



## **Lisäarvoa laatutyöstä: Elintarvikeketjun kansallisen laatujärjestelmän kehittäminen ja todentaminen (2008-2010)**

Väliraportti 01/2010

### **Sisällys**

<b>1</b>	<b>Hankkeen tavoitteet .....</b>	<b>2</b>
<b>2</b>	<b>Tutkimusosapuolet ja yhteistyö .....</b>	<b>2</b>
<b>3</b>	<b>Tutkimuksen toteuttaminen .....</b>	<b>2</b>
<b>3.1</b>	<b>Tutustumis- ja opintokäynti Saksaan.....</b>	<b>2</b>
<b>3.2</b>	<b>Ruokaketjun lisäarvotekijöiden tunnistaminen: Ruokaketjun toimija- ja asiantuntijahaastattelut (N=19) .....</b>	<b>3</b>
<b>3.3</b>	<b>Sidosryhmäyhteistyö .....</b>	<b>4</b>
<b>3.4</b>	<b>Kirjallisuuselvitykset .....</b>	<b>4</b>
<b>3.5</b>	<b>Kuluttajaryhmäkeskustelut.....</b>	<b>5</b>
<b>3.6</b>	<b>Elintarvikeketjun toimijakysely.....</b>	<b>6</b>
<b>3.9</b>	<b>Nordic Values in the Food Sector –konferenssi 2009, Reykjavik .....</b>	<b>7</b>
<b>3.10</b>	<b>Kuluttajakyselyn suunnittelu .....</b>	<b>9</b>
<b>3.11</b>	<b>GlobalGAP – FinGAP -ideointi.....</b>	<b>9</b>

## **1 Hankkeen tavoitteet**

Hankkeen päätavoitteena on tunnistaa suomalaisen elintarvikeketjun vahvuudet ja konseptoida ne asiakaslähtöiseksi lisäarvoksi. Elintarvikeketjuun sisällytetään tässä rehu- ja lannoiteteollisuus, alkutuotanto, elintarviketeollisuus, elintarvikekauppa, julkiset ruokapalvelut sekä kuluttajat. Keskeinen tutkimuskysymys on, voidaanko elintarvikeketjussa rakentaa yhteinen sisältö ja yhteinen näkökulma toiminnan niille tekijöille, joilla on mahdollista luoda ketjussa lisäarvoa kansallisella tasolla ja viestiä niistä kuluttajalähtöisesti.

Tutkimushankkeen etenemisen myötä lisäarvotekijöiden keskiöön ovat nousseet vastuullisuuden eri ulottuvuudet, joiden nykytilaa ja liiketoiminnallista merkitystä selvitetään hankkeen aikana tarkemmin.

Alatavoitteet ovat:

- Selvittää kuluttajien, elintarvikeketjun toimijoiden, yrityksen, hallinnon ja tutkijoiden sekä muiden asiantuntijoiden käsityksiä ja näkemyksiä elintarvikeketjun toiminnasta sekä siihen liittyvistä vastuullisuuskysymyksistä ja näiden dokumentointimahdollisuuksista laatujärjestelmän konkreettisen sisällön rakentamiseksi
- Tuottaa vaihtoehtoja elintarvikeketjun lisäarvotekijöiden konseptoimiseksi, pilottina lihaketju
- Tuottaa valituille lisäarvotekijöille todennettavat kriteerit ja arvioida niiden kustannuksia

Suomalaisen elintarvikeketjun lisäarvotekijöiden määrittely ja kehittäminen on eräs keino koko elintarvikeketjun lisäarvon luomiseen ja kansallisen kilpailukyvyn ylläpitämiseen ja parantamiseen. Erityisesti ketjunäkökulman sisällyttämisellä järjestelmään voidaan saada aikaan lisäarvoa ketjun toimijoille ja kuluttajille sekä kansallista kilpailuetua.

## **2 Tutkimusosapuolet ja yhteistyö**

Hankkeen koordinoinnista ja toteuttamisesta vastaa MTT:n (Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskus). Hankkeessa keskeinen rooli on sidosryhmäyhteistyöllä alan toimijoiden, asiantuntijoiden ja sidosryhmien edustajien sekä tutkimuksen kanssa. Lisäksi hankkeessa hyödynnetään MTT:n laajapohjaista eri alojen asiantuntemusta.

Hankkeesta vastaa tutkimuspäällikkö Sari Forsman-Hugg, MTT Taloustutkimus.

