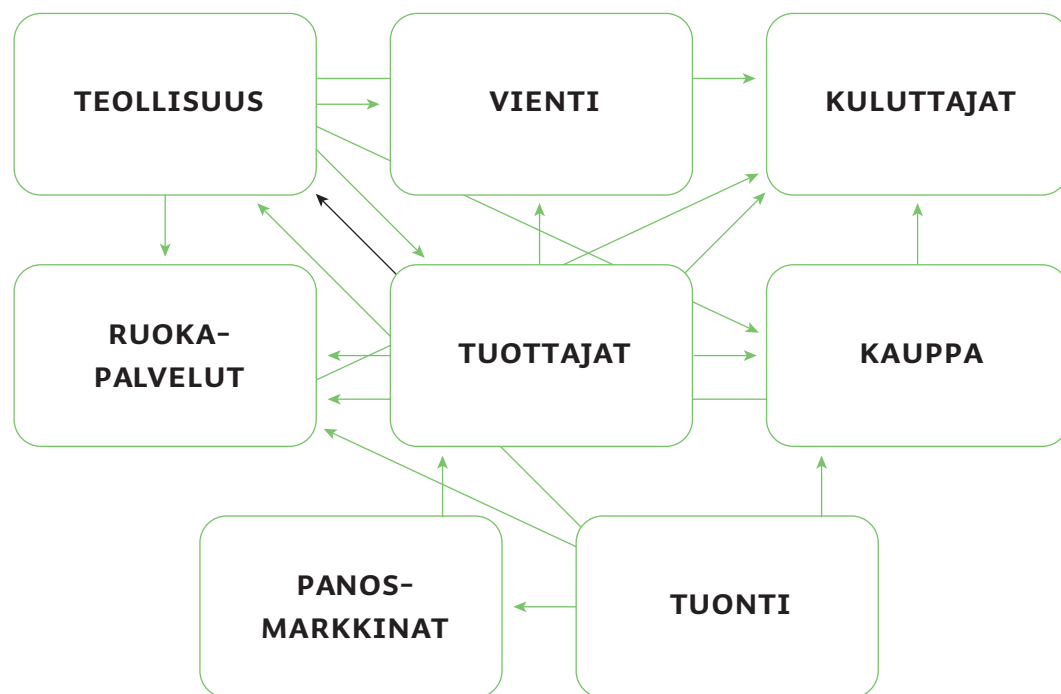
Ruokajärjestelmä ja arvoketju

”Suomessa on ruoan tuotantoa ja kulutusta kuvattu ketjuna: aiemmin puhuttiin elintarvikeketjusta, nyttemmin myös ruokaketjusta. Ketju on kuitenkin varsin yksioikoinen kuva. Siinä on lenkkejä toisensa perään tavalla, jossa yksi lenkki on tekemisissä joko edeltäjänsä tai seuraajansa kanssa. Se on myös käsitteellisesti pulmallinen, koska elintarvikeketjussa esimerkiksi ruoan alkutuottajat ja kuluttajat eivät kohtaakaan toisiaan. Olisiko nyt hyvä hetki ryhtyä käyttämään Suomessa yleisemmin ruokajärjestelmän käsitettä? Se mahdollistaisi paremmin ruoan tuotannon paikallisen ja globaalin moniulotteisuuden ja ottaisi huomioon eri toimijoiden vuorovaikutuksen”.

Näin ruokajärjestelmää kuvaa Kuluttajatutkimuskeskuksen tutkimuspäällikkö **Johanna Mäkelä** (ruokakulttuuriprofessori helmikuussa 2012 alkaen) kirjallisuuskatsauksessa (1), joka on myös tärkeä tässä työssä pohjana ollut tieteellinen aineisto. Se auttaa ymmärtämään kuluttajien ja tuottajien vuorovaikutuksen moninaisuutta ja merkityksiä. Tutkijaryhmän työ tuonee lisää tietoa aiheesta vuonna 2012.

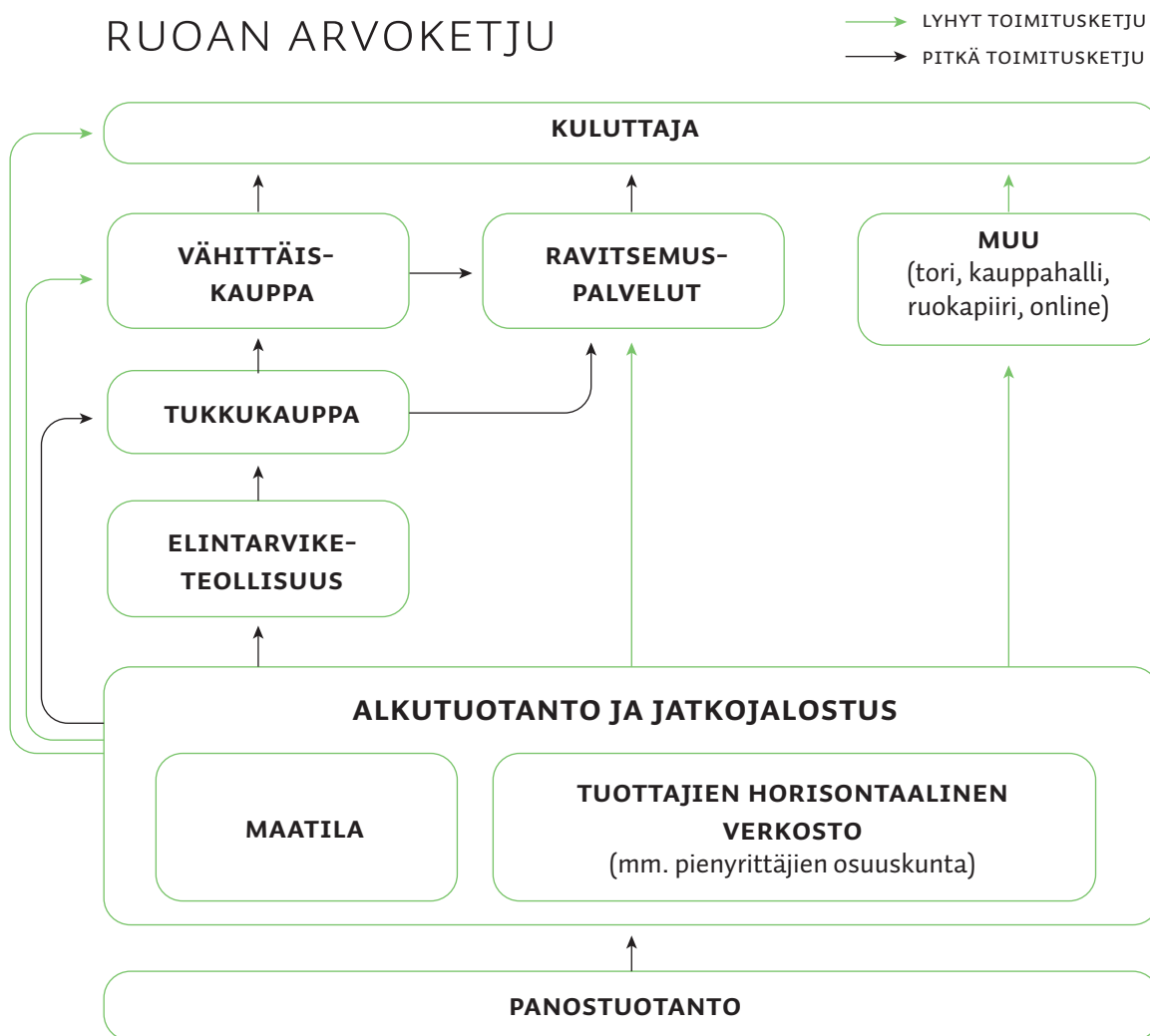


RUOKAJÄRJESTELMÄ



Lähde: Pyykkönen PTT, esitys MTK:ssa 7.11.2011.

Lähiruokaselvityksessä kuvaamme järjestelmää perinteisen arvoketjun mallilla.



Lähiruoka nyt! Trendeistä markkinoille, Sitran julkaisu 29 (Deloitte) (4)



Lyhyen toimitusketjun teoria

Vaihtoehtoisten (*alternative food supply chains, AFNs*) tai lyhyiden tarjontaketjujen (*short food supply chains, SFSCs*) tutkimus on lisääntynyt erityisesti 2000-luvulla.

Tutkimusten mukaan lyhyt toimitusketju voi olla vaihtoehtona teollistuneen ruokajärjestelmän rinnalla. Vaihtoehtoisuutta voi olla esimerkiksi raaka-aineiden erilaisuus, kuten luonnonmukaisessa tuotannossa, tai tarjontaketjun poikkeavat ratkaisut, kuten suoramyyni tilalta. Tutkimuksissa yleinen suuntaus on ollut pitää ketjun lyhyyttä piirteenä, joka erottaa vaihtoehtoisen järjestelmän tavanomaisesta (1).

Tavanomaiseen tarjontaketjuun verrattuna lyhyissä tarjontaketjuissa pyritään paikallistamaan elintarvikkeita uudella tavalla. Lyhyessä ketjussa kuluttajien ja tuottajien välille syntyy uudenlainen suhde. Tutkimusten mukaan tämän suhteen keskiössä ovat *uudentyyppiset laatumääritelmät, luotettava laatutieto kuluttajalle ja läpinäkyvä ketju* (1).

Viime vuosina on myös Suomessa tehty tutkimuksia esimerkiksi luomuketjun erilaisista mahdollisuuksista (17). Pientuottajien haastattelujen pohjalta keskitetyn ja hajautetun jakelujärjestelmän eroja on tutkittu Helsingin yliopiston Taloustieteen laitoksen tutkimuksessa Hämeessä, Uudellamaalla ja Itä-Uudellamaalla (16). Kysyntää ja tarjontaa koordinoivaa markkinajärjestelmää kuvataan kolmen osa-alueen avulla (logistinen järjestelmä, vaihdantajärjestelmä, informaatiojärjestelmä).

Keskitetyn järjestelmän edut painottuvat asiaa tutkineiden mukaan (16) jakelutoimintojen tehokkaaseen ja sujuvaan toimintaan tuotteiden kuljettamisessa tuottajilta kuluttajille. Suomi, pitkien kuljetusmatkojen maa, on pystynyt kehittämään monia tehokkaasti toimivia tuotteiden ja tiedonsiirron malleja, joita toteutetaan niin vähittäiskaupan, ravintoloiden kuin julkisen sektorin logistiikassa. On hyvä huomata, että Suomi pienenä maana voi luoda myös valtakunnallisille tuotteille kuluttajalle asti näkyvän jäljitettävän ketjun.

Tälläkin hetkellä on menossa useita tutkimushankkeita, joiden tavoitteena on edistää maaseudun pienten elintarvikeyritysten kestävä kehitystä, markkinoillepääsyä ja kilpailukykyä tarjoamalla uusia toimitusketjun hallinnan välineitä ja malleja.

LÄHIRUOKAOHJELMASSA TULEE HYÖDYNTÄÄ TUTKIMUSTULOKSIA, KEHITTÄÄ JA TUODA NÄKYVÄKSI SUOMEEN SOPIVIA ERILAISIA JÄLJITETTÄVÄN TOIMITUSKETJUN MALLEJA.

Lähiruoka osana suomalaista ruokaa

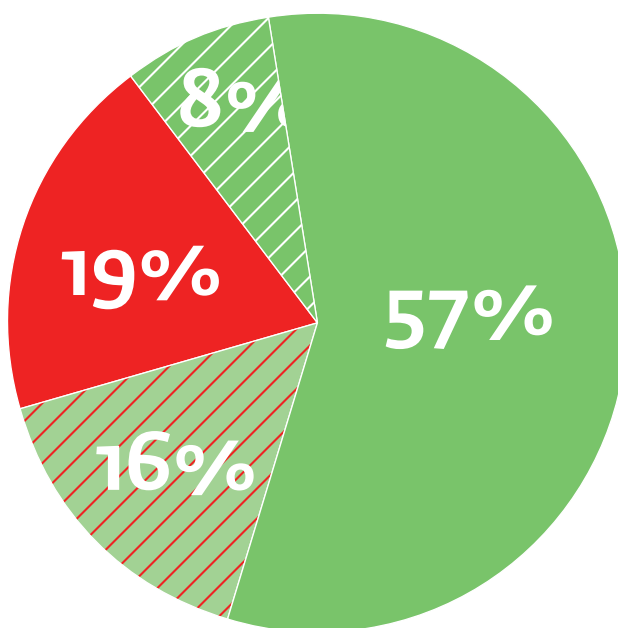
Suomessa syötävästä ruoasta noin 80% on Suomessa valmistettua. Myös suurin osa ruokamme raaka-aineesta (noin 65%) on alkuperältään suomalaista.

Kaikesta Suomessa syötävästä ruoasta lähiruolan osuuden on arvioitu olevan noin 8%, joskaan tarkkoja tietoja ei ole käytettävissä.

Osa tuotteista (kuten kahvi) jalostetaan Suomessa, mutta raaka-aine tulee maailmalta. Niiden tuotteiden osuus on 16% kaikesta Suomessa syötävästä ruoasta.

Tuontiruolan osuus on noin 20% Suomessa syötävästä ruoasta. Merkittävimmät tuonti-tuotteet olivat alkoholijuomat, hedelmät, juusto, vihannekset ja kasvikset sekä tuore kala.

Osa tuontituotteista on sellaisia, jotka kulutustottumuksia tai ostotapaa muuttamalla voidaan korvata kotimaisilla (8).



- LÄHIRUOKA
- MUU SUOMESSA TEHTY SUOMALAISESTA RAAKA-AINEESTA
- SUOMESSA TEHTY ULKOMAISESTA RAAKA-AINEESTA
- TUONTI

*Lähiruolan määrä arvioitu kohdan 1.4. määritelmän mukaan. Tässä raportissa esitetyt lähiruolan markkinaosuusluvut perustuvat tilastoihin (5) ja ruoka-alan eri asiantuntijoiden esittämiin arvioihin sekä tämän työryhmän jäsenten näkemykseen.

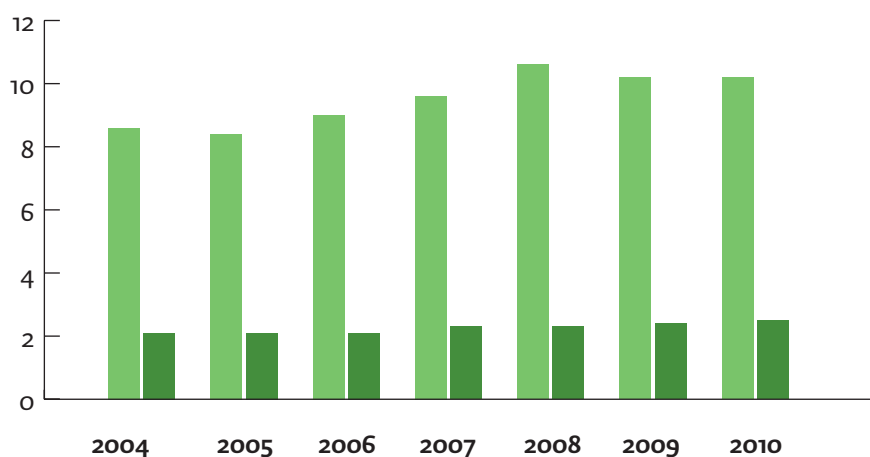
Määritelmä ja mittaus ei ole yksiselitteinen, se antaa vain suuruusluokan. Esimerkiksi kauppaketjun ja lähiruokatoimijan arvio lähiruolan osuudesta voi perustua erilaiseen määritelmään ja näkökulmaan.

SUOMESSA VALMISTETUN RUOAN KOKONAISUUDEN KASVATTAMINEN ON KANSALLINEN ETU. LÄHIRUOKA ON OSA SITÄ.

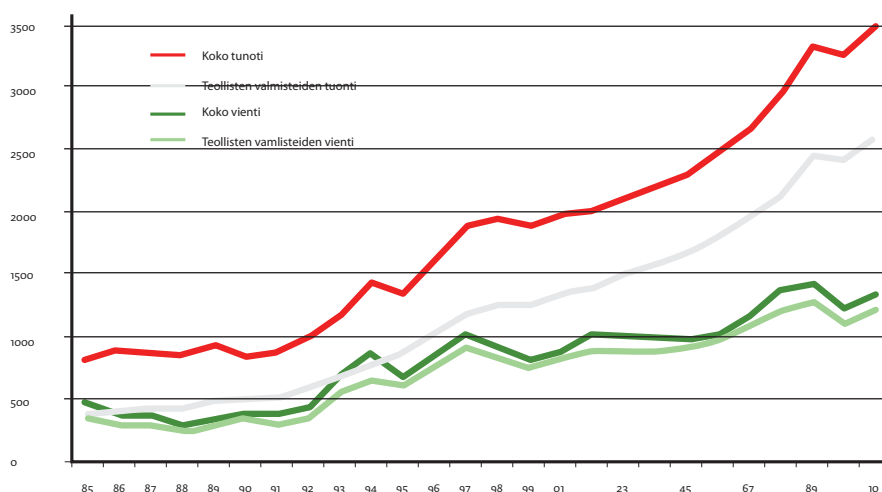
Kasvun mahdollisuudet

Jos haluamme kasvattaa suomalaisen tuotannon kokonaisuutta, se voidaan tehdä arvoa kasvattamalla eli pidemmälle jalostettuihin kotimaisiin tuotteisiin siirtymällä, tuontia vähentämällä tai vientiä kasvattamalla. Suunta tällä hetkellä on huono. Elintarviketuonti (3,5 miljardia euroa) on yli kaksinkertainen vientiin (1,5 miljardia euroa) verrattuna. Tuonti myös kasvaa vientiä nopeammin.

Elintarviketeollisuuden tuotannon bruttoarvo ja jalostusarvo 2004 – 2010



Elintarvikkeiden tuonti ja vienti 1985 – 2010



Lähde: www.etl.fi ja Huomisen ruoka (18).

2030

20
miljardia €

2030



Ruokastrategiatyöryhmän kesäkuussa 2010 antamassa Huomisen ruoka -raportissa määriteltiin suomalaisen ruuantuotannon tavoitteeksi, että tuotannon arvo kasvaa kaksinkertaiseksi vuoteen 2030 mennessä (bruttoarvo 10 miljardista 20 miljardiin).

Elintarviketeollisuusliitto piti huolestuttavana (www.etl.fi), että eduskunnan kannanotossa Huomisen Ruoka -ruokastrategiaraportissa marraskuussa 2010 ehdotetut toimet supistuivat tammikuun 2011 eduskuntakäsittelyssä neljäksi ehdotukseksi, jotka eivät liiton mielestä toteuta ruokapoliittisen selonteon ydintavoitetta, **Suomen ruokaketjun kannattavuuden ja kilpailukyvyn turvaamista muuttuvassa toimintaympäristössä**. On hyvä rehellisesti huomioda, että tässä ehdotuksessa hahmoteltu lähiruokaohjelma ei toimi kasvustrategian veturina, vaikka voi olla osa sitä. Vahvaan kasvuun tarvitaan alalla paljon muitakin toimia. Luomun kasvattaminen merkittäväksi vientituotteeksi on yksi mahdollisuus, mutta sen suhteellinen pienuus nykymarkkinoista (n. 2%) on syytä huomata.

ELINTARVIKEALAN KASVU TEHDÄÄN VIENTIÄ KASVATTAMALLA.

1.4

Lähiruokakäsite

LÄHIRUOKAKÄSITETTÄ ON VIIMEISEN KYMMENEN VUODEN AIKANA SEKOITTANUT SE, ETTÄ TERMI *suomalainen ruoka* ON YRITETTY KORVATA *lähiruoka*-TERMILLÄ. NÄIN TOIMIEN OLLAAN MENETTÄMÄSSÄ NE KILPAILUEDUT, JOITA TUO YHTÄÄLTÄ SUOMALAISUUS JA TOISAALTA PAIKALLISUUS.

1.4.1 Määrittelyn lyhyt historia

- 1990** Lähiruoka tuli puheenaiheeksi ja sillä tarkoitettiin paikallista ruokaa
- 1993** Hyvää Suomesta –alkuperämerkki, jolla varauduttiin EU-kauden muutoksiin 1995
- 2000** Lähiruokatyöryhmä määritteli loppuraportissaan 6/2000 lähiruoan näin:
Lähiruoka on ruoantuotantoa ja -kulutusta, joka käyttää oman alueensa raaka-aineita ja tuotantopanoksia edistäen oman alueensa taloutta ja työllisyyttä.
- 2000** Viisivuotinen EU-siirtymäkausi päättyi ja EU-säädösten nähtiin estävän suomalaisen ruoan tunnetuksi tekemisen/menekinedistämisen julkisella rahalla. Hyvää Suomesta -työ organisoitiin siten, että alkuperäluonteinen mainonta ja valvonta siirrettiin kokonaan elinkeinon rahoituksella tehtäväksi.
- 2000–2010** eri tahot, mm. suomalainen elintarviketeollisuus (ETL) ja alkutuotanto (MTK) määritteli **kaiken suomalaisen tuotannon lähiruoksi**
- 2000–2010** syntyi suuri joukko tutkimuksia ja selvityksiä, joissa käsite oli vaihtelevasti määritelty ja monien toimenpiteiden fokus kadoksissa.
- 2010** lähiruokabuumi alkoi vahvana kuluttajien keskuudessa, paikalliset pienet yritykset nousivat uuteen arvoon.
- 2011** lähiruoka nousi monien kehittämistoimien fokukseksi.
- 2011** tutkijat alkavat käyttää vuonna 2000 tehtyä määritelmää.
- 2011** Osana kansallista (EU-komission ja muiden jäsenmaiden hyväksymää) lainsäädäntöä elintarviketurvallisuusriskeiltään vähäinen toiminta (vähäinen, paikallinen ja rajoitettu toiminta) sai lainsäädännöllisiä helpotuksia. Lainsäädännössä *paikalliseksi toiminnaksi katsotaan toimitukset maakunnan tai sitä vastaavan alueen sisällä.*
- 2012** Hyvää Suomesta – ruokaa omasta maasta, lanseerataan.
- 2012** Lähiruokaselvityksessä ehdotetaan lähiruoalle yhtä selkeää määritelmää, joka perustuu sekä lainsäädännön että kuluttajan näkemykseen.

1.4.2 Lähiruokamääritelmä

LYHYT MÄÄRITELMÄ

Lähiruoka on paikallisruokaa.

PITKÄ MÄÄRITELMÄ

*Lähiruoka on ruoantuotantoa ja -kulutusta, joka käyttää oman alueensa raaka-aineita ja tuotantopanoksia edistäen oman alueensa taloutta, työllisyyttä ja **ruokakulttuuria**.*

Suurin on lähiruoasta myydään ja kulutetaan omalla alueella (tuoreet ja sesongin mukaiset tuotteet). Paikallisesti toimivien pientuottajien erikoistuotteita myydään ympäri Suomea. Niistä voi kehittyä myös vientituotteita.

ALAN TOIMIJOIDEN SITOUTUMINEN YHTEISEEN LÄHIRUOKA-KÄSITTEeseen ON LÄHIRUOKAOHJELMAN ONNISTUMISEN EDELLYTYS.

1.4.3 Merkinnät

Aika ajoin on käyty keskustelua siitä, pitäisikö lähiruokatuotteita varten kehittää oma merkki. Tässä selitystyössä saatiin toimijoilta selkeä vastaus. Uusia kansallisia lähiruokamerkkejä ei tarvita.

Lähiruoan tärkein merkintä on tuottajan nimi ja paikkakunta. Myös tuottajan tai jalostajan kuva on joskus paikallaan.

Uusien merkkien kehittämisen sijaan on syytä huolehtia, että tunnetut ja jo käytössä olevat merkit hyödynnetään.



Hyvää Suomesta -alkuperämerkki on vuodesta 1993 asti kertonut tuotteen suomalaisesta alkuperästä. Merkin tehtävänä on suomalaisen ruoan arvostuksen lisääminen ja menekin edistäminen. Joutsenlippu on Suomen neljänneksi arvostetuin tuotemerkki. Myös teollisuus on ottanut sen omakseen: noin 260 yrityksellä on merkki käytössään. Merkin käyttöoikeus on kriteerit täyttämällä tuotteilla ja se syntyy Ruokatieto Yhdistyksen jäsenyyden kautta. Edistäminen ei saa julkista rahaa. Hyvää Suomesta -tuotteita on nyt noin 8000.



Maakuntien Parhaat -laatumerkin myöntää ProAgria Keskusten Liitto. Merkin käyttöoikeutta voivat hakea pienyritykset, jotka ovat joko elintarvikeyrityksiä, käsi- ja taideteollisuusyrityksiä tai maaseutumatkailu- ja palveluyrityksiä. Maakuntien Parhaat laatumerkkejä on myönnetty noin 400 yrittäjälle ja tuotteelle vuodesta 1993 lähtien.

Osana EU:n maataloustuotteitten lautupakettia maataloustuotteille ja elintarvikkeille on kolme erilaista suojausjärjestelmää (SAN, SMM ja APT):



SAN suojaa tuotteen valmistamisen ja/tai tuotannon sen perinteisellä maantieteellisellä alueella.

- Lapin Puikula, Lapin Poron liha, Lapin Poron kuivaliha, Lapin Poron kylmäsavuliha



SMM suojaa myös tuotteen valmistamisen ja/tai tuotannon sen perinteisellä maantieteellisellä alueella.

- Kainuun Rönttönen



APT- suojaus suojaa tuotteen perinteisen valmistusmenetelmän

- Sahti, Kalakukko ja Karjalanpiirakka.

EU:n yhteinen maatalouspolitiikka on uudistettavana (CAP2020) ja sen on määrä tulla voimaan vuonna 2014 alusta. Alkutuottajat halutaan saada tiiviimmin mukaan ruokaketjuun aktiivisiksi toimijoiksi pelkän raaka-aineentuottamisen sijaan. Tällä hetkellä kehitetään tapoja edistää maataloilta tapahtuvaa suoramyyntiä. EU:n alueiden komitea on suuntaa antavassa lausunnossaan todennut että, komission tulisi ottaa paikallistuotteita varten käyttöön uusi tunnus.

OSANA LÄHIRUOKAOHJELMAA ON SYYTÄ POHTIA SEKÄ EU-ALKUPERÄ-MERKINTÖJEN ETTÄ KANSALLISTEN JÄRJESTELMIEN TUOMIA MAHDOLLISUUKSIA.

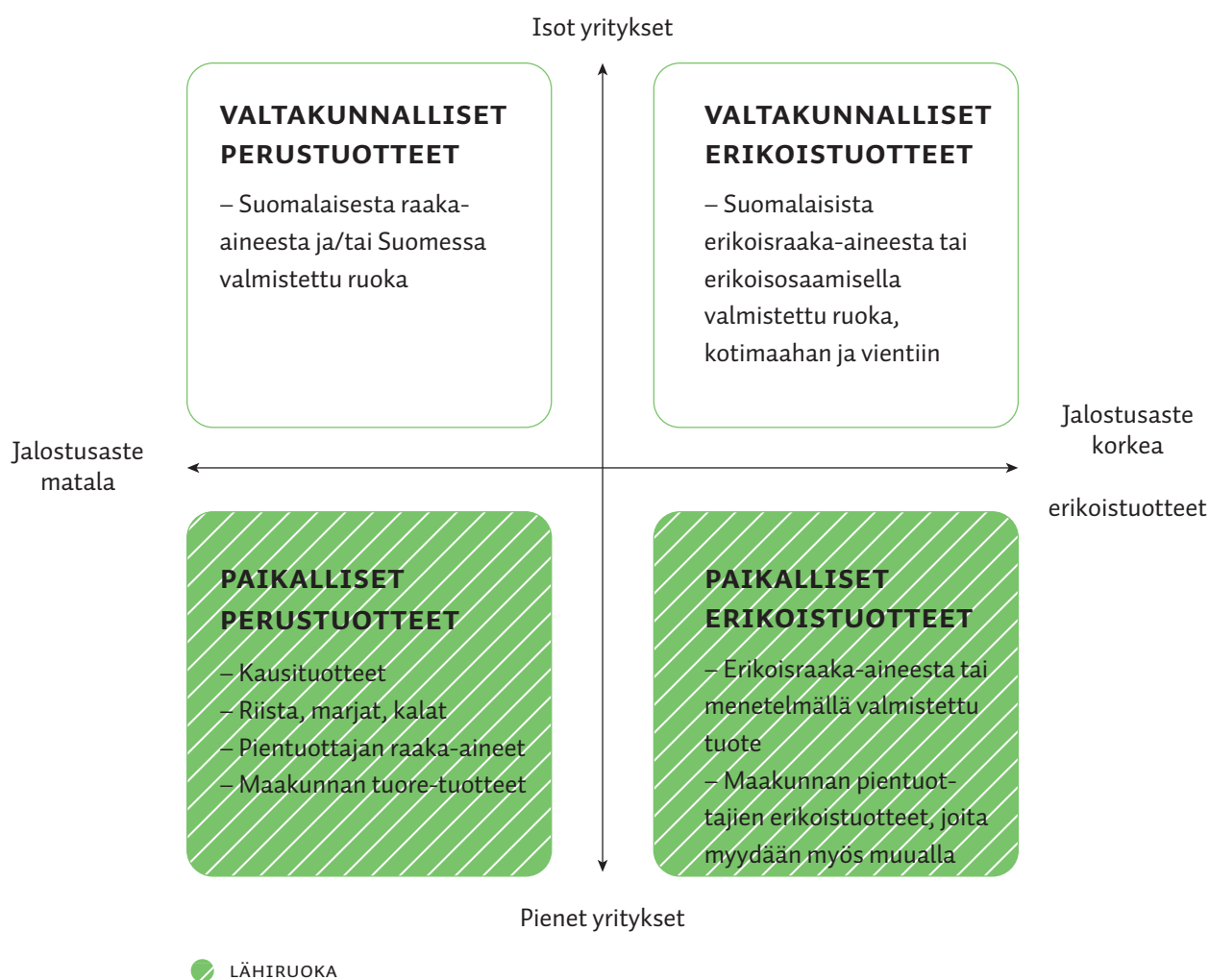
1.4.4 Suomalainen ruoka matriisina

Lähiruoan erikoisominaisuuksia voi hahmottaa jakamalla kaikki suomalainen ruoka matriisiin, jonka akseleina ovat yrityksen koko ja tuotteen jalostusaste.

Vaikka matriisi ei eksaktisti jaa tuotteita tai yrityksiä, se antaa pohjaa erilaisten yritysten kilpailukeinojen määrittelylle. Tätä matriisia on mahdollista soveltaa niin alkutuotantoon, jalostukseen kuin kehittämishankkeisiin.

Matriisina yhtenä lähtökohtana on dosentti **Pekka Lehtosen** elintarviketuotannon tuote-teknologia-matriisi (13).

Matriisia on kehitettäessä on tehty yhteistyötä Pro Luomu ry:n kanssa, jolloin luonnonmukaisesti tuotettu ruoka näkyy jokaisessa sektorissa.



1.5

Lähiruoan markkinat ja myyntikanavat

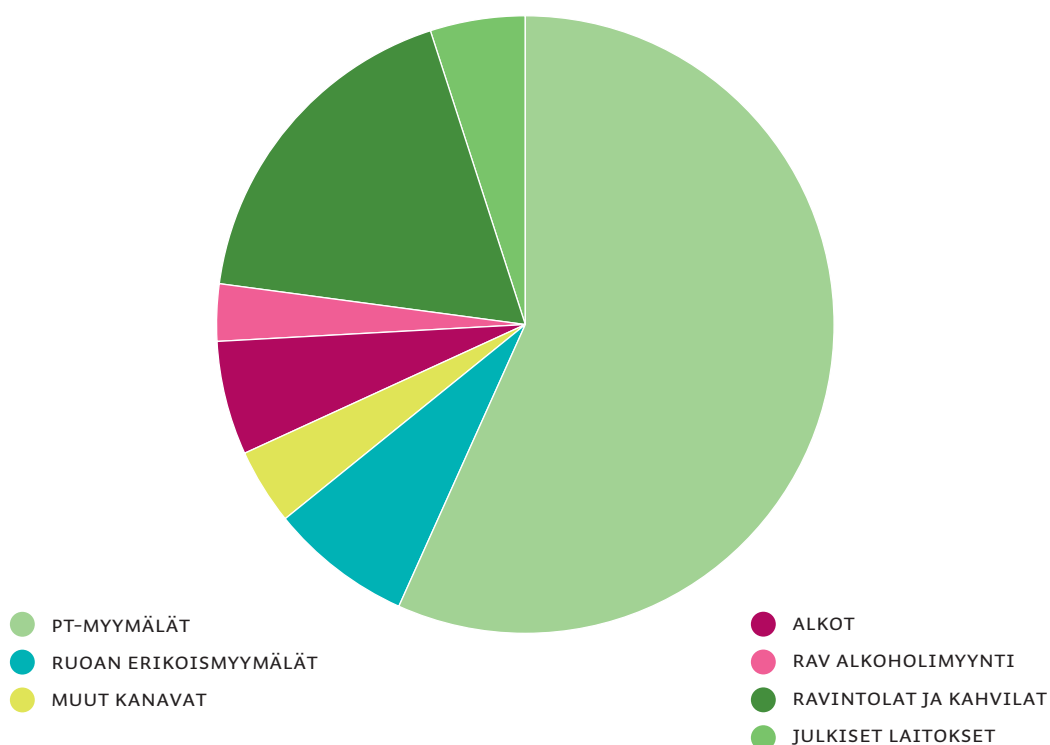
KULUTTAJA HANKKII SUURIMMAN
OSAN RUOASTAAN VÄHITTÄISKAUPASTA.
MYÖS RAVINTOLOIDEN JA JULKISEN
SEKTORIN TARJOAMAN RUOAN
OSUUS ON MERKITTÄVÄ. LÄHIRUOAN
UUDET JAKELUKANAVAT OVAT VIELÄ
MUOTOUTUMASSA.

1.5.1 Ruoan ostopaikat

Pääosa ruoasta ja juomasta kulkee vähittäiskaupan kautta kuluttajille, mutta lisäksi niitä kulutetaan kahviloissa, ravintoloissa, henkilöstöravintoloissa ja julkisen sektorin ammattikeittiöissä. Ruoan erikoiskauppojen ja ns. muiden kanavien osuus on pieni. Päivittäistavarakaupan ja Nielsenin vuoden 2008 (5) tilastoihin perustuvassa kaaviokuvassa on mukana myös alkoholimyyni.

Vähittäismyyntiin lisäksi lähiruokaa tarjotaan ravintoloissa ja julkisen sektorin ruokapalveluissa, jotka annosmääriltään ovat isoja, mutta euromääräiseltä arvoltaan pienempiä.

Kaikki ruokamyyni ei tilastoidu. Esimerkiksi torien ja kauppahallien ruokamyyni, tilalta suoraan tai ruokapiirien tai verkkokaupan kautta kuluttajille tuleva ruoka on kasvava ryhmä, mutta sen osuus kokonaisuudesta on minimaalinen.