## **3 Tutkimuksen toteuttaminen**

### **3.1 Tutustumis- ja opintokäynti Saksaan.**

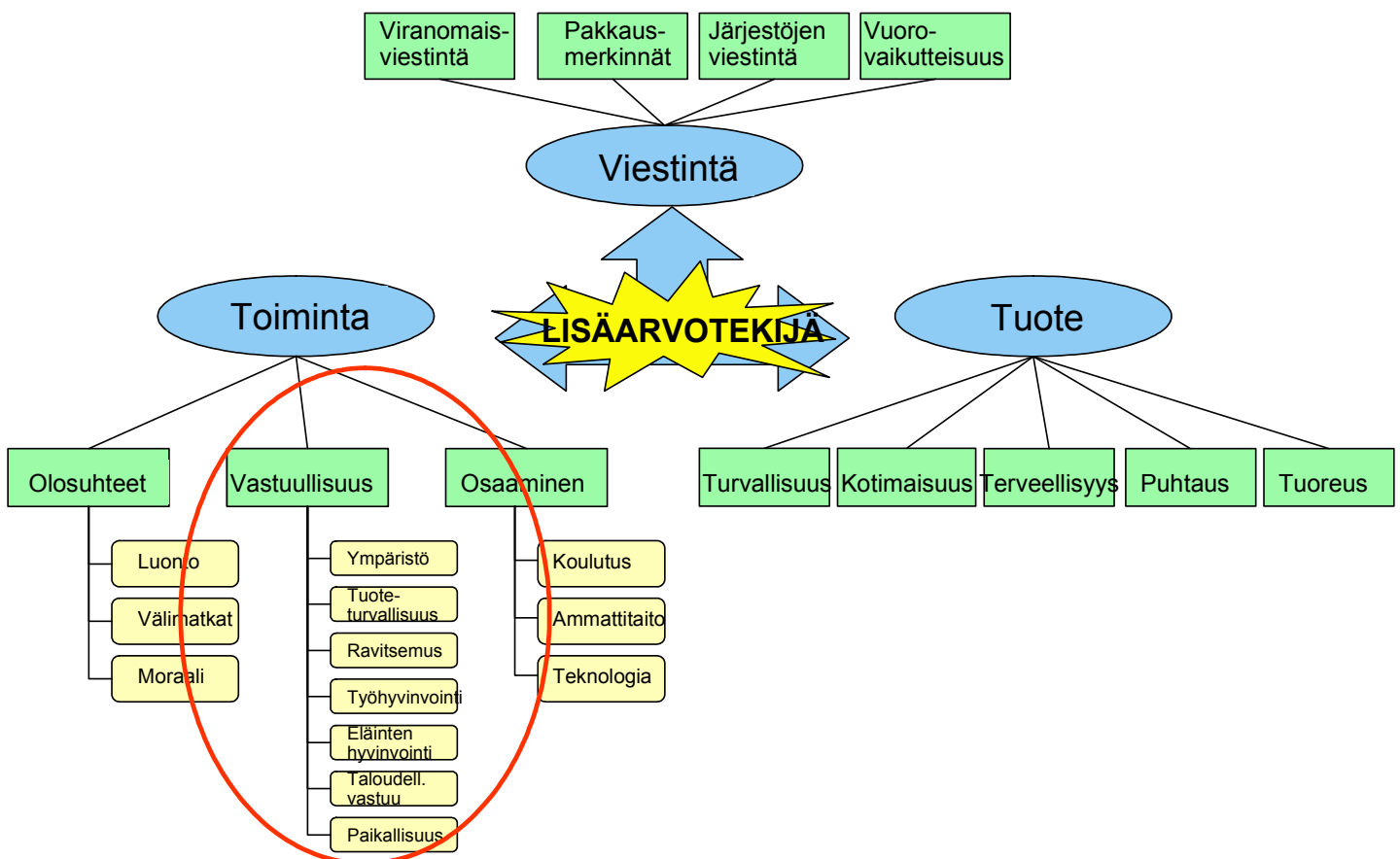
Matkan aikana toteutettiin yritysvierailut QS-laatujärjestelmän päätoimistolle Bonniin ja GlobalGAP:n päätoimistolle Kölniin.

### 3.2 Ruokaketjun lisäarvotekijöiden tunnistaminen: Ruokaketjun toimija- ja asiantuntijahaastattelut (N=19)

Vuoden 2009 aikana on haastateltu elintarvikeketjun päättäjiä, toimijoita ja asiantuntijoita kansallisen elintarvikeketjun nykytilan ja tulevaisuuden tarpeiden kartoittamiseksi. Tavoitteena on ollut selvittää heidän näkemyksiään siitä, mikä on kansallisen elintarvikeketjun laatutaso tällä hetkellä, mihin halutaan pyrkiä ja minkälaisia tulevaisuuden tarpeita koko ketjun kattavalla laadunvarmistuksella on. Lisäksi on selvitetty haastateltavien näkemyksiä siitä, mitkä tekijät tuottavat lisäarvoa elintarvikeketjulle, mitkä ovat kansallisen elintarvikeketjun toiminnan vahvuudet ja heikkoudet ja miten heikkoudet käännetään muutosvoimiksi. Haastatteluja on tehty yhteensä 19 kappaletta.

Haastatteluaineistojen perusteella suomalaisen elintarvikeketjun laatutason määrittely on haasteellista. Laatu mielletään usein lopputuotteen ominaisuuksiin liittyviksi tekijöiksi, jolloin tuotteen laadun muodostamiseksi oleellisen toiminnan laatuun liittyvät tekijät jäävät käsitteen ulkopuolelle. Suomalaiseen elintarvikkeeseen liitettävät laatuksitykset ovat ristiriitaisia. Suomalaisia elintarvikkeita pidetään toisaalta laadukkaina, toisaalta niiden ei nähdä sisältävän erityisiä kansallisia laatuominaisuuksia verrattuna esimerkiksi muiden EU-maiden tuottamiin elintarvikkeisiin.

Sitä vastoin näkemykset suomalaisen elintarvikkeen tuotantotapojen vahvuustekijöistä ovat yhtenäisemmät ja vastaajien mielestä kiistattomammat. Haastatteluilla saatu aineisto on jäsennetty alla olevaan, suomalaisen elintarvikeketjun lisäarvotekijöitä kokoavaan kuvaan 1.



Kuva 1. Suomalaisen elintarvikeketjun lisäarvotekijöitä

Haastatteluaineiston analysoinnin perusteella elintarvikeketjun kansalliset lisäarvotekijät voidaan jäsentää kolmeen tekijään: toimintaan, tuotteeseen ja viestintään. Lisäarvoa tuottavan toiminnan eri osatekijöiden keskiöön nousi vastuullisuus ja sen eri ulottuvuudet, joiden seurauksena Suomessa tuotetaan turvallisia, terveellisiä ja puhtaita elintarvikkeita. Elintarvikeketjun toimintaan ja tuotteisiin liittyvän viestinnän vahvuustekijöitä haastatteluaineiston mukaan ovat kuluttajille ja ketjun toimijoille suunnattu viranomais- ja järjestöviestintä, elintarvikkeiden pakkausten kautta toteutettu tuoteviestintä sekä vuorovaikutteisuus niin ketjun toimijoiden, toimijoiden ja kuluttajien välillä kuin ketjun ja viranomaisten välilläkin. Vaikka mainittuja tekijöitä pidettiin vahvuuksina, sisältyi niihin myös kehittämistarpeita. Eryyisenä kehittämiskohteena nähtiin tämän hetkisten vahvuuksien ja ketjun varrella tapahtuvien hyvien toimintamenettelyjen selkeä esiintuominen kuluttajille.

Osan vastaajista olivat sitä mieltä, että kansallisten lisäarvotekijöiden esiintuominen on suomalaisen elintarvikkeen turvallisuuden ja kilpailukyvyn kannalta välttämättömänä. Kansainvälisten ja kansallisten laadunvarmistusjärjestelmien ja siitä viestittävien merkkien lisääntyessä Euroopassa ja maailmanlaajuisesti suomalaisen järjestelmän puutetta pidettiin heikkoutena. Jäljitettävyyden ja ketjun läpinäkyvyyden kehittäminen nähtiin tärkeänä tuoteturvallisuuden varmistamiseksi myös tulevaisuudessa. Lisäksi yhteiskuntavastuullisuuteen liittyvien toimintojen merkitys voimistuu vastaajien mielestä liiketoiminnan suunnitteluun vaikuttavana tekijänä entisestään. Useiden vastaajien mielestä kuluttajien valmiutta maksaa kotimaisista elintarvikkeista ulkomaisia korkeampaa hintaa voidaan vahvistaa tuomalla esille sen tuottamiseen liittyvät kansalliset, lakisääteisen tason ylittävät vahvuustekijät.