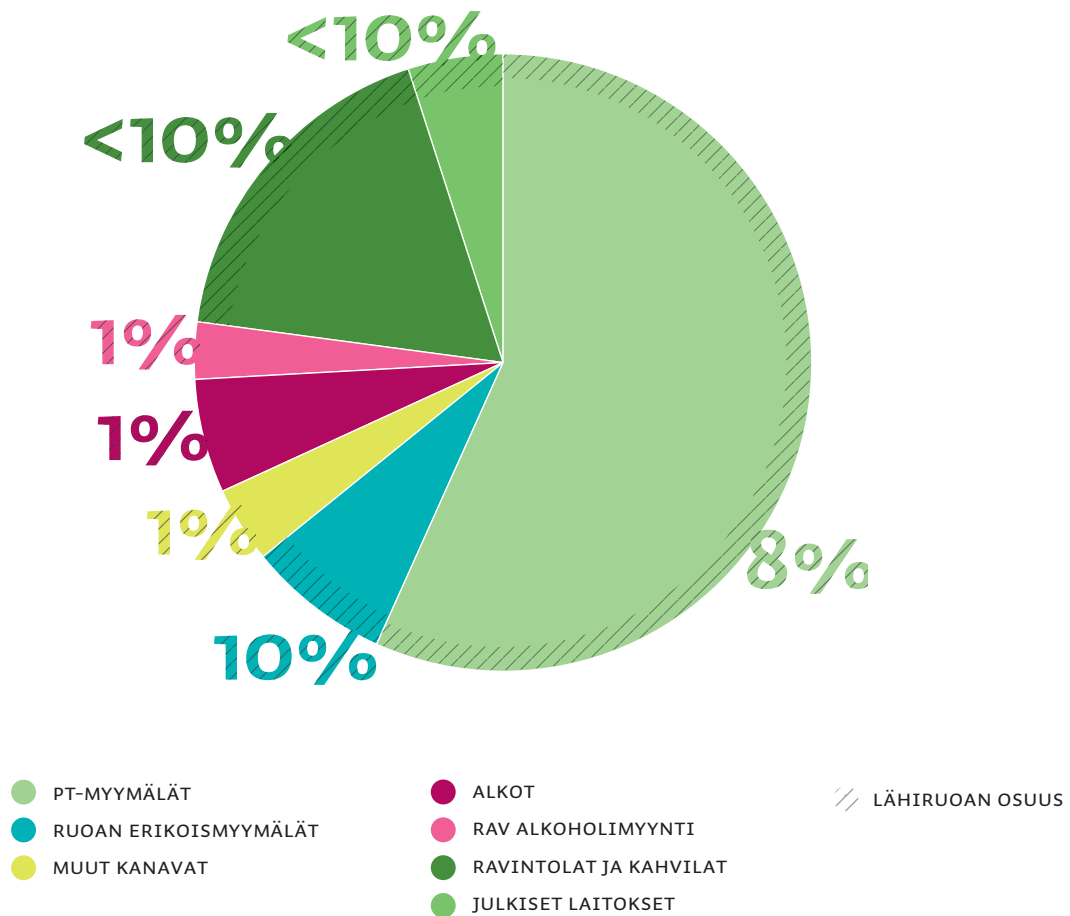
1.5.2 Päivittäistavarakauppa

Suomalaiset ovat edelleen kansa joka haluaa ostaa ”kaikki samasta paikasta”. Ostopaikkana läheinen päivittäistavarakauppa on suurimmalle osalla suomalaisista helpoin ja halutuin paikka.

Lähiruokaa arvioidaan olevan noin 8 % päivittäistavarakaupan elintarvikemyynistä. Näin ollen se vastaisi jopa 960 miljoonan euron myyntimääriä vuositasolla. Koska missään järjestelmissä ei erikseen tilastoida lähiruokaa yhtenäisin kriteerein, on tämä arvio vain suuntaa-antava. Eri alueilla ja maakunnissa tilanne myös vaihtelee.

1.5.3 Lähiruoan osuus eri jakelukanavissa

Sektorin koko kertoo myyntikanavan merkityksestä. Esitetyt prosenttiosuudet ovat arvioita lähiruoan osuudesta eri kanavissa.



1.5.4 Erikoiskauppa ja uudet myyntikanavat

Suomen päivittäistavarakauppa on keskittyneempi kuin muissa Pohjoismaissa ja EU:n alueella keskimäärin. Kahden suurimman ketjun osuus on noin 80%. Vastaava luku Ruotsissa ja Tanskassa on noin 70% ja Norjassa 65% (1).

Viime aikojen kehitys on osoittanut, että tilaa ja kysyntää on myös erikoiskaupoille, joiden merkitys lähiruoan välittäjänä on varsin merkittävä ja voi myös kasvaa.

Erikois kauppojen konseptiin kuuluu ottaa huomioon paikkakunnan erikoispiirteet ja vaikapa matkailun tuomat mahdollisuudet. Mistäpä muualta kuin kaupungin torilta tai hallista kotimaan matkailija etsii paikkakunnan erikoisherkuja?

Muita lähi- ja erikoistuotteille soveltuvia erikoismyyntipaikkoja ovat muun muassa tila- ja suoramyyntipisteet, lähiruokavaunut ja -myymäläautot, turistikaupat ja hotellien sekä nähtävyyksien omat myymälät. Niitä on lukumääräisesti paljon, mutta ne ovat pieniä. Ruoka-Suomi-teemaryhmä pitää yllä listaa suoramyyntipaikoista.

Sähköisten järjestelmien kehittyminen on tuonut markkinoiden ja messujen rinnalle yhteisölliset ruokapiirit sekä erikoistuneet nettikaupat. Näiden kauppakanavien kehittyminen on lisännyt keskustelua, määrän sijaan ruokahankinnan yhteisöllisyydestä.

1.5.5 Ravintolat

Ravintolat, kahvilat ja henkilöstöravintolat ovat annoksina mitattuna merkittävä lähiruoan tarjoaja. Ulkona syöminen kasvaa tasaisesti. Ravintolat ovat monien ruokatrendien luoja ja ylläpitäjiä. Ne ovat parhaimmillaan myös paikallisen ruokakulttuurin tyyssijoja. Lähiruoka ja alueellinen ruokakulttuuri kytkeytyy olennaisesti myös maaseutumatkailuun.

Taloustutkimuksen ja EkoCentrian (18) teettämien tutkimusten ja selvitysten mukaan ravintoloiden keittiöistä yli puolet käyttää lähiruokaa viikoittain tai useammin. Baareja ja pikaruokapaikkoja lukuun ottamatta ravintolakeittiöt haluaisivat lisätä lähiruoan käyttöä tulevaisuudessa. Pienissä yksityisissä ravintoloissa käytön lisääminen on helpompaa kuin ketjuravintoloissa. Yhden tilan raaka-aineet saattavat riittää palvelemaan yhden ravintolan tarvetta. Myös sesonginmukaisten ja pienten tuote-erien käyttö on ravintoloissa luontevaa.

Ravintolat eivät löydä tai saa sellaisia lähiruokatuotteita, joita kaipaavat ja lähiruuan hankintaan liittyvä lisätyö koetaan vaivalloiseksi. Toisaalta keittiöt, joilla lähiruuan käyttö on arkipäivää, kokevat lisätyön vaivan arvoiseksi. Haasteina ovat erityisesti tiedon puute tuottajista, tuotteiden saatavuus sekä toimitusvarmuus. Ravintoloitsijat harmittelevat, että tuottajakunnan etsimiseen kuluu paljon aikaa. Alan yrittäjien yhteistyön esteenä on sekä tuottajien että ravintoloitten keskinäinen kilpailu (6).

LÄHIRUOKATUOTTAJAA PITÄÄ OPASTAA SIIHEN, ETTÄ HÄN ETSII JA LÖYTÄÄ OMALLE TUOTTEELLE SOPIVAT KANAVAT.

1.5.6 Julkiset ruokapalvelut

Julkinen sektori (koulut, sairaalat, päiväkodit, puolustusvoimat sekä kuntien ja valtion virastot) käyttää vuosittain 350 milj. euroa ruokapalvelujen ostoon (18). Vuonna 2009 kahviloiden, ravintoloiden, henkilöstöravintoloiden ja julkisten keittiöiden valmistamien aterioiden määrä oli kaikkiaan 850 miljoonaa, yli puolet näistä on julkisen puolen tuottamia (18). Keskimäärin joka toinen suomalainen käyttää päivittäin näitä palveluita eli ruokailee, juo kahvia tai nauttii virvoitusjuomia tai alkoholijuomia kodin ulkopuolella. Kunnat ja valtio tuottavat julkisen sektorin ruokapalveluista valtaosan, 85 prosenttia.

Koulu- ja päiväkotiatferioita tarjotaan noin miljoona jokaisena arkipäivänä. Kouluruoalla on myös tärkeä kasvatustehtävä. Julkisen sektorin tiukat budjetit ja hinnan korostunut merkitys ostoperusteena on ajanut siihen, että julkisella sektorilla tarjotaan tietyissä tuoteryhmissä runsaasti tuontiruokaa, ja tuontiruokan osuuden arvioidaan olevan joissakin kunnissa jopa suurempi kuin se on vähittäiskaupassa (yli 20%). On myös kuntia, jossa tuontiruokan osuus on vain prosentin luokkaa (11).

Suuren volyymin vuoksi julkisilla hankinnoilla voidaan vaikuttaa merkittävästi lähiruokatuotteiden käytön edistämiseen. Päättäjien valinnoilla ja laadullisten hankintakriteerien esille tuomisella sekä yleensäkin hankintaprosessin hallinnalla on ratkaiseva merkitys julkisten keittiöiden tarjontaan. Hallitusohjelman linjauksissa todetaan, että pienyritysten ja lähiruokatuottajien mahdollisuuksia osallistua julkisten hankintojen kilpailutuksiin pitää parantaa vahvistamalla päättäjien hankintaosaamista.

Julkin varoin tarjottu ruoka on arvovalinta

Koska julkisten ruokapalveluiden päätökset ovat keskitettyjä, vaikuttaa päätöksentekijämonen ihmisen päivittäiseen ruokavalintaan.

Kuntauudistusten seurauksena ruokapalveluiden johto ja päätöksenteko keskittyvät, ruokapalveluita ulkoistetaan ja hankintoja keskitetään.

On tärkeää, että julkisilla verovaroilla tuotetusta ruoasta käydään arvokeskustelua. Sen teemoja on näkyvillä runsaasti, esimerkiksi

Haluanko, että lapseni saa koulussa vastuullisesti tuotettua lihaa ja tuoreita perunoita?

Mikä merkitys on vanhustenhoidossa ruoalla ja sen alkuperällä?

Mitä merkitys on kunnan talouteen sillä jos suosimme paikallisia tuotteita?

Mikä on se arvoperusta jolla yhteisiä hankintoja tehdään, vain rahako ratkaisee?

On syytä kysyä, nähdäänkö lähellä tuotettuihin ja jalostettuihin elintarvikkeisiin käytetyt varat investointina ruokan laatuun, kansanterveyteen, huoltovarmuuteen, oman alueen talouteen ja työllisyyteen, pk-sektoriin, ruokakulttuuriin ja suomalaisiin makuihin. Vai nähdäänkö ruokapalvelu vain kulueränä (12).

HANKINTALAKI, SEN TULKINTA TAI HANKINTAOSAAMINEN PUUTE EIVÄT SAA OLLA ESTEENÄ LÄHIRUOKAN HANKKIMISELLE PAIKALLISESTI TOIMIVILLE JULKISILLE LAITOKSILLE.

1.6

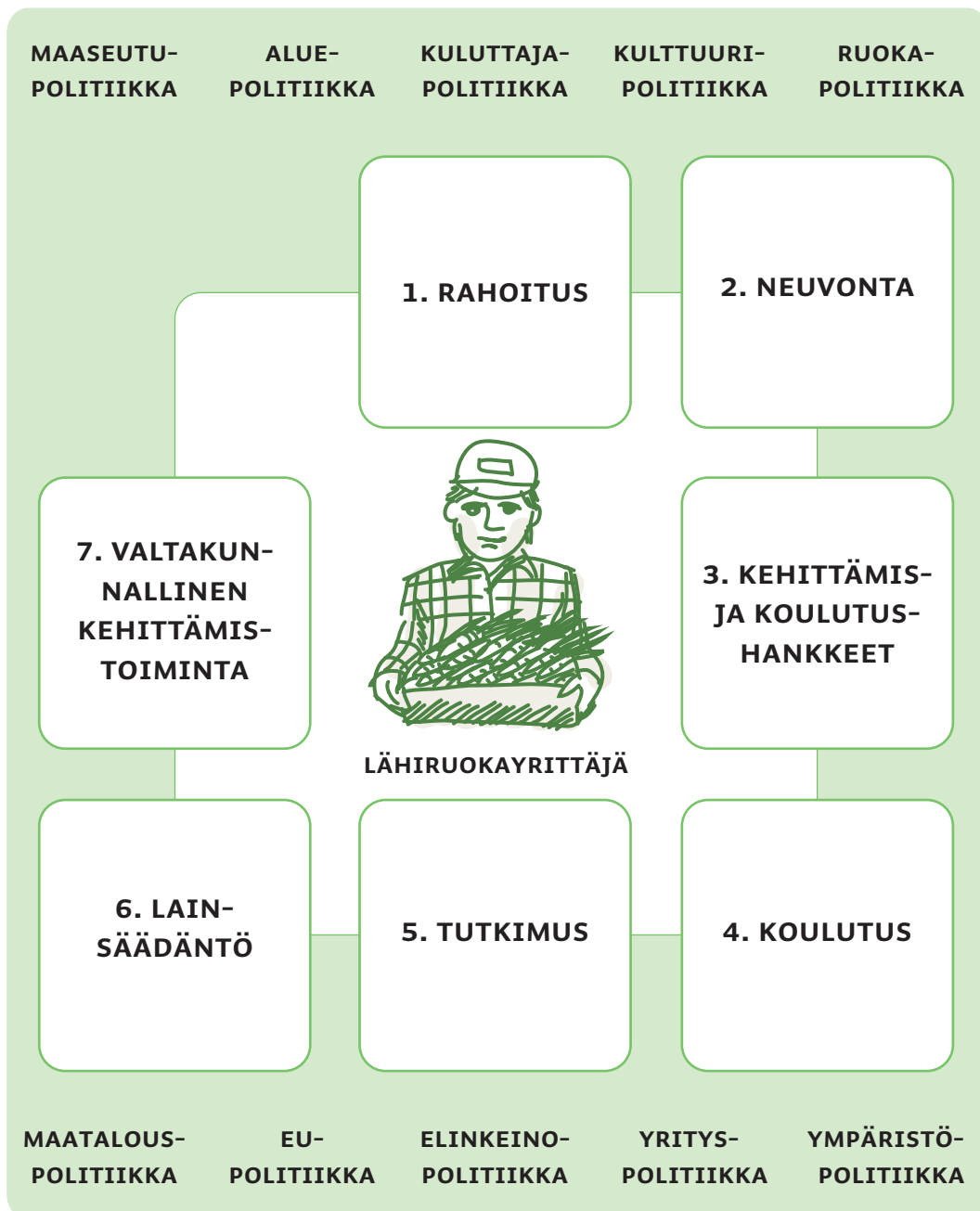
Lähiruoka- yrittäjyyden toimintaympäristö

LÄHIRUUAN YMPÄRILLÄ TAPAHTUVAN JULKISELLA RAHALLA TUETUN KEHITTÄMISTOIMINNAN KOKONAISKUVAA ON VAIKEA HAHMOTTAA. YHTEISEN OHJELMAN LUOMINEN EDELLYTTÄÄ ETTÄ TOIMINTAYMPÄRISTÖ JA SEN KEHITTÄMIS- JA RAHOITUSINSTRUMENTIT YMMÄRRETÄÄN.

1.6.1 Toimintaympäristön koko kuva

Lähiruokayrittäjyyttä tuetaan monilla julkisilla kehittämisinstrumenteilla. Neuvonnasta ja rahoituksesta ei ole pulaa, mutta tietääkö yrittäjä aina mistä apua saa ja kenen puoleen kannattaa kääntyä. Vai onko toimintaympäristö ja kehittämisjärjestelmä niin vaikea että kehittäjät itsekään eivät tiedä miten se toimii ja miten sitä johdetaan?

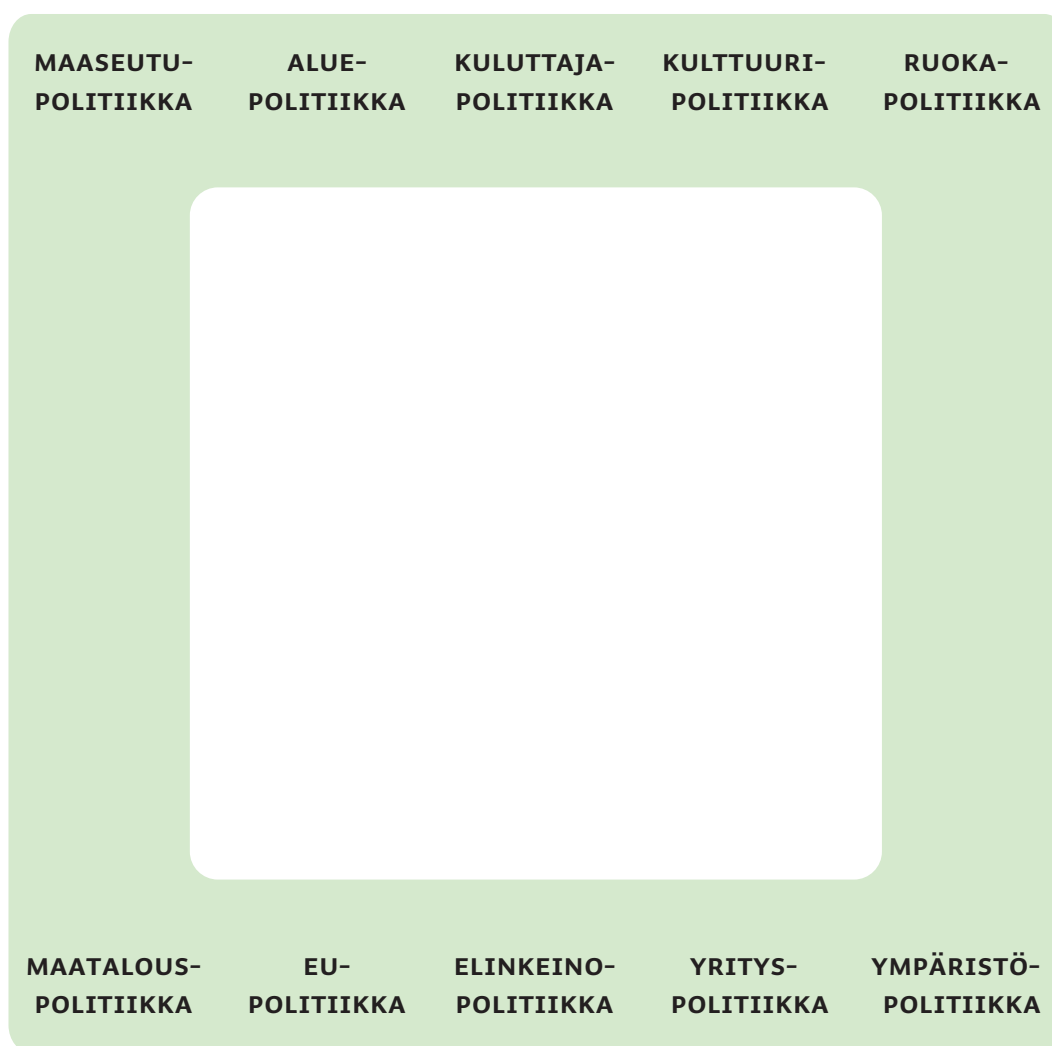
Seuraavilla sivuilla on yksinkertaistaen kuvattu Toimintaympäristöä yrittäjän kannalta. Yrittäjää ympäröivät erilaiset yhteiskunnan ylläpitämät **kehittämis- ja viranomaispalvelut** sekä niitä ohjaavat politiikat.