### **3.3 Sidosryhmäyhteistyö**

Selvitystyötä kansallisten laadunvarmistustarpeiden kartoittamiseksi sekä sisällön hahmottamiseksi on tehty ruokaketjun eri tahojen kanssa käydyissä keskusteluissa ja tapaamisissa. Elintarvikeketjun kansallisen laatujärjestelmän tahtotilan selvittämiseksi järjestettiin keskustelutilaisuus elintarviketeollisuuden, alkutuotannon ja vähittäiskaupan johdolle ja vaikuttajille. Kaupan näkökulmaa sekä teollisuuden, kaupan ja asiakkaan rajapintaa on tarkastelu muun muassa kaupan työryhmän tapaamisissa.

### **3.4 Kirjallisuusselvitykset**

#### Kuluttajien suhtautuminen laatumerkkeihin:

Hankkeen ensimmäisessä vaiheessa koottiin kansainvälisistä tutkimuksista kirjallisuusselvitys kuluttajien suhtautumisesta elintarvikkeiden laatujärjestelmiin ja –merkkeihin sekä erilaisten laatumerkkien viestien merkityksestä ja luotettavuudesta. Lähtökohta Euroopassa laatujärjestelmien kehittämiseen on ollut monissa tapauksissa ruokaskandaalien takia menetetty kuluttajien luottamuksen palauttaminen. Mm. Iso-Britanniassa on selvästi onnistuttu laatujärjestelmin ja –merkein palauttamaan kuluttajien lihatuotteisiin kohdistuva luottamus, sillä suurin osa kuluttajista ostaa mieluiten merkillä varustettua lihaa. Laatumerkkien tunnettuus onkin selvästi korkeinta Iso-Britanniassa.

Kuluttajat ympäri Euroopan tuntuvat hyväksyvän laatujärjestelmät ja myöntävät ne tarpeellisiksi, mutta eivät välttämättä osta merkillä varustettuja tuotteita tai tiedä kovin paljon niiden viestimästä informaatiosta. Todelliset ostoprosentit vaihtelivat maiden välillä riippuen laatujärjestelmästä ja tuoteryhmästä. Suurimmat prosenttiluvut kohdistuvat tuorelihatuotteisiin Iso-Britanniassa, jossa kuluttajat suosivat merkeillä varustettua lihaa eläinten hyvinvoinnista ja elintarvikkeiden turvallisuudesta kiinnostuneisuuden vuoksi. Lisäksi Britanniassa kuluttajat halusivat

tulevaisuudessa ostaa mieluummin kansallisella laatumerkillä, joka kattaa koko lihaketjun, kuin pienemmällä vähittäiskaupan omalla merkillä varustettua lihaa. Merkittävin ongelma ja haaste koskien laatujärjestelmiä ja – merkkejä oli kuluttajien matala tiedon taso. Vaikka merkki tunnistettaisiin, ei useinkaan tiedetä, mitä se pitää sisällään ja millainen on sen taustalla oleva kriteeristö.

#### Laatujärjestelmän tuoma lisäarvo elintarvikeketjun toimijoille

Uusimpien kansainvälisten tutkimusten mukaan laatujärjestelmien suurin hyöty elintarvikekaupan ja –teollisuuden näkökulmasta on niiden kyky ylläpitää ja parantaa yrityksen mainetta mm. parantamalla elintarvikeketjun läpinäkyvyyttä, sekä vahvistaa kuluttajien luottamusta ruoan turvallisuuteen. Mikäli järjestelmien sisältö vastaa kuluttajien käsityksiä laadusta, voi järjestelmästä olla elintarviketeollisuudelle hyötyä tavoiteltaessa uusia markkinoita sekä ylläpidettäessä nykyisiä markkinaosuuksia. Elintarviketeollisuuden näkökulmasta järjestelmien tuoma lisäarvo konkretisoituu niiden mahdollisuudessa toimia differoinnin ja positioinnin välineinä. Lisäksi tutkimuksissa nousi esiin järjestelmien elintarvikkeiden ja raaka-aineiden vientiin liittyvä hyöty, minkä tunnetut kansainväliset järjestelmät kuten GlobalGAP mahdollistavat.

Maaillan johtavat vähittäiskaupat odottavat elintarvikkeiden laatujärjestelmien tulevaisuudessa vain tiukkenevan sisältäen enemmän vaatimuksia tuotteiden tuotantoprosesseista, ympäristövaikutuksista sekä sosiaalisesta vastuusta ja jopa tuotteiden terveellisyydestä. Lisäksi vapaaehtoisista järjestelmistä odotetaan tulevan käytännössä pakollisia.