1.6.2 Elintarvikesektoria ohjaavat politiikat

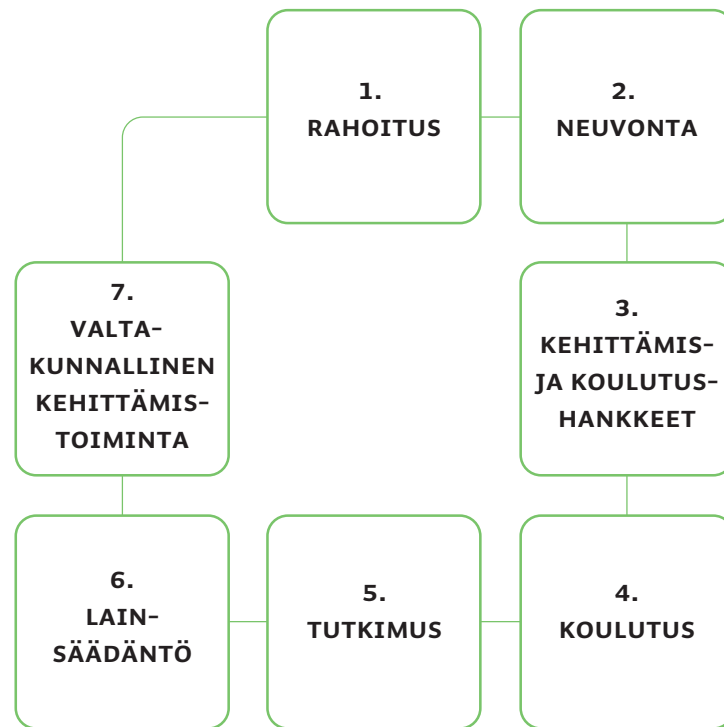
Ruokaan liittyy poliitikoita ja monenlaisia toimia useilta eri hallinnonaloilta. Koko ruokajärjestelmään kohdistuu julkista ohjausta, kuten säädöksiä ja rahoitusta, monelta eri suunnalta. Vuonna 2011 sana ruokapolitiikka tuli ensimmäisen kerran hallitusohjelmaan. Muita ruokaa koskevia poliittisia päätöksiä tehdään esimerkiksi maaseutupolitiikan, maatalouspolitiikan, ympäristöpolitiikan, yrityspolitiikan ja aluepolitiikan agendalla. Ruokaan liittyvät erilaiset asiat ovat usean eri ministeriön alaisia.

Koko ruokasektorin toimijakenttä on pirstaleinen. Monet ruokajärjestelmään liittyvät asiat ovat poikkihallinnollisia.



MIKÄLI ALAN PIRSTALEISUUTTA HALUTAAN VÄHENTÄÄ, ON YHTEISTYÖN LÄHDETTÄVÄ VALTAKUNNAN POLITIIKOISTA.

1.6.3 Kehittämisen- ja viranomaispalvelut



- 1. Rahoitus**
Yrityksen kehittämiseen rahoitusta tarjoavat sekä julkinen (ELY-keskukset, paikalliset LEADER-toimintaryhmät, Finnvera) että yksityinen sektori (pankit, rahoitusyhtiöt). Maaseutualueilla toimivat yritykset voivat saada Manner-Suomen maaseutuohjelmasta yritystukea toiminnan käynnistämiseen, kehittämiseen ja investointeihin. Näitä julkisia kehittämisinstrumentteja kutsutaan yritystoimintaa suoraan tukeviksi yrityshankkeiksi.
- 2. Neuvonta**
Neuvontapalveluita tarjoavat mm. ProAgriat, alueelliset yrityspalvelukeskukset ja/tai elinkeinoyhtiöt, uusyrityskeskukset sekä kuntien elinkeinoasioista vastaavat virkamiehet. Yleisiä yritystoiminnan neuvontapalveluita on paljon tarjolla, mutta elintarvikealaan liittyvä neuvonta on osin hajanaista. Alueellisesti elintarvikealan neuvontapalvelut myös vaihtelevat.
- 3. Kehittämisen- ja koulutushankkeet**
Ruokasektoria kehitetään lukuisilla hankkeilla, joiden toteutus tapahtuu pääsääntöisesti alueilla. Rahoitus tulee pääosin EU-osarahoitteisen Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelman kautta (EMR:sta). Lisäksi elintarvikealaa kehitetään OSKE- (Elintarvikealan osaamiskeskusohjelma), TEKES-, EAKR- ja ESR-rahoituksella.

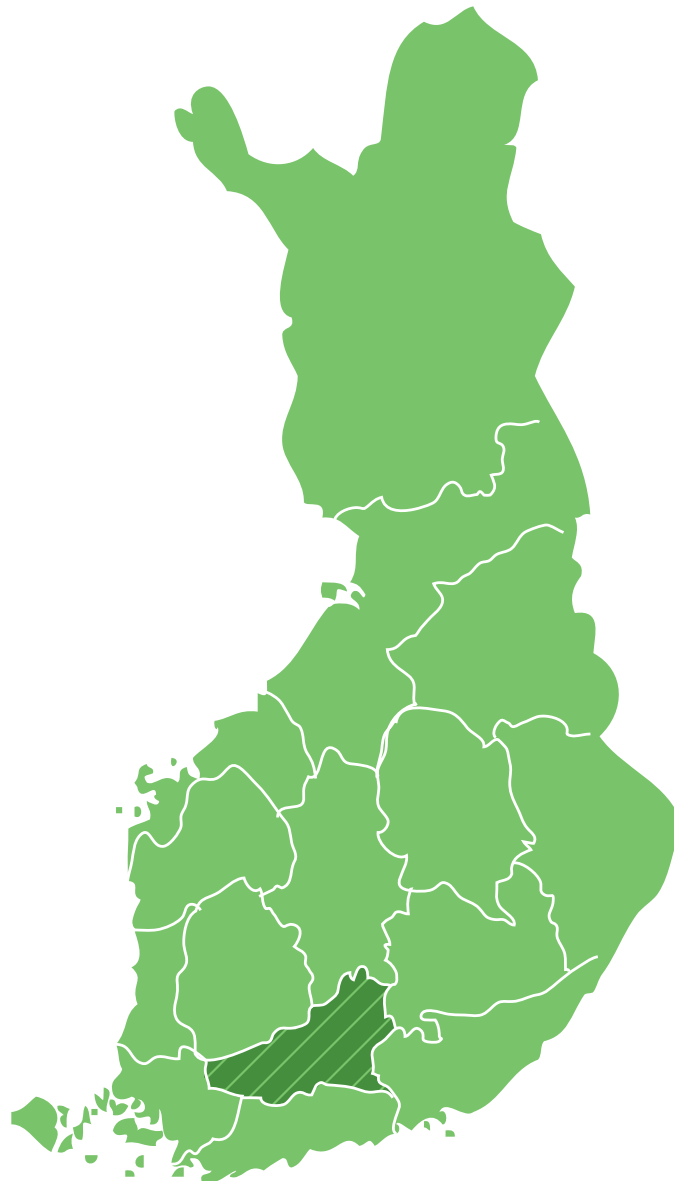
Kehittämis- ja koulutushankkeiden avulla pyritään tukemaan yritysten kehittymistä ja kasvua sekä edesauttamaan uusien yritysten syntymistä. Hankkeet auttavat yrittäjiä tiedonsaannissa ja osaamisen kehittämisessä, järjestävät opintomatkoja, tekevät selvityksiä ja nostavat esiin uusia tuote- ja palveluideoita.

4. Koulutus
Maatalous- ja elintarvikeyritysten peruskoulutus vaihtelee suuresti (7). Aikuisille suunnattu perus- tai täydennyskoulutustarjonta on pirstaleista ja saavutettavuus lähiruokatuotannon, jalostuksen, - markkinoinnin tai kulutuksen kehittämisestä kiinnostuneelle vaikeaa.
5. Tutkimus
Lähiruoka tuli tutkimusteemaksi 2000 -luvun alusta. Siitä on syntynyt sekä laadullisin että määrällisin menetelmin ja näiden yhdistelminä sadoittain raportteja ja selvityksiä. Tutkimuksia ovat tuottaneet eri yliopistot, ammattikorkeakoulut, ammatilliset oppilaitokset, Kuluttajatutkimuskeskus, Maatalouden tutkimuskeskus (MTT) ja Sitra. Myös moninaisella hankerahoituksella syntyneiden eritasoisten tutkimusten joukko on merkittävä, mutta niiden määrän arvioimiseksi ei ole työkaluja, koska työt ovat toisistaan irrallisia eikä lähiruokasektoria ole määritelty yhtenäisellä tavalla. Esimerkkinä AMK:ssa ja yliopistoissa on tehty lähiruokaan ja ammattikeittiöihin liittyviä selvityksiä ja opinnäytetöitä on noin 70. Ne on luetteloitu osoitteeseen ekocentria.fi.
6. Lainsäädäntö
Lähiruoka ja siihen liittyvää yrittäjyyttä koskevat monet lait ja asetukset. Suurin osa niistä valmistellaan MMM:ssä ja TEM:ssä ja valvotaan Evirassa. Uudistettu elintarvikelaki astui voimaan 1.9.2011 ja toi selkeitä helpotuksia pk-elintarvikeyritysten toimintaan. Lainsäädäntöön liittyvää neuvontaa antaa mm. terveystarkastajat, ProAgria ja Ruoka-Suomi-teemaryhmän toimijat.
7. Valtakunnallinen kehittämistoiminta
Maa- ja metsätalousministeriö rahoittaa valtakunnallista ruoka-alan kehittämistoimintaa mm. laatuketjun hankevaroista, menekinedistämisvaroista sekä tutkimuksen ja neuvonnan määrärahoista.

1.6.4 ELY-keskukset maa- ja elintarviketalouden kehittämisen rahoittajina

Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskuksia eli ELY-keskuksia on 15. Niiden tehtäviin kuuluvat mm. maatalouden ja maaseudun kehittäminen. Merkittävä osa alan kehittämistyön rahoituksesta tulee ELY-keskukselta.

Kokonaiskuvan muodostaminen lähiruoka-alan hanketoiminnasta on vaikeaa, koska lähiruuan kehittäminen ymmärretään eri instansseissa eri tavalla. Yleensä alkutuotannon ja elintarviketuotannon kehittäminen nähdään toisistaan erillisinä osa-alueina, joilla ei ole rahoittajien eikä kehittäjien kanssa kovin paljon yhteistä tekemistä. Siksi mm. hankejärjestelmistä on vaikea saada tietoa alan hankkeista.



Esimerkki Hämeestä

Hämeessä maa- ja elintarviketalouden kehittäminen nähdään kokonaisuutena, jossa eri hankkeilla on oma paikkansa suomalaisen ja alueellisen ruokajärjestelmän kehittämisessä.

Alueelle laadittiin vuonna 2007 maa- ja elintarviketalouden kehittämisohjelma Kasvua Hämeessä, joka on koonnut hämäläisen ruokaketjun keskeiset toimijat, kehittäjät ja ra-hoittajat yhteistyöhön. Ohjelman tavoitteena on nostaa Hämeen ruokatuotannon arvoa ja näkyvyyttä. Ohjelman toteutus on hankkeistettu.

Huomisen hämäläinen maatila -hanke tarjoaa maataloille koulutusta tilan liiketoiminnan ja tuotannon kehittämisestä, investoinneista ja johtamisesta. Hanke toteutetaan tiiviissä yhteistyössä alueella toimivan elintarviketeollisuuden kanssa. Lähi- ja luomuruuan pieni-muotoista jalostusta sekä markkinapäätä kehitetään Huomisen hämäläinen ruoka ja juoma -hankkeessa. Hanke kartoittaa elintarvikealalla toimivien mikroyritysten liiketoiminnan kehittämiseen liittyviä suunnitelmia ja toimii yrittäjien oppaana eri toimijoiden muodosta-massa verkostossa.

Tietoverkko II -hanke järjestää EU-, investointi- ja aloitustukiin liittyvät infotilaisuudet Hämeen alueella. Tämän sisarhanke Maaseuturahoitus tutuksi tiedottaa yrityksen kehittä-miseen käytettävistä rahoitusmahdollisuuksista.

Huomisen osaajat -hankkeessa kehitetään maa- ja elintarvikealalla toimivien asiantun-tijoiden verkostoitumista, tiedonvälitystä sekä osaamisen ennakointia. Hankkeessa toteu-tetaan tuotantosuunnittain tulevaisuustyöpajoja, joissa pyritään ennakoimaan alueellisen ruokaketjun tulevaisuuden suuntaa ja viljelijän ammatin harjoittamisessa tarvittavaa osaamista.

Kasvua Hämeessä -kehittämistyön koordinoitivastuu on teemaohjelmahankkeella. Hankkeen keskeisenä tehtävänä on parantaa ruokatuotannon alueellista näkyvyyttä ja imagoa tiedottamalla, osallistumalla ja järjestämällä erilaisia tapahtumia. Hankkeessa selvitetään Hämeen ruuantuotannon aluetaloudellisia vaikutuksia sekä lähi- ja luomuruuan alueellista kysyntä- ja tuotantopotentiaalia.

Lisäksi alueella toimii erillinen marjan- ja hedelmäntuottajille suunnattu Marja- ja hedel-mäntuotannon osaajat -koulutushanke. Aluetta ja alan yritystoimintaa tukevia hankkeita ovat myös Ylivoimainen kuminaketju -hanke sekä vuonna 2010 toteutettu luonnontuottei-den kuivatustekniikkaan liittyvä Bio Dryer-esiselvityshanke. Yhteensä ruokasektorin kehit-tämis- ja koulutushankkeisiin on myönnetty vuoden 2011 loppuun mennessä 4,1 milj. euroa. Hankkeet ovat pääosin yleishyödyllisiä elinkeinon kehittämishankkeita, koulutushankkeita ja tiedonvälityshankkeita. Myönnettyistä hanketuista elintarviketoimialan osuus on 36 %. Tämän lisäksi alan kehittämistä tukevat valtakunnalliset kehittämishankkeet, kuten mm. Aitoja makuja ja Elintarvikealan mikroyritysten valmentaminen päivittäistavarakaupan kumppaneina (PTY:n tuotekorttihanke).

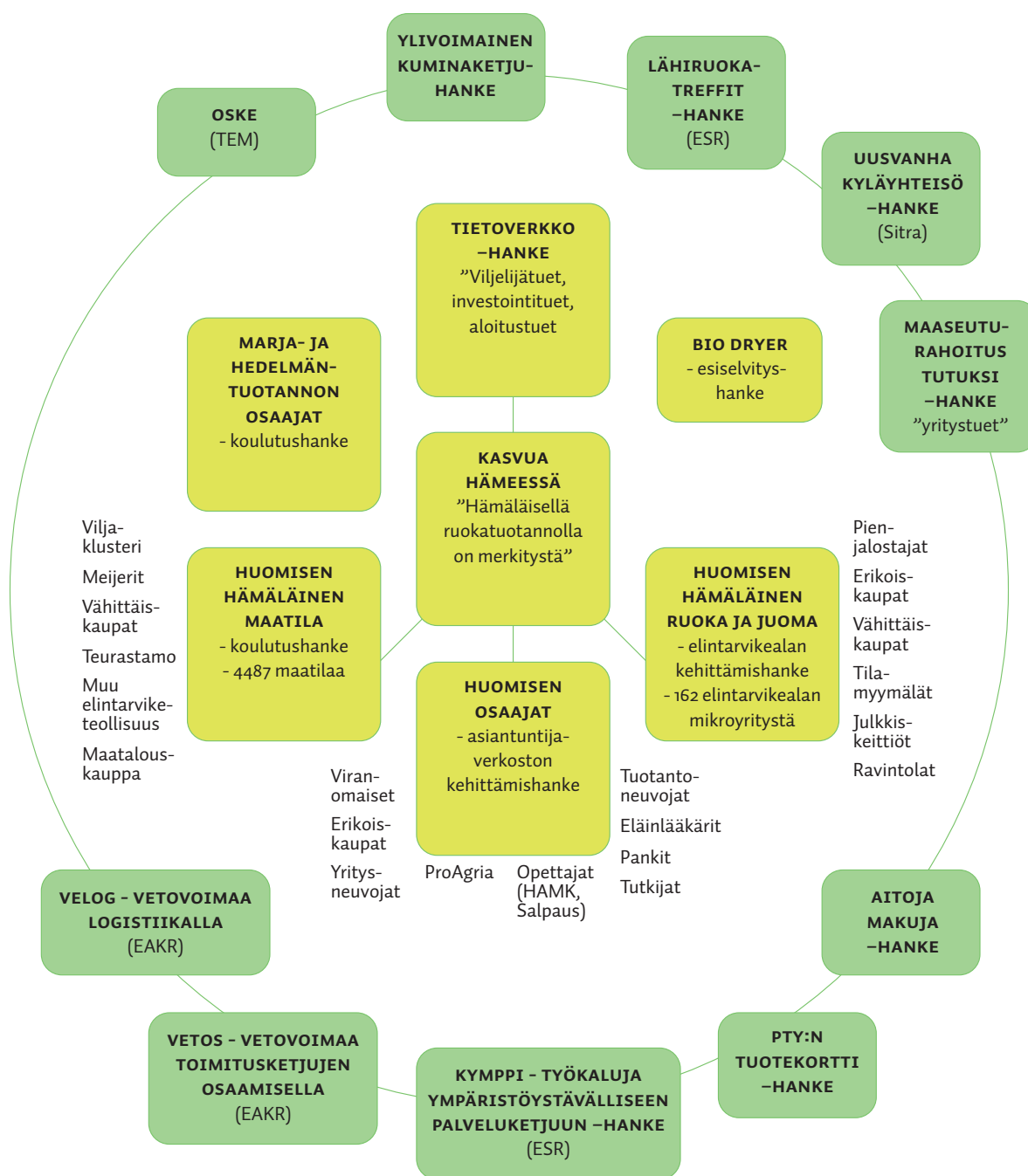
Elintarvikealan yrityshankkeita on rahoitettu Hämeen ELY-keskuksessa vuosina 2007-2011 yht. 1,94 milj. euroa. Myönnetystä yritysrahoituksesta elintarviketoimialan osuus on 24 %.

Hämeen elintarvikekehityksen (OSKEN) rahoitus vuosina 2007-2011 on ollut yhteensä 570 000 euroa. Vuoden 2012 rahoitus on arviolta 190 000 euroa. Rahoitus tulee TEM:ltä ja alueen kunnilta.

TEKES-rahoitusta on käytetty elintarviketoimialalla (Sapuska-ohjelman kautta) noin 1 milj. euroa. ESR-rahoituksella on rahoitettu mm. Lähi- ja luomuruokareffejä, elintarvikealan aktivaat-toritoimintaa ja erillisselvityksiä. EAKR:n kautta on rahoitettu mm. elintarvikealan logistiik-kaan liittyviä hankkeita. Lisäksi alueella on käynnissä hyvinvointi-, ympäristö-, kulttuuri- ja

matkailualan hankkeita, joilla on yhtymäkohtia elintarvikealaan. Alueelta osallistutaan aktiivisesti Ruoka-Suomi -teemaryhmän toimintaan.

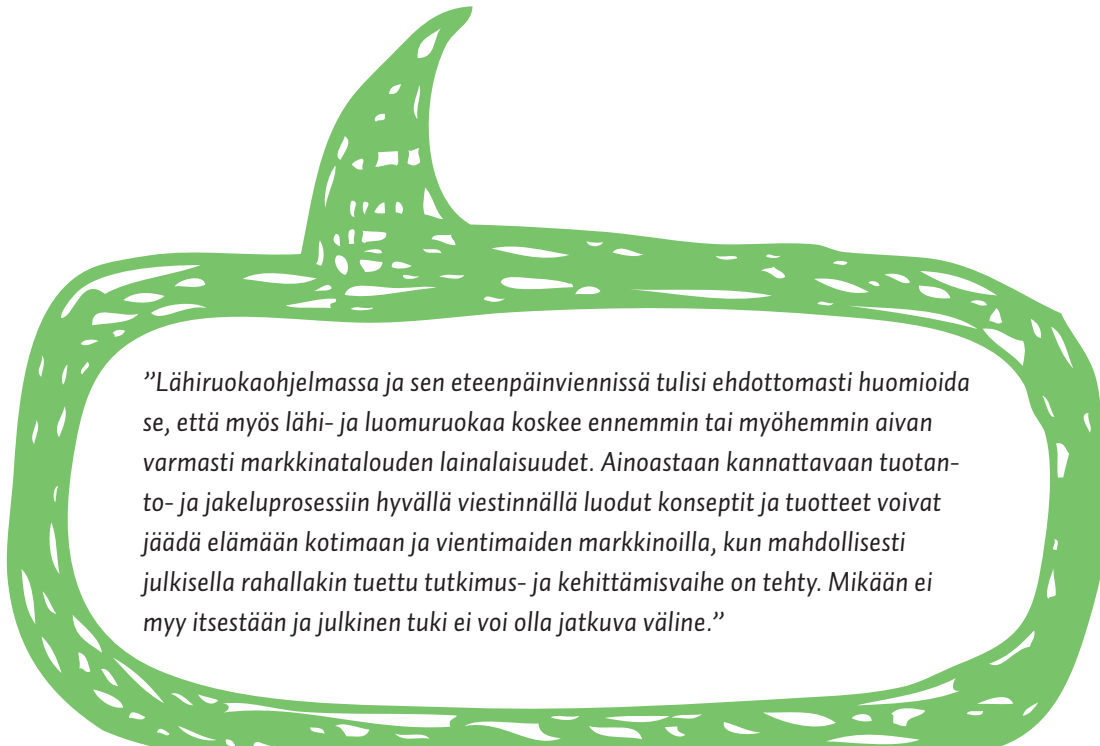
MAA- JA ELINTARVIKETALouden HANKETOIMINTA HÄMEESSÄ 2007-2011



HÄMEEN ELY-KESKUKSEN KOKEMUSTEN PERUSTEELLA
HANKETOIMINNAN LINJAUKSIIN ESITETÄÄN KOORDINOINTIA JA
YHTEISTYÖTÄ LISÄÄVIÄ TOIMENPITEITÄ.

1.6.5 Näkökulma hankkeisiin

Tekesin Sapuska-ohjelman tavoite on luoda kansainvälistä liiketoimintaa elintarvikkeista. Vuosina 2009–2012 ohjelmassa tehdään työtä suomalaisten elintarvikealan pk-yritysten liiketoiminnan kehittämiseksi, tutkimus-, kehittämis- ja innovaatiotyön lisäämiseksi sekä verkostoitumisen edistämiseksi kansainvälisiä markkinoita ajatellen. Ohjelman kohde-ryhmänä ovat erityisesti elintarvikealan pk-yritykset. Ohjelmassa edistetään yhteistyötä alan toimijoiden kesken. Vuoden 2011 lopussa ohjelma on rahoittanut lähes 100 hanketta, joista suurin osa yrityshankkeita. Alan kehittämiseen on investoitu lähes 30 miljoonaa euroa. Sapuska-ohjelman päällikkö **Kari Venäläinen** tuntee hanketoiminnan hyödyt ja haasteet:



”Lähiruokaohjelmassa ja sen eteenpäinviennissä tulisi ehdottomasti huomioida se, että myös lähi- ja luomuruokaa koskee enemmän tai myöhemmin aivan varmasti markkinatalouden lainalaisuudet. Ainoastaan kannattavaan tuotanto- ja jakeluprosessiin hyvällä viestinnällä luodut konseptit ja tuotteet voivat jäädä elämään kotimaan ja vientimaiden markkinoilla, kun mahdollisesti julkisella rahallakin tuettu tutkimus- ja kehittämisvaihe on tehty. Mikään ei myy itsestään ja julkinen tuki ei voi olla jatkuva väline.”

1.7

Lähiruoka 1990–2011

TEHDYN TYÖN NÄKEMINEN JA HISTORIASTA
OPPIMINEN AUTTAA MYÖS TULEVAISUUTTA
SUUNNITELLESSA.

1.7.1 Yhteenveto 2000–2011

Maa- ja metsätalousministeriö asetti edellisen kerran lähiruokatyöryhmän vuonna 2000 (2). Raportissaan työryhmä ehdotti monia toimia yhdeksällä eri sektorilla. Vuonna 2011 istunut työryhmä arvioi vuonna 2000 esitettyjen toimenpiteiden toteutumista viimeisen 10 vuoden aikana varmistaakseen oikeansuuntaisen kehityksen.

MITEN LÄHIRUOKASELVITYS 2000 -RAPORTISSA ESITETYT TOIMENPIDE-EHDOTUKSET TOTEUTUIVAT?

	2000 – MITÄ PITI TEHDÄ?	2000-2011 – MITÄ TAPAHTUI?	2012 – TOIMENPITEET NYT!
Lähiuokatyön jatkaminen	Tuetaan kilpailukykyisiä lähiuokajalostusketjuja rakentavia hankkeita. Rakennetaan malleja tuottajien ja valmistajien yhteistyölle.	Ruoka-Suomi jatkoi työtään ja toimii kaikissa maakunnissa. Tehtiin paljon hankkeita. Syntyi uusia yrityksiä. Pirstaleisia toimia.	Hankekoordinaatiota puuttuu. Tuottajien yhteistyötiedoissa – ja halussa parantamisen varaa. Määrittelyt sekoittavat. Yhteistyö puutteellista myös hallinnon aloilla. Lähiuokaohjelma on suuri mahdollisuus! Toimenpiteet 1-5
Aluehallinto	Valitaan 30-40 aluekeskusta, joissa lähiuokatalouden edistäminen keskeistä.	- Lähiuokatyöryhmän raportin levittäminen alueille ei ollut systemaattista. + ELO-ohjelman jälkeen KoKo-ohjelma. Ruoka-Suomi toimijat joka maakunnassa. Lähiuoka kolmessa maakuntaohjelmassa painopisteenä.	Alueellisen Ruoka-Suomi –toiminnan epävarmuus. Ruoka mukana usean maakunnan strategioissa., joidenkin maakuntien ohjelmista puuttuu. Lähiuokaohjelma alueita kehittämään! Toimenpiteet 5 ja 10
Maatalouspolitiikka	Tarkistetaan maatalouspolitiikkaa suhteessa maaseutupolitiikkaan. Korostetaan EU-tasolla tasapainoista aluekehitystä ja biodiversiteettiä.	MMM ja Maaseutuverkoston toimijat yhteistyössä. EU-kehitysohjelmat tukeneet monipuolisesti maaseudun kehittämistä. Ympäristötukijärjestelmä tukee monimuotoisuutta.	Monia hankkeita menossa. Uusi hankekausi alkaa 2014. EU:n CAP2020-uudistuksessa maatalouden viherryttäminen sekä osana laatupakettia ruoan laatuajurjestelmät sekä lyhyet toimitusketjut. Työ jatkuu ja siitä tulee keskustella ja tiedottaa. Toimenpiteet 2 ja 6
Kuljetukset	Selvitetään, miten kuljetustuet vääristävät kilpailua ja syrjivät lähiuokaa.	Kuljetustukiasiaa vs lähiuoka ei selvitetty. Logistiikkaa tutkittu ja kehitetty hankkeissa.	Yhteiskuljetuspilotteja, -varastoja, - ja tukkuja. Tekniikka on kehittynyt. Jatkotyötä tarvitaan. Toimenpide 3
Elintarvikelainsäädäntö	Selvitetään, miten elintarvikelainsäädäntö tukee pientoimintaa. Tarkastus- ja neuvontatyön yhtenäistäminen.	- Lain sovelluksissa alueellisia eroja. Tarkastus ja neuvonta pidetty tiukasti erillään toisistaan. + Uusi elintarvikelaki 1.9.2011 toi helpotuksia pienten elintarvikeryitysten toimintaan.	Uusi laki ja siihen liittyvät käytännöt eivät näy vielä toiminnassa koska sitä ei tunneta ja sovelleta. Toimenpiteet 3, 5 ja 14
Julkiset hankinnat	Tehdään julkisista ruokapalvelujen aluetalousvaikutuksista laskentamalleja. Tarkistetaan kuntien hankintamallien nettelyjä. Kehitetään hankintalainsäädäntöä ja tarjouspyyntömallia.	Laskentamalleja ja muutamia selvityksiä valmistui. Hankintojen keskittäminen yleistyi. Uusi hankintalainsäädäntö ei helpottanut lähiuokahankintoja. Lähiuokan kilpailuttamisosaamisen kehittämiseksi toteutettiin Elinvoiman Eväät – hanke ja opassarja sekä MMM:n hankkeita.	Lähiuokaa halutaan julkisissa ruokapalveluissa. Kuntauudistuksen tuoma tilanne sekä uhka että mahdollisuus. Tarve aluetalousvaikutusten selvittämiseen suuri. Hankintalain uudistus valmisteilla ja lähiuokan asema tarkastelun kohteena. Yhteisten linjausten haku ja osaamisen kehittäminen lähiuokaohjelman tehtävä. Toimenpiteet 3 ja 17
Lähiuokan saatavuus	Hyödynnetään kunnissa kaavoitustap-kauppojen sijoittelussa. Ohjataan aluekehitysrakaa lähiuokakauppakehitykseen. Selvitetään lähiuokaterminaalien mahdollisuudet Tuetaan lähiuokan pääsyä kauppoihin hankkeilla. Kehitetään nettikaupan ratkaisuja.	- Suurmyymälöitä rakennettu edelleen. Keskittyminen jatkunut. + Hankkeissa kehitetty lähiuokatuokkuja ja – terminaalitoimintaa sekä nettikaupan ratkaisuja. Lähiuokan pääsyä kaupan valikoimiin tuettu mm. PTY:n tuotekortti-hankkeessa. + Sitran Maamerkit ohjelma	Sekä kuluttaja kauppa että ravintolat ja julkiset ruokapalvelut tahtovat lisää lähiuokaa. Uudet lyhyet toimitusketjut kehittyvät myös erikoiskauppoja luotaessa. Tuottajan ja kuluttajan kohtaamisessa edelleen paljon esteitä. Pohja kehitykselle on hyvä. Toimenpiteet 11-20
Lähiuokan markkinointi	Käyttöön otetaan alueellista alkuperää osoittava alkuperämerkit. Lisätään EU-nimisuojatutotteita. Panostetaan kestäväan kehitykseen kuluttajakasvatuksessa.	- Hankkeissa ja kauppariymissä tuotettu erilaisia ”lähiuokamerkkejä”, jotka eivät jääneet elämään. EU-nimisuojatutotteita 8. + Kestävä kehitys noussut keskeiseksi teemaksi kaikessa kasvatus- ja valistustyössä. Selvityksiä lähiuokaan ja kestäväan kehitykseen ja kuluttajakasvatukseen liittyen on tehty runsaasti	Markkinoinnin keinot nyt moninaisemmat. Alue- ja alkuperämerkinnät ovat edelleen hyödynnettävä mahdollisuus, myös julkisissa hankinnoissa. Toimenpiteet 3, 19 ja 20
Kuluttajaaktiivisuus	Kiinnitetään huomiota kuluttajan elintarviketankintojen kustannuksiin (matkat jne.) Kasvatetaan aktiivisia kuluttajia. Annetaan palautetta kauppiaille.	Lähiuoka kiinnostaa. Vastuullisuus noussut puheenaiheeksi. Hintaa ja helppous edelleen vahvoja valintakriteereitä.	Tilanne muuttunut vuodesta 2000. Nyt kuluttajat ovat kiinnostuneempia lähiuokaasta, mutta tarjontaa puuttuu. Ruoan tuottajien ja kaupan ja ravintoloiden kykyä vastata kuluttajan toiveeseen tulee nyt nstaa. Kuluttajan tietoisuuden lisäksi yrittäjiä tulee voimaannuttaa ja yhteistyötä lisätä. Iso mahdollisuus! Toimenpiteet 11-20

1.7.2 Lähiruoan kehittämissyklit vuosina 1990–2010

VAIKKA HANKETOIMINTAA LEIMAA SIRPALEISUUS, ON JÄLKIKÄTEEN NÄHTÄVISSÄ KEHITYSSYKLEJÄ. OHEEN ON KERÄTTY TOIMIA, JOILLA ON VAIKUTUSTA TÄNÄKIN PÄIVÄNÄ. TÄMÄ LUETTELO EI OLE KATTAVA, MONI HYVÄ HANKE TAI TOIMI JÄI VARMASTI TÄSSÄ HUOMIOTTA.

1990–1995

Ilmiö: Maatalouden rakennemuutos, EU-jäsenyysneuvottelut, liitännäiselinkeinot

- Tilaviiniyrittäjyyden kehittämishanke, Ruokaa Käsityönä, suoramyyntipisteet, Jussin Pussi-esite, ELMA, Savonia Food Center, lähiruokajulkikset (mm. Kolmonen, Silvennoinen, Maulavirta, Ahopelto)

1995–2000

Elintarvikkeiden jatkojalostus, kotimaisuus, laatutyö

- Maakuntien Parhaat, Hyvää Suomesta, Kotimaiset kasvikset, maatilojen laatukoulutus, Ruoka-Suomi -teemaryhmä

2000–2005

Lähiruokatyöryhmän 2000-raportti ja MTT:n hankekokonaisuus

Luomu- ja lähiruoka, elintarvikealan pienyritystoiminta

- Pienjuustolat, Helsinki-menuravintolat, Portaat Luomuun, maakuntien a’la carte -kirjat, Lähileipä-hanke, Elinvoiman Eväät, Ruokakori

2005–2010

Tuottajien ja ammattikeittiöiden yhteistyö

- Ravintola Nokka, Ravintola Näsinneula, maakuntamenut, Lähikeittiöhanke, Lähiruokaviestit, Karelia a’la carte, Makuretket, SELin sekä kirkon strategiat, FCG lähiruokaoppaat, Kiuruveden järvikalaa suurkeittiöön -hanke

2010–

Tuottajan ja kuluttajan kohtaaminen

- Eat&Joy Maatilatori, Heila, Juuren Puoti, Anton&Anton, Ahlmanin lähiruokahankkeet, Armas Maitokauppa, MakuMaku, Sitran Maamerkit-ohjelman pilotit ja tutkimukset, Herkkujen Suomi, Lähiruokamessut, blogit, ruokapiirit, tilamyymälät, Lähi- ja luomu-ruokakirjat, Makukylä Laitikkala, Seutulogistiikka -hankkeet, PTY:n Tuotekortti-koulutus, Taste of Finland provinssiravintolakonsepti

2

Ehdotus lähiruoka- ohjelman pohjaksi 2012–2015

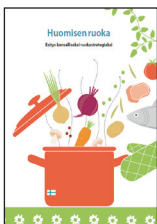
SELVITYKSEN TEKIJÖILLE HAHMOTTUI
NÄKEMYS LÄHIRUOKAOHJELMAN
ALUSTAVISTA LINJAUKSISTA. NE ON
TEHTY KESKUSTELUN JA PÄÄTÖKSENTEON
POHJAKSI.

2.1

Visio ja tehtävä

MONIEN HALLINNONALOJEN TAVOITTEET
TUKEVAT LÄHIRUOKAN KEHITTYMISTÄ.
MÄÄRÄAIKAISEN LÄHIRUOKAOHJELMAN
TEHTÄVÄT TULEE RAJATA OLENNAISIMPIEN
ASIOITTEN RATKAISEMISEEN.
YHTEINEN TEHTÄVÄ, TAVOITE JA
MITTARIT HALLINNON KAIKILLA TASOILLA
HELPOTTAVAT KOORDINOINTIA JA LISÄÄVÄT
TOIMIEN VAIKUTTAVUUTTA.

2.1.1 Monet visiot ohjaavat



HUOMISEN RUOKA –KANSALLINEN RUOKASTRATEGIA 2030

Vuonna 2030 suomalaiset kuluttajat syövät maukasta, terveellistä, kestävästi tuotettua ja turvallista ruokaa. Kuluttajilla on kyky tehdä tietoisia valintoja. Kysyntään vastaa läpinäkyvä, osaava, joustava sekä kansainvälisesti kilpailukykyinen ruoka- ja palvelujärjestelmä. Alan kasvua ja kehitystä tukee hyvin koordinoitu korkean tason tutkimus- ja kehitystyö.

Huomisen Ruoka –ruokastrategiaraportissa marraskuussa 2010 ehdotetut toimet käsiteltiin eduskunnassa tammikuussa 2011. Valtioneuvoston selonteko ruokapolitiikasta (18) määrittelee ydintoimenpiteet kilpailukyyn ja kasvun turvaamiseksi. Yhtenä jo sovittuna toimenä on parantaa ministeriöiden välistä yhteistyötä ruokapolitiikassa. Maa- ja metsätalousministeriö vastaa ruoka-alan koordinaatiosta valtionhallinnossa yhteistyössä muiden ministeriöiden kanssa.



MAASEUTUPOLIITTINEN KOKONAISOHJELMA

Maaseutupoliittinen kokonaisuohjelma eli YTR:n toimintaohjelma (2009–2013) sisältää myös useisiin valtionhallinnon ulkopuolisiin toimijoihin liittyviä esityksiä. Nyt menevä ohjelma on vuosille 2009–2013. Seuraava kokonaisuohjelma on työn alla.



ALUESTRATEGIA 2020

Strategia linjaa alueiden pitkän tähtäyksen kehittämisen peruslinjauksista ja toteuttamista vuoteen 2020 sekä varautumisesta EU:n rakennerahastokauteen vuoden 2013 jälkeen. Työryhmän ehdotuksessa on visio alueellisen kehityksen tilasta vuonna 2020 sekä eri alueiden kehittämisen tavoitteet ja strategiset linjaukset.

KESTÄVÄN KULUTUKSEN JA TUOTANNON OHJELMA (KULTU 2)

Ympäristöministeriön sekä työ- ja elinkeinoministeriön vetämänä valmistellaan parhaillaan uutta Kestävän kulutuksen ja tuotannon ohjelmaa (KULTU2). Ohjelma keskittyy erityisesti asumisen, liikkumisen, ravinnon ja julkisen kulutuksen hiilijalanjäljen pienentämiseen. Ohjelmaesitys valmistuu huhtikuussa 2012.

VNP 4/2009

KTM:n sekä YM:n alaisen Kestävät hankinnat -työryhmän laatima toimintaohjelma ja sen pohjalta tehty Valtioneuvoston periaatepäätös kestävien valintojen edistämisestä julkisissa hankinnoissa ohjaavat julkisia keittäjiä kestäviin hankintoihin. Jälkimmäisen mukaan luonnonmukaisesti tuotettua, kasvisruokaa tai sesongin mukaista ruokaa tulee olla tarjolla valtionhallinnon keittiöissä ja ruokapalveluissa vähintään kahdesti viikossa vuoteen 2015 mennessä. Kunnille tämä on suositus.



SUOMEN EUROOPPA 2020 –STRATEGIA

Huhtikuussa 2011 julkistetussa ja kesäkuussa 2011 pääministeri Jyrki Kataisen hallituksen tekemässä tarkistuksessa sovittiin Eurooppa 2020 -strategian kansallisesta toteutuksesta.

Ruokaan liittyvä linjaus sivulla 22 on seuraava:

Ruokasektori on tulevaisuuden kasvuala ja ruokaturvallisuus jatkossakin Suomen kansainvälinen vahvuus. Hallituksen tavoitteena on suomalaisten elintarvikkeiden, luomu- ja erikoistuotteiden jalostuksen, markkinoinnin ja viennin tehostaminen. Maatalouspolitiikan strategisena tavoitteena on kääntää luomu- ja lähiruuan osuus vahvaan nousuun.

EU:N MAATALOUSPOLITIIKAN UUDISTUKSEN SUUNTAVIIVAT

Seuraava EU:n yhteisen maatalouspolitiikan (CAP) uudistusjakso ajoittuu vuosille 2014–2020. Tavoitteena on taata terveellisten ja laadukkaiden elintarvikkeiden saanti Euroopan kansalaisille, suojella ympäristöä ja kehittää maaseutualueita.

Tuleva uudistus on laaja kokonaisuus, joka koskettaa kaikkia yhteisen maatalouspolitiikan osa-alueita. Uudistuksen kohteena ovat EU:n maatalouspolitiikan markkinatoimet, suorien tukien järjestelmä, maaseudun kehittämiss politiikka, yksittäisiä maataloustuotteita koskevat erityissäännöt sekä EU:n valtiontukisäännöt. Komissio pyrkii esityksellään vahvistamaan maatalouden kilpailukykyä, kestävyyttä ja vakaata asemaa kaikkialla Euroopassa.

2.1.2 Lähiruokaohjelman tehtävä

Työryhmän ehdotus

Lähiruokaohjelma edistää suomalaista ruokatuotantoa ja yrittäjyyttä niin, että kuluttaja kohtaa lähiruuan eri puolilla Suomea ja saa turvallisen ja maukkaan ruoan lisäksi elämyksiä, joita arvostaa.

HALLITUKSEN YHTEISEN LÄHIRUOKAOHJELMAN VISIO, LINJAUKSET, TEHTÄVÄ JA TOIMENPITEET SYNTYVÄT YHTEISILLÄ PÄÄTÖKSILLÄ.

2.2

Lähiruokaohjelman tavoitteet 2012–2015

LÄHIRUOKAOHJELMA POISTAA ALAN
KEHITTÄMISEN PULLONKAULAT JA
PARANTAA KOKO RUOKAJÄRJESTELMÄN
TOIMIVUUTTA JA LISÄÄ SELLAISIA
YHTEISTYÖN MUOTOJA, JOTTA KYSYNTÄ JA
TARJONTA KOHTAAVAT.

2000 - 2011 - 2015

**LÄHIRUOKAOHJELMA RAIVAA
ESTEET JA PULLONKAULAT**

2000 AKTIVOITUMINEN

- Lähiruokan osuutta ei tiedetä, mutta arvioidaan promilleksi
- Markkinoillepääsy kauppaan vaikeaa, keskitetty järjestelmä esteenä
- Vaihtoehtoisia myyntikanavia vähän
- Puhe suomalaisesta ruokakulttuurista uudelleen alkamassa
- Suuruuden ihannoiti v allitsee
- Kansainvälistyminen pinnalla

2011 KYSYNTÄÄ RIITTÄÄ

- Lähiruokan osuutta ei tiedetä vielä kää n, arvio noin 10%
- Kauppa toivottaa tervetulleeksi, järjestelmät joustavat
- Vaihtoehtoisia lyhyen toimitusketjun kanavia syntynyt: hyviä erikoiskauppoja, suoramyyntiä, ruokapiiritoimintaa
- Ruokapalvelujen kiinnostus herännyt, mutta hankintalaki hidastaa etenemistä
- Alan tapahtumia ja käytännön oppaita
- Ruokakulttuuri, alkuperä ja vastuullisuus arjen puheenaiheita
- Aitouden arvostus lisää kuluttajan kiinnostusta
- Helpotuksia lainsäädäntöön saatu
- Ruokaketjusta ruokajärjestelmään
- Alan heikko kannattavuus kiristää
- Vastakkainasettelu vaivaa

**2015 TARJONTA JA KYSYNTÄ
KOHTAAVAT**

- Paikallisruokan kehittämiseen laajasti sitouduttu – vastakkainasettelusta on päästy luottamuksen ilmapiiriin
- Tavoitteet ohjaavat monipuolista yhteistoimia
- Julkiset resurssit tukevat vaikuttavia toimia koko ruokalan kehittämiseksi
- Yrittäjien kannattavuus parantunut
- Lähiruokaa saa helposti kaupasta, ravintolasta, julkisista ruokapalveluista, (hankintalaki on muutettu ja osaaminen parantunut)
- Myös uusia lyhyen toimitusketjun perustuvia tuote- ja palvelukonsepteja kehitetty
- Kuluttaja arvostaa ruokaa ja on valmis maksamaan jäljitettävyydestä ja tuoreudesta
- Innovatiiviset monialaiset ratkaisut luovat uutta suomalaista hyvinvointia
- Paikallinen ruokakulttuuri kukoistaa kaupoissa ja kouluissa
- Suomalainen ruoka on 100% myös kuluttajan jäljitettävissä.
- Koko elintarviketalous on kasvun tiellä, vienti vetää

2.3

Pullonkaulat

PULLONKAULAT LÖYDETTIIN MATERIAALIEN JA TUTKIMUSTEN, TYÖRYHMÄN KOKEMUSTEN, KYMMENEN TOIMIJAN HAASTATTELUKIERROKSEN JA TYÖPAJAN AVULLA. LÄHIRUOKASEKTORIN KEHITTYMISTÄ ESTÄVIEN ERILLISTEN ASIOIDEN LISTA RYHMITELTIIN NELJÄÄN PULLONKAULAAN.

1. LÄHIRUOKAKÄSITE SEKOITTA EIKÄ SITOUTA

- Vastakkainasettelu, tietämättömyys ja toisen mollaaminen heikentävät koko alaa.
- Käsitteen epämääräisyys on estänyt systemaattisen kehittämisen ja tulosten raportoinnin ja tallennuksen.

2. YHTEISTEN TAVOITTEIDEN, YHTEISTYÖN JA ALAN KOORDINAATION PUUTE

- Päällekkäistä ja sirpaleista toimintaa ja erillishankkeita on paljon eikä ala ole toisilta oppimisen tiellä.
- Tavoitteiden ja yhteistyön puute kaikilla tasoilla:
 - Valtakunnalliset toimijat, ministeriöt, virkamiehet, valtakunnalliset järjestöt, rahoittajat
 - Alueelliset toimijat, hallinto ja kehittäjät
 - Paikalliset toimijat, yrittäjät
- Luottamusta ja koordinaatiota kaivataan
- Rohkeudelle ja innovatiivisuudelle ei ole tilaa

3. MARKKINALÄHTÖISEN YRITTÄJYYDEN EDISTÄMINEN RIITTÄMÄTÖNTÄ

- Lähiruokan monenlaisia mahdollisuuksia kannattavaan liiketoimintaan ei tunnisteta eikä hyödynnetä riittävästi. Toimintaympäristön tuki- ja kehittämisjärjestelmät eivät riittävästi auta yrittäjiä löytämään ja käyttämään markkinapotentiaalia.
- Järjestelmät on luotu systeemimarkkinointiin ja pitkään toimitusketjuun, ei pienyrittäjille
- Lainsäädäntö ja vallitsevat rakenteet eivät tue yrittäjyyttä
- Alalla ei puhuta ääneen kannattavan liiketoiminnan tärkeydestä, tukipolitiikka ohjaa puhetta
- Markkinointiosaamista ja kuluttajan tuntemista puuttuu

4. KYSYNTÄ JA TARJONTA EIVÄT KOHTAA

- Osaaminen ja erilaiset järjestelmät pullonkauloina
- Kuluttaja ei helposti saa haluamia tuotteita tai palveluita
- Kauppa ja ravintolat eivät saa haluamia tuotteita valikoimiinsa
- Julkisella sektorilla esteenä hankintalaki ja sen tulkinta
- Paikallisruokan uusien myyntikanavien kehittyminen hidasta
- Business-lähtökohdista ei puhuta ääneen
- Puuttuu osaamista informaatiojärjestelmistä, logistiikasta, myyntikanavista, kuluttajista, markkinoinnissa
- Markkinoinnin, viestinnän ja designin keinoja ei osata käyttää, eletään ”80-lukua”
- Yhteistyön mahdollisuuksia ei osata tai haluta käyttää.

2.4

Ratkaisut ja 20 toimenpide-ehdotusta

1. PAIKALLISRUOAN KEHITTÄMISEEN JA
LÄHIRUOKAKÄSITTEESEEN
SITOUTUMINEN
2. YHTEISET TAVOITTEET TOIMINNAN
LÄHTÖKOHDAKSI
3. YRITTÄJYYDEN MARKKINALÄHTÖINEN TUKI
4. LÄHIRUOAN KOHTAAMISTEN LISÄÄMINEN

2.4.1 Paikallisruoan kehittämiseen ja lähiruokakäsitteeseen sitoutuminen

PULLONKAULA 1:

LÄHIRUOKAKÄSITE SEKOITTAA EIKÄ SITOUTA

Lähiruoan vaihtelevat merkitykset sekoittavat alan sisällä kehittäjiä, toimijoita, lainsäätäjiä ja –valvojia. Käsitteen epämääräisyys on aiheuttanut turhaa vastakkainasettelua. Alan linjaukset ovat hämmentäneet myös kuluttajia ja mediaa.

RATKAISU 1.

PAIKALLISRUOAN KEHITTÄMISEEN JA LÄHIRUOKAKÄSITTEESEEN SITOUTUMINEN.

Jo ennen ohjelman lopullisen toimenpidesuunnitelman tekemistä, tässä selvityksessä olevat linjaukset esitellään ja otetaan päätettäväksi eri hallinnonalojen ja toimijoiden edustajien keskuuteen päätöksenteon rakenteet (valtionhallinto, toimijat, lainsäätäjät, tutkimus ja koulutus, aluehallinto) huomioiden.

Samalla kiteytetään ohjelman yhteinen visio, tehtävä, strategiset tavoitteet, toimintamalli ja mittarit.

Toimenpiteet 1–5 tehdään osana ohjelman suunnitteluprosessia.

2. EHDOTUS LÄHIRUOKAOHJELMAN POHJAKSI

MITÄ (TAVOITE)	MITEN (TOIMENPIDE)	YHTEISTYÖSSÄ MM.
1. Lähiiruokaohjelma ruokajärjestelmän toimijoiden yhteiseksi asiaksi.	Lähiiruokaselvitys ja ohjelmaehdotus esitellään keskustelun ja päätöksenteon pohjaksi kokouksessa 6.3.2012 Avoin ja monialainen, mutta yhteistä ratkaisua hakeva keskustelu aloitetaan. Ohjelman valmistelusta tiedotetaan.	MMM ja muut ministeriöt Selvityksen tilaaja
2. Kaikilla lähiiruokasektoria kehittäväillä valtionhallinnon tahoilla on yhteinen käsitys visiosta ja ohjelman strategisista tavoitteista sekä siitä, mitä lähiiruolla tarkoitetaan ja mitä lähiiruokaohjelmassa tavoitellaan. Yhteiseen ohjelmaan sitoudutaan ja sen toimet kirjataan. Sen vaikutukset rahoituksen painopisteisiin huomioidaan. Ohjelman esiteltävä runko on yhteinen.	Ministeriöiden ja valtakunnan päättäjien ”Round Table”, jossa sovitaan ohjelman visio ja yhteiset tavoitteet eri ministeriöiden erillistavoitteet, toimintatavat valtakunnallisesti ja paikallisesti sekä eri rahoituselementtien kehittyminen. Sovitaan myös ohjaus, mittarit, ohjausryhmä ja muut resurssit	MMM kutsuu kokoon Ministeriöt Elintarvikeketjun neuvottelukunta TEM, YTR ELY YM EU 2020-toteuttajataho OSKE
3. Lähiiruokaan liittyvän lainsäädännön kehittämistarpeet kaikkien tiedossa, niiden toteuttaminen suunniteltu. Tiedonpuutteesta johtuvat pullonkaulat tiedossa, niistä tiedottamisesta sovittu.	Olemassa olevan lainsäädännön (mm. elintarvikelainsäädäntö, kuljetus- ja hankintalaki) sekä niiden kehittämistarpeet käydään läpi lainvalmistelijoiden ja valvojien kanssa. Tehdään yhdessä suunnitelma, joka kirjataan ohjelmaan ja josta tiedotetaan.	Koordinaattori MMM:n virkamiehet TEM ja Kuntaliitto YM Evira Lainsäädännön valmistelijat
4. Lähiiruokaohjelma yhtenä ruokajärjestelmän kehittäjänä. Myös muut kehittämistoimet näkyväksi. Toimiva ja sitoutunut yhteistyöverkosto luottaa toisiinsa sekä kehittää ja innostaa koko alaa. Luomu- ja lähiiruokaohjelma tekevät yhteistyötä.	Alan kehittäjät kokoontuvat yhteiseen työpajaan/yhteisiin työpajoihin, jotka tuovat kaikkien tietoon keskeisten toimijoiden jo sovitun lähiiruokatyön vuosina 2012-2015 sekä mahdollistaa uusien innovatiivisten ja vaikuttavien toimien koordinoinnin eri toimijoiden kesken.	MMM koordinoi MTT PTT Kuluttajatutkimuskeskus Helsingin yliopisto Ruokakulttuurin kehittäjät Laatuketju, Elintarvikeketjun neuvottelukunta (MTK, ETL, PTY, MaRa, jne.) Pro Luomu Ruoka-Suomi-teemaryhmä Ruokatieto, Hyvää Suomesta Sitra, Tekes, Suomen Akatemia. Jne.
5. Ohjelman aikana lähiiruon alueellinen kehittäminen tehostuu. Parhaat käytännöt leviävät. Tarvittavat tilastot ovat olemassa ja kaikkien tiedossa. Vaikuttavuus lisääntyy	Selvitetään, miten yrittäjät kokevat ja mitä toivovat alueellisilta kehittämistoimilta. Tarvitaanko tarkempaa mittausta markkinan koon ja kehittämisen pohjaksi? Sovitaan alueellisen toiminnan kehittämisen tavoitteista ja toimenpiteistä. Seurataan ja kehitetään rahoitusta. Luodaan pilotti, jonka vaikutuksia arvioidaan ja levitetään parhaat käytännöt eri alueille. Kehitetään Ruoka-Suomi-teemaryhmän toimintaa. Luodaan mm. alueellinen Round Table-toiminta	Valtakunnalliset päättäjät Alueelliset päättäjät Muut kehittäjät

2.4.2 Yhteiset tavoitteet toiminnan lähtökohdaksi ja yhteistyön pohjaksi

PULLONKAULA 2:

YHTEISTEN TAVOITTEIDEN JA YHTEISTYÖN PUUTE

Ala toimii hajanaisesti eivätkä alan kehittämistä edistävät politiikat, strategiat ja tavoitteet ole tiedossa eivätkä ohjaa toimintaa. Valtionhallinnosta lähtevä sirpaleisuus toistuu kaikille tasoille. Jotta ohjelmalla saadaan aikaan todellisia pitkäaikaisia hyötyjä, eikä alaa entises-tään pirstaloivia yksittäisiä toimia, tulee koko prosessiin, yhteistyön muotoihin ja rakentei-siin kiinnittää erityistä huomiota.

RATKAISU 2.

YHTEISET TAVOITTEET TOIMINNAN LÄHTÖKOHDAKSI JA YHTEISTYÖN POHJAKSI – KOKO SUOMESSA, ERI HALLINNONALOILLA JA ALUEILLA.

Varsinainen ohjelma alkaa kun sen toimijat, tavoitteet ja resurssit on ohjelmassa mukana olevien kanssa sovittu. Valtakunnallisten päätöksentekijöiden linjaukset parantavat kaikki-en päättäjien, rahoittajien, alueiden, kuntien, hankkeitten, neuvojien, järjestöjen ja yrittäjien toimintaa.

- Ohjelma on kirjoitettu ja aloitetaan toimet
- Yhteistyö toimii kaikilla hallinnon tasoilla
- Yhteistyötä ja hankkeita keskeisten yhteistyökumppanien kanssa.
- Alueet oppivat toisiltaan ja kehittävät toimintaansa myös omia vahvuuksia hyödyntäen
- Tavoitteiden lisäksi määritellään mittarit, edistymisestä ja epäonnistumisista opitaan.
- Sisäisestä viestinnästä ja yhteistyön hengestä huolehditaan.

2. EHDOTUS LÄHIRUOKAOHJELMAN POHJAKSI

MITÄ (TAVOITE)	MITEN (TOIMENPIDE)	YHTEISTYÖSSÄ MM.
6. Lähiuokaohjelma vaikuttaa koko ruokajärjestelmän kehittäjänä.	Lähiuokaselvityksen pohjalta kirjoitetaan ohjelman yhteiset tavoitteet, linjaukset toimenpiteet, resurssit ja mittarit ja viestintä. Tehdään viestinnän linjaukset ja suunnitelma niin, että sovitut asiat valmiina viestittäväksi yhteistyökumppaneille. Ohjelman näkymisestä sovittu: • Nettisivut ja jatkuvan tiedotuksen toimet • Ohjelman esittelymateriaalit • Puolestapuhujaverkko	Koordinaattori Toimijat Ostopalvelut
7. Lähiuokaohjelma näyttää tietä yhteistoiminnan luojana.	Jatkuva yhteistyö sovitusta teemoista valtakunnan toimijoiden tasolla. Esimerkiksi Round Table -ajatusta monistaen.	Laatuketju Pro Luomu Ruoka-Suomi Ruokatieto ...
8. Ruoan vastuullisuus, ml jäljitettävyyden ja ruokahävikin vähentäminen kaikkien toimijoiden yhteiseksi teemaksi.	Kehitetään vastuullisuus- ja jäljitettävyyssuorityötä yhä vahvemmaksi kaiken suomalaisen ruoan kilpailueduksi. Lähiuoka voi olla kasvotuisen ja tarinallisen ruoan esimerkkinä myös kuluttajaviestinnässä. Otetaan ruokahävikin vähentämisen avoimen kehittämisen ja viestinnän kohteeksi.	MMM YM Tutkimuslaitokset, mm. MTT Laatuketjun toimijat ...
9. Vuosisuunnitelmat valmiiksi ja näkyviksi vuosille 2012-2015	Luodaan malli, jolla eri toimijat koordinoivat vuosittaisia toimia ja mahdollisia yhteisesiintymisiä hyvissä ajoin etukäteen. Hankkeitten tuloksista oppimista ja hankekoordinaatiota lisätään. Kehittämishankkeissa syntyneet opit ja aineisto näkyväksi yhteiselle sivustolle.	ProAgria Ruoka-Suomi EkoCentria Tekes, Oske MMM ja Ely Arktiset Aromit, Fida ry, Kra ry, Tedy ry maaseutumatkailu Valtakunnalliset järjestöt: mm. Martat, Martaförbundet, Maa- ja kotitalousnaiset, 4H, Suomen keittiömestarit ym.
10. Jokaisella alueella toimiva lähiuokaohjelmakoordinaattori, joka vastaa tämän ohjelman toimista ja viestinnästä omalla alueellaan ja tuo tietoa alueen käytännöistä.	Osana ohjelman organisoitumista sovitaan tapa, joilla alueiden ja ohjelman yhteyksistä huolehditaan. Alueitten omat kokonaisuutta tukevat lähiuokaohjelmat keskustelelevat keskenään ja yhteisen ohjelman kanssa.	Yhteistyöhanke Ruoka-Suomi Ostopalvelut

2.4.3 Yrittäjyyden markkinalähtöinen tukeminen

PULLONKAULA 3:

MARKKINALÄHTÖISEN YRITTÄJYYDEN EDISTÄMINEN RIITTÄMÄTÖNTÄ

Kuluttaja, kauppa ja ravintolat haluavat lisää lähiruokatoimittajia. Monilla on mahdollisuus hyödyntää pieniäkin eriä. Myös uudet lyhyet toimitusketjut tuovat yrittäjille mahdollisuuksia tehdä kannattaa liiketoimintaa. Monilla alueilla on niistä hyviä esimerkkejä.

Pullonkaulana on sekä uusien yrittäjien puute että olemassa olevien osaamisen vajaus, mm. markkinoinnissa. Myös hanketoimijoiden markkinoinnin ja viestinnän osaaminen vajavaista. Viranomaismääräysten alueellisesti erilaiset tulkinnat nähdään kannattavan ja kuluttajaa tyydyttävän toiminnan kehittymisen esteenä.

RATKAISU 3.

YHTEISET TAVOITTEET TOIMINNAN LÄHTÖKOHDAKSI JA YHTEISTYÖN POHJAKSI – KOKO SUOMESSA, ERI HALLINNONALOILLA JA ALUEILLA.

Luodaan ja tutkitaan jo luotuja järjestelmiä, jotta

- **aloittava yrittäjä** voi saada neuvoja ja tukea yhdeltä luukulta, tavalla, joka tukee liiketoimintaa.
- **toimivat yrittäjät** osaavat hakea tietoa ja oppia kehittyäkseen ja saavat **neuvontaorganisaatiolta** riittävästi oman alueen markkina- ja kuluttajatietoa
- tarkastetaan ja kehitetään lähiruokaan liittyviä **lakeja ja tulkintoja** sekä varmistetaan valvonnan kannustavuus. Erityisenä kohteena hankintalaki sekä elintarvike- ja kuljetuslupalainsäädännöt.
- Luodaan **alueille yrittäjäneuvonnan** yhteistyötä.
- Puhutaan **avoimesti kannattavan liiketoiminnan merkityksestä**.

2. EHDOTUS LÄHIRUOKAOHJELMAN POHJAKSI

MITÄ (TAVOITE)	MITEN (TOIMENPIDE)	YHTEISTYÖSSÄ MM.
11. Aloittava yrittäjä saa palvelua ”Yhden luukun” periaatteella	Kerätään aloittavien yrittäjien näkemyksiä. Kootaan kokemukset parhaista käytännöistä, kehitetään uusia pohjaksi mahdollisille kokeiluille. Lanseerataan entistä ehompi systeemi, joka parantaa erilaisten yritysten liiketoiminnan mahdollisuuksia. Edetään alueittain ja valtakunnallisesti. Viestitään ja seurataan vaikutuksia. Pohditaan myös pienten yritysten etujärjestön tarvetta osana ETL:ää tai MTK :ta.	Yrittäjät ELY-keskukset MTK ETL ...
12. Osaaminen parantunut elintarvikeyrityksien ja maatalousyrittäjien keskuudessa.	Kerätään yrittäjien näkemyksiä. Kehitetään koulutus –ja neuvontajärjestelmiä alan koulutuslaitosten ja osajien kanssa ja levitetään esim. MTK:n, ProAgrian ja Ruoka-Suomen (ELY-keskusten) kanssa. Lähiruoka osaksi luonnonvara-alan sekä Marata-alan perusopintoja. Parannetaan koko ruokajärjestelmän osamista , jotta tulevaisuuteen varaudutaan oikeilla keinoilla. Hyödynnetään tutkimusta ja oppeja ja malleja maailmalta.	Yrittäjät Markkinoinnin osaajat ja kehittäjät, OSKE Suomen Yrittäjät ja MTK ja ProAgria OPH, OPM
13. Yrittäjät voimaantuneita ja innokkaita hakemaan uusia ratkaisuja.	Kerätään kokemuksia yrittäjiltä. Haetaan uusia tapoja yrittäjyyden ja voimaantumisen osajilta. Hyödynnetään onnistuneita esimerkkejä. Luodaan mm. yrittäjä- ja mentoritoimintaa eri alueilla. Haetaan maailmalta uusia pienyrittäjyyden kehittämismalleja, muutetaan Suomeen sopivaksi. Levitetään niitä. Viestijöinä onnistuneet/kokeneet/uudistuneet/alan yrittäjät.	Yrittäjät Työelämän ja yrittäjyyden kehittäjät Tutkimuslaitokset Suomen Yrittäjät ja MTK ja ProAgria Alan pioneirit ja innostajat.
14. Laki ja sen valvonta helpottaa yrittäjien toimia. Lain tuomia markkinointimahdollisuuksia osataan hyödyntää	Varmistetaan neuvojien ja virkamiesten osaaminen ja markkinahenkinen asenne Lisätään tiedotusta laista. Otetaan alkuperämerkinnät ja nimisuoja-mahdollisuudet käyttöön.	Lainsäätäjät Valvojat Nimisuoja-asiantuntijat Tiedon levittäjät, mm . ETL, MTK, PTY jne. Neuvontajärjestelmät
15. Kannattavuus on sallittu puheenaihe	Muutetaan puhe tuista puheeksi kannattavasta liiketoiminnasta. Haetaan faktoja. Opitaan toisilta. Valmennetaan puhumaan aiheesta myös julkisesti – oikeilla argumenteilla. Viestijöinä myös onnistuneet/kokeneet/uudistuneet/alan yrittäjät, lähiruokakirjojen kirjoittajat.	Alan yrittäjät ja toimijat Media Alan kirjoittajat Alan järjestöt ja päättäjät Viestintä

2.4.4 Lähiruoan kohtaamisten lisääminen

PULLONKAULA 4:

SUURIN PULLONKAULA ON SE, ETTÄ KYSYNTÄ JA TARJONTA EIVÄT KOHTAA. KOHTAAMISVAJE ON MONEN TEKIJÄN SUMMA. KOHTAAMISVAJE EI RATKEA, JOS RAKENTEELLISET PULLONKAULAT (1-3) ESTÄVÄT.

RATKAISU 4.

YHTEISET TAVOITTEET TOIMINNAN LÄHTÖKOHDAKSI JA YHTEISTYÖN POHJAKSI – KOKO SUOMESSA, ERI HALLINNONALOILLA JA ALUEILLA.

Lähiruoan kohtaamista pitää kehittää ainakin viidellä tasolla.

- Perinteisen ruokaketjun (yksityinen ravintola ja kauppa) ja tuottajan yhteistyötä lisäämällä
- Julkisen ruokapalvelun hankintaosaamista kehittämällä
- Uusien lyhyitä toimitusketjuja ja myyntikanavia kehittämällä
- Innovatiivisilla uusilla ratkaisuilla, jotka hyödyttävät monialaisesti sekä maaseutua että kaupunkia
- Kuluttajan tietoisuutta sekä osto- ja maksuhalua lisäämällä (suomalaisuus, lähiruoka, luomu)



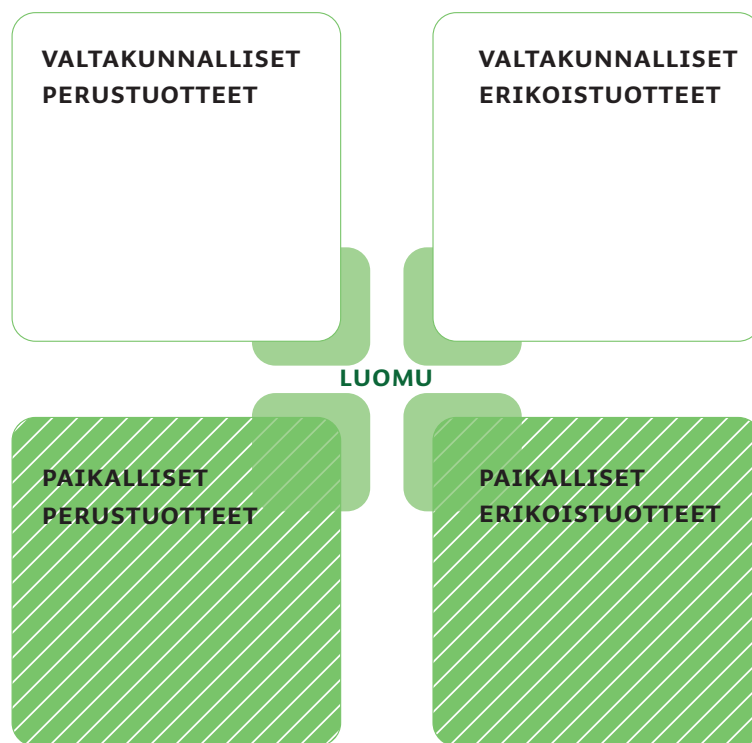
2. EHDOTUS LÄHIRUOKAOHJELMAN POHJAKSI

MITÄ (TAVOITE)	MITEN (TOIMENPIDE)	YHTEISTYÖSSÄ MM.
16. Lähiruokaa runsaasti ja houkuttelevasti tarjolla perinteisissä ruokaketjuissa; kaupoissa ja ravintoloissa.	Jatketaan hyvin alkanutta työtä yhteistyön ja osaamisen kehittämiseksi, mm. PTY-hankkeen kokemuksia hyödyntäen.	PTY MARA MTK Ruoka-Suomi
17. Julkinen ruokapalvelu on lähiruoan veturi	Erillinen ohjelma, josta erillissuunnitelma. Ohjelman ensimmäinen toimenpide syksyllä 2012. Kunnallisvaaliteema: Lähiruoka omaksi kaikkii kuntiin ja maakuntiin > julkiset hankinnat ja osaaminen kuntoon Road show: Sisäinen lähiruokaviest	Kampanja Yhteishanke Ostopalvelu
18. Lyhyet toimitusketjut kehittyneitä ja näkyviä.	Hyödynnetään Sitran Maamerkit -ohjelmassa saatua monipuolisia lähiruokamalleja ja materiaaleja. Kehitetään niitä. Tehdään suunnitelma 2013-2015 Viedään tietoon koko toimijakenttään.	MMM Sitra Maamerkit Erillishanke
19. Innovatiiviset uudet ratkaisut toimivat houkuttelevina hyvinvoinnin, vastuullisuuden ja ympäristön tilan parantajina	Toiminta- ja hankekokonaisuus jonka tavoitteena hakea Suomeen sopivia uusia ratkaisuja joissa huomioidaan maakuntien monet ja erilaiset haasteet ja mahdollisuudet. Hyödynnetään vastuullisuuden kaikkia elementtejä, tehtyjä tutkimuksia ja maailmalta saatua oppeja. Hyödynnetään kansallisia laatujärjestelmiä koko ruoka-alan markkinoinnissa	Yrittäjät Alueitten ympäristö- ja hyvinvointitoimijat Tekes
20. Kuluttajan tietoisuus ja ostohalu lisääntynyt.	Toimenpidekokonaisuus vuosille 2012-2014, jossa monen toimijan yhteistyönä kuluttajan tietoa alkuperästä lisätään. Suomalaisuuden ja lähiruoan arvostusta lisätään, alkuperämerkintöjä ja olemassa olevia merkkejä (Hyvää Suomesta ja Maakunnan parhaat) hyödynnetään.	Yhteistyötä Hyvää Suomesta Ruokakirjailijat Ruokakulttuuritoimijat Pro Agria Ostopalveluita

2.5

Yhteenveto toimenpide- ehdotuksista

LÄHIRUOKAOHJELMA ONNISTUU, JOS ERI HALLINNONALAT NÄKEVÄT RUOKAJÄRJESTELMÄN KEHITTÄMISEN KOKONAISUUDEN SAMALLA TAVALLA. SUOMESSA ON MONIA PYSYVIÄ KEHITTÄMIS- JA RAHOITUSELEMENTTEJÄ, JOITA KANNATTA HYÖDYNTÄÄ NYKYISTA PAREMMIN KOKO RUOKAJÄRJESTELMÄN KEHITTÄMISEKSI. LÄHIRUOKA- JA LUOMUOHJELMIEN AIKANA SYNTYVÄ YHTEISTYÖ HYÖDYTTÄÄ KOKO JÄRJESTELMÄÄ JA AVAA NÄIDEN SEKTORIEN PULLONKAULOJA.



Matriisin yläosassa on noin 10% yrityksistä (suuria yrityksiä). Ne tuottavat 90% suomalaisesta ruoasta. Matriisin alaosassa tuotetaan 10% ruoasta ja siellä on 90% yrityksistä (pienyrittäjiä). Keskelle on kuvattu luomutuotanto, joka toteutuu jokaisella sektorilla. Lähiiruoka- ja luomuhjelmien valmistelijat ovat tehneet yhteisiä linjauksia ja ehdottavat, että luomuhjelma keskittyy esittämään toimenpiteitä perinteiseen, pitkään ruokaketjuun, jotta tavoiteltu kolminkertaistaminen saadaan aikaan. Ruokakulttuurin monipuolisuutta ja lyhyitä toimitusketjuja kehittävä lähiiruokaohjelma kehittää myös luomuna tuotettavaa lähiiruokaa.

Lähiiruokaselvityksessä ehdotetut toimenpiteet 1–5 luovat edellytykset yhteisille päätöksille ja tarkemmalle suunnitelmalle. Vain näin toimien saadaan aikaan vaikuttava ohjelma. Jos suunnittelua ei tehdä kunnolla, eikä aiemmin tehdystä työstä oteta oppia, saadaan aikaan ohjelma, joka entisestään pirstaloi jo muutenkin sirpaleista lähiiruokakenttää. Työryhmä ei pidä hyvänä ratkaisuna kiirehtiä ylimääräistä lähiiruokasektorin hankehakua.

Selvitystyön tilaaja esitti tarjouspyynnössään viisi kysymystä, joihin halusi selvityksessä vastaukset. Kysymykset olivat:

- Mitä toimia tulisi toteuttaa riittävän lähiiruokaraaka-aineen saamiseksi yrityksille ja tahoille?
- Millä tavoin yritykset löytävät parhaat markkinointikanavat tuotteilleen? Esimerkkejä hyvistä toimintatavoista.
- Mitkä ovat keskeiset ongelmat ja kehittämiskohteet lähiiruokatuotteiden saamisessa kauppoihin ja ammattikeittäjiin? Esimerkkejä.
- Mitä julkisten ja yksityisten tahojen tulisi tehdä yrittäjien liiketoimintaosaamisen kehittämiseksi? Vastuutahot?
- Mitä toimenpiteitä ja keiden tulisi tehdä raaka-aineen jalostusasteen nostamiseksi ja tuotekehitystyön lisäämiseksi? Vastuutahot?

Kaikkiin kysymyksiin vastauksena on, että pullonkauloista tulee vapautua ja etsiä ratkaisuja esitettyjä 20 toimenpidekokonaisuutta kehittämällä. Lähiruokaohjelman toimenpiteet on jaoteltu niin, että viisi ensimmäistä kuuluvat suunnitteluprosessiin ja 15 viimeistä tarkentuvat suunnittelun aikana. Kuluttajiin kohdistuvat toimenpiteet on kerätty kohtaan 20. Yhteiset valtakunnalliset kuluttajatoimet kohdistuvat kaikkeen suomalaiseen ruokaan.

Edellisellä hallituskaudella (2008–2011) toteutettu Suomalaisen ruokakulttuurin edistämishjelma Sre opetti, että hyvä suunnittelu, vaikuttavuuden mittaaminen ja monipuolinen yhteistyö ovat onnistuneen ohjelman perusta. Ohjelman opit on dokumentoitu (18).

Hyvän ohjelman syntymisen resepti:

- Hyvä suunnitelma, johon keskeiset tahot ovat sitoutuneet
- Hyvin koordinoitua ja selkeää toimintaa ja viestintää
- Keskittymistä, karsimista ja kohdentamista
- Käytännönläheisyyttä
- Olemassa olevien resurssien hyödyntämistä
- Ammattimaista otetta ja erikoisosaa
- Sosiaalista, poliittista ja kulttuurista hyväksyntää
- Vaikuttavuuden mittausta
- Avoimuutta, luottamusta ja rehellisyyttä
- Jatkuvuutta myös ohjelman jälkeen
- Rohkeutta, innovatiivisuutta ja intoa
- Yhteistyötä, yhteistyötä ja yhteistyötä

Kaiken ruokaan liittyvän työn ensimmäinen ja tärkein asia on, että se maistuu hyvältä. Suomalainen vastuullinen ruokaketju varmistaa kuluttajalle turvallisen ruoan, jonka alkuperä tunnetaan ja on kuluttajalle asti jäljitettävissä.

Lähiruokaohjelma edistää suomalaista ruokatuotantoa ja yrittäjyyttä niin, että kuluttaja kohtaa lähiruoan eri puolilla Suomea ja saa turvallisen ja maukkaan ruoan lisäksi elämyksiä, joita arvostaa.

2.6

Selvityksen tekijät ja haastatellut

TÄMÄN LÄHIRUOKARAPORTIN SYNTYYN
VAIKUTTI TYÖRYHMÄN JA MATERIAALIN
TUOTTAMISEEN OSALLISTUNEIDEN
ASiantuntijoiden lisäksi suuri joukko
alan toimijoita, jotka antoivat
aikaansa haastatteluihin sekä
osallistuiivat työpajaan.
Kiitokset teille kaikille.

Työryhmä ja asiantuntijat

MMM Seija Kurunmäki viestintä- ja tutkimustoimisto Kuule Oy:n vetäjä ja omistaja. Hän toimi työryhmän puheenjohtajana, haastattelujen tekijänä ja raportin kirjoittajana.

Seijalla on yli 30 vuoden kokemus elintarvikealalta. Hän on toiminut Keskon kouluttajana ja Cultorin ja Vaasan Oy:n markkinoinnissa yhteensä 20 vuotta. Viimeiset 10 vuotta hän on tehnyt strategisia linjauksia, yhteistyön malleja ja viestintää sekä erikokoisten alan yritysten että mm. Sitran ERA-ohjelman ja Sre:n kanssa sekä luomun kehittämishankkeissa.

KTM, KtaO Irma Ikäheimo, ent. Kärkkäinen on EkoCentrian perustaja, lähiruokasektorin pitkäaikainen kehittäjä sekä Lähiruokaviestin luoja. Hän on tehnyt yli 20 vuoden uran ruokaketjun eri tehtävissä. Tähän työhän hän toi monipuolisen kokemuksensa ja EkoCentrian tiimin kokoaman tietoa-aineiston, joka on jatkossa kootusti kaikkien käytössä.

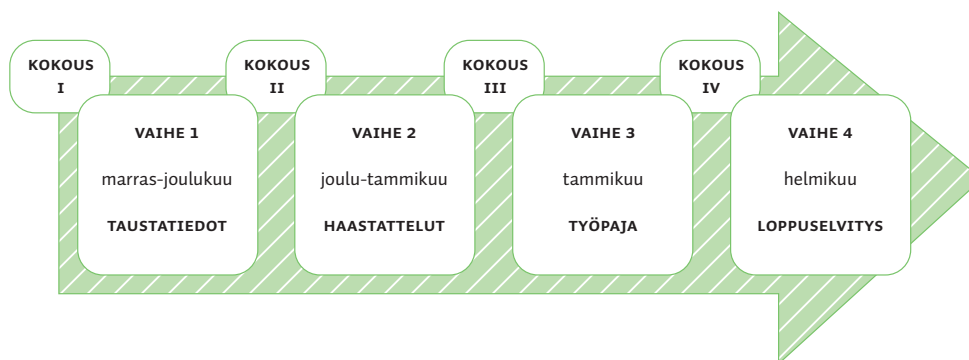
KM, KtaO Anni Mari Syväniemi on MTK:n ruokakulttuuriasiamies, joka on mukana monien kansallisten ja kansainvälisten hankkeitten ohjausryhmissä. Hän tietää mitä alalla tapahtuu ja toi sen tiedon raporttiin sekä teki selvityksen vuonna 2000 MTK:n johdolla tehdyn raportin toimenpiteiden toteutumisesta.

MMM, agronomi Päivi Rönni toimii MTK Hämeessä Kasvua Hämeessä –teemaohjelman vetäjänä. Aiemmin toiminut mm. Finfoodissa, Hämeen Maaseutukeskus/Maa- ja kotitalousnaisten piirikeskuksessa elintarvikeketjun kehittämis- ja asiantuntijatehtävissä. Hän toi ryhmälle tiedon siitä, miten lähiruokaa kehitetään alueilla ja miten maatilat ja mikroyritykset siitä hyötyvät. Hän mallinsi Hämeen Ely-keskuksen kehittämistoimet tähän raporttiin.

VTM Anne Leppänen on viestinnän tutkija ja Kuule Oy:n partneri. Hän on kokenut kuluttajatutkija, joka luki ja teki yhteenvedon kaikista lähiruokaan liittyvistä kuluttajatutkimuksista. Hän veti yhdessä Seijan kanssa työpajan 23.1.2012 sekä kiteytti kerättyä tietoa.

ETM Minna Kantén on kokenut markkinatutkija, joka on ollut toiminut sekä teollisuudessa, julkisella sektorilla että monesa ruokahankkeessa. Hän teki pohjat laskelmille, joiden avulla arvioitiin lähiruokamarkkinan kokoa. Hän palaa helmikuussa 2012 juurilleen Hyvää Suomesta-Joutsenlipun markkinointi- ja viestintäpäälliköksi.

EkoCentrian tiimi: Anu Arolaakso, Anja Hankala, Minna Heikka, Irma Ikäheimo, Maria Mikkala, Eija Muukka ja Sari Väänänen, tuotti ja tallensi Lähiruokaselvityksen tausta-aineistoja kotisivulle, joka on ladattavissa osoitteessa www.ekocentria.fi.



Nelihenkinen työryhmä teki tiivistä yhteistyötä. Monipuolista osaamista täydennettiin lähipiirin asiantuntijoilla. Tietoa ja materiaalia lähiruosta oli paljon, koottua ja analysoitua uutta tietoa oli vähän. Haastattelut ja työpaja toivat monia uusia näkemyksiä ja painotuksia aiheisiin. Innostus ja jatkuvan parantamisen halu kiihtyi työryhmässä hankkeen loppua kohti. Raportin kuvituksen ja taiton osajat tekivät tästä luettavan ennätysajassa.

Neodesign Oy: Mikko Hed, Erkki Tuomi, Laura Takatalo, Henna Salonen. Kuvien ja kaavioiden visualisointi ja taitto.

Haastatellut

- **Anna Vainikainen**, toimialapäällikkö, ETL
- **Ilkka Nieminen**, johtaja, PTY
- **Juha Marttila**, 1. puheenjohtaja, MTK
- **Pekka Lehtonen**, liiketaloustieteen dosentti ja Maaseudun elinvoimaisuus ry:n toiminnanjohtaja.
- **Petri Ollila**, lehtori, Helsingin yliopisto, Taloustieteen laitos, elintarviketalouden
- **Arja Kosonen**, toimitusjohtaja, HYY, Unicafe
- **Erkki Isokangas**, Saarioisen ent. toim.joht., Kotivaran ja Linkosuon hallituksen jäsen
- **Kirsi Viljanen**, maaseutuylitarkastaja, TEM/MMM
- **Marja Innanen**, elintarvikeylitarkastaja, MMM
- **Sebastian Hielm**, eläinlääkintöylitarkastaja, MMM
- **Marja-Riitta Kottila**, toiminnanjohtaja, Pro Luomu ry

Lisäksi työryhmän toimijat ovat saaneet lisätietoa muilta asiantuntijoilta, mm. Perttu Pyykönen PTT:stä, Jyri Arponen Sitrasta, Kari Venäläinen Sapuska-ohjelmasta ja Tiina Lampisjärvi Ruokatieto Yhdistys ry:stä.

Työpajan osallistujat

- **Sari Tulila**, elinkeinoasiamies, Vesanto
- **Aila Riikonen**, maanviljelijä, Vesanto
- **Heidi Valtari**, hankekoordinaattori, Ruoka-Suomi teemaryhmä
- **Leena Saarinen**, hallitusammattilainen
- **Taina Vuorimies**, projektipäällikkö, Lahden Ammattikorkeakoulu
- **Johanna Fräki**, Tj, MakuMaku
- **Anni-Mari Syväniemi**, ruokakulttuuriasiamies, MTK
- **Maritta Sabell**, projektipäällikkö, MTK Satakunta
- **Päivi Rönni**, ohjelmapäällikkö, MTK Häme (asiantuntija Pro Luomu ry 1.3 alkaen)
- **Minna Kantén**, markkinointi- ja viestintäpäällikkö ETM, Ruokatieto ry (27.2.12)
- **Irma Ikäheimo**, ent. Kärkkäinen, hankepäällikkö, EkoCentria, Savon ammatti- ja aikuisopisto
- **Marja-Riitta Kottila**, Tj, Pro Luomu ry
- **Petri Koskela**, ylitarkastaja, MMM

Työpajan fasilitaattoreina Kuulen Oy:n konsultit:

- **Seija Kurunmäki** ja **Anne Leppänen**

2.7

Aineistot ja liitteet

LÄHDEAINEISTO

Selvitystyön kirjallisuusaineistona olleen mittavan lähdemateriaalin olennaisimmat teokset kirjattiin lähdeaineistoksi 1-17. Ekocentrian sivuille kerätty aineisto 18.

EKOCENTRIAN SIVUILLE KERÄTTY AINEISTO JA LINKIT

Pääosa aineistosta on kerätty Savon ammatti- ja aikuisopisto EkoCentrian sivuille, jossa sitä pystytään jatkossa päivittämään.

Lähdeaineisto

1. **Kirjallisuuskatsaus kuluttajien ja tuottajien vuorovaikutuksesta elintarvikeketjussa**, Kuluttajatutkimuskeskus 136 2011, Katja Järvelä, Laura Koistinen, Terhi Latvala, Ari Peltomäki, Tapani Yrjölä
2. **Kuluttajatutkimus**, julkaistaan 2012, Kuluttajatutkimuskeskus, PTT, MTT
3. **Lähiuokatyöryhmän loppuraportti 6/2000**, Lähiuokaselvitys 2000, maa- ja metsätalousministeriön asettaman 14 henkisen työryhmän raportti (Leena Packalen, MTK, puh.joht.)
4. **Lähiuoka nyt! Trendeistä markkinoille**, Sitran julkaisuja 29 (Deloitte)
5. **Ruokatietoa 2011**, Suomen Gallup Elintarviketieto 2011
6. **Lähiuoka. Pientuottajat ja kuluttajat toisiaan etsimässä, tutkimuksia lähiuokan jakelun nykytilasta**, HY, Taloustieteen laitos, selvitys 67, Ollila P, Eronen K, Kiviluoma A, Kivinen S, Käyhty M (toim.)
7. **Suomen maatalous- ja maaseutuelinkeinot**, MTT, Julkaisuja 111/11 Jyrki Niemi, Jaana Ahlstedt
8. **Lisäarvoa laatutyöstä -hankkeen raportti: Mistä suomalainen ruokaketju voi olla ylpeä?** Ruokaketjun toimijoiden, kuluttajien ja asiantuntijoiden näkemyksiä suomalaisen ruokaketjun lisäarvotekijöistä, MTK
9. **Kaupunkilaiskuluttajat lähiuokaostoksilla - suuria makuelämyksiä pieniltä tuottajilta**. Marika Anttila, maisterintutkielma kuluttajaekonomiassa, Taloustieteen laitos, HY
10. **Luomun kuluttajatutkimukset**, Luomu brändiksi ja kaupan-hankkeessa, Kuule Oy, www.kuule.fi
11. **Lähiuokan käyttö julkisen sektorin ammattikeittiöissä**. Vanttinen ja Korpi-Vartiainen, 2010.
12. **Kestävä ruokalautanen joukkoruokailunkestävän kehityksen edistäjänä**. Aalto K, Heiskanen E, (2011) Työselosteita ja esitelmää 130/2011. Kuluttajatutkimuskeskus
13. **Elintarviketalous murroksessa**, Vierasyliö-artikkeli Maaseudun Tulevaisuus 14.12. 11. sekä www.makumaku.fi
14. **Mahdollisuuksien lähiuoka**, MTK, www.mtk.fi
15. **Väitöskirja, Jarkko Pyysiäinen**, (2011) Constructing and negotiating entrepreneurial agency. A social psychological approach to entrepreneurship discourse in the farm context” (Yrittäjämäistä toimijuutta rakentamassa. Sosiaalipsykologinen näkökulma yrittäjyysdiskurssiin maatilakontekstissa), Helsingin yliopiston valtiotieteellinen tiedekunta
16. **Tietohaarukka – tilastotietoa elintarvikealasta**. Ruokatieto Yhdistys ry.
17. **Väitöskirja, Marja-Riitta Kottila**, (2010) Understanding the organic chain: The framework of the interaction between the actors in organic chains in relation to ecological modernization of food production. Helsingin yliopisto, maatalous-metsätieteellinen tiedekunta, maataloustieteiden laitos.
18. **EkoCentrian sivuille kerätty aineisto**, www.ekocentria.fi

EkoCentrian sivuille kerätty aineisto ja linkit

- Linkit lähdeaineistoon 1-17
- Strategiat ja lähtökohdat työlle
- Yhteenveto Suomalaisen ruokakulttuurin edistämishjelma SRE:n tuloksista
- Poliitiikat
- Lait
- Opinnäytetyöt
- Esimerkkejä hyvistä käytännöistä
- Loppuraportin 2000- toimenpide-ehdotukset
- Kuvaus julkisten ruokapalveluiden nykytilasta
- Alan kirjallisuutta
- Tärkeitä nettisivuja