#### Food Label tutkimus: Pohjoismaisten kuluttajien suhtautuminen elintarvikemerkintöihin

Tutkimus toteutettiin 2006-2007 Ruotsin Elintarvikeviraston (National Food Administration) sekä muiden pohjoismaiden aloitteesta, tavoitteena kerätä ajantasaista tietoa pohjoismaisten kuluttajien suhtautumisesta ruokapakkauksista saatavaan informaatioon sekä tiedontarpeeseen. Tutkimuksessa olivat mukana kaikki pohjoismaat.

Tulokset ruokapakkausten kautta halutulla informaatiolla vaihteli maittain hieman. Kaikki maat Tanskaa lukuun ottamatta pitivät valmistusaineiden ilmoittamista tärkeimpänä asiana. Tekstin korvaaviin mahdollisiin uusiin symboleihin tai kuviin suhtauduttiin skeptisesti.

Suomalaiset kuluttajille tärkein informaatio oli pakkausetiketeistä luettava ainesosaluettelo. Pakkauksen sisältämän muun informaation tärkeysjärjestys oli ravintosisältö, parasta ennen –päiväys, alkuperämaa, hinta ja hinta/kilo, Suomi-alkuperämerkintä, eettinen tieto (ympäristö, eläinten hyvinvointi ja ihmisoikeudet) sekä tuotteen paino.

Ruuan alkuperämaan ilmoittaminen oli suomalaisille kuluttajille tärkeää erityisesti raaka- ja tuoretuotteiden osalta (esim. tuore liha, lihatuotteet, tuoreet marjat, hedelmät ja vihannekset). Mm. leivonnaisissa olevien marjojen tai hedelmien alkuperän ilmoittamista pidettiin vähemmän tärkeänä.

### **3.5 Kuluttajaryhmäkeskustelut**

Kesäkuussa 2008 MTT järjesti neljä täsmäryhmähaastattelua kuluttajille, ja niihin osallistui yhteensä 37 henkilöä. Jokaiseen ryhmään kutsuttiin 10 henkilöä ja yhteensä kaikkiin neljään ryhmään 40 henkilöä. Kuluttajaryhmistä kaksi oli alle 40-vuotiaat ja kaksi 40-vuotiaat ja yli keskustelijoita. Keskustelijoille esitettiin kysymyksiä seuraavista teemoista: 1) suomalainen ruoantuotanto, 2) elintarvikeketjun toimintaan ja toimijoihin liittyvät tiedot ja tiedonkulku sekä 3) elintarvikkeisiin liittyvät tiedot ja tiedonkulku.

Ryhmähaastattelujen tavoitteena oli selvittää kuluttajien käsityksiä ja näkemyksiä suomalaisen elintarvikeketjun toiminnasta ja laatuystävällisyydestä sekä niihin liittyvistä vastuullisuuskysymyksistä. Mitä tietoja kuluttaja sisällyttää elintarvikkeiden laatuun valintojensa perustaksi ja kenen antamaan tietoon kuluttaja luottaa? Minkälaisia kuluttajille tärkeitä lisäarvotekijöitä on tunnistettavissa suomalaisesta elintarvikeketjusta?

Suomalaisesta elintarvikeketjusta on tunnistettavissa kuluttajille tärkeitä lisäarvotekijöitä, joista osa todennetun tiedon puutteesta johtuen perustuu mielikuviin. Vahvin lisäarvotekijä tutkimukseen osallistuneiden keskustelijoiden mukaan oli suomalaisen ruoantuotannon puhtaus. Toinen keskeinen esille noussut tekijä on turvallisuus, mikä sisältää myös luotettavuuden. Mielikuvaa turvallisuudesta lisää tieto ketjun valvonnasta aina maitotilalta kaupan kylmäkalusteiden lämpötilaan asti.

Kuluttajien valveutuneisuudesta kertoo myös heidän kasvavat tiedon tarpeensa. Elintarvikeketju ja sen toiminta kiinnostaa kuluttajia. Yli puolet tutkimukseen osallistuneista olikin sitä mieltä, että suomalainen elintarvikeketju ei ole riittävän avoin ja läpinäkyvä kuluttajalle. Etenkin nuoret miehet olivat kiinnostuneita ruuan ympäristövaikutuksista sekä ihmisten ja eläinten hyvinvoinnista jopa siinä määrin että siitä oltaisiin valmiita maksamaan. Kotimaisuus oli edelleen molemmissa ikäryhmissä tärkeä ostokriteeri. Useat olivat kuitenkin valmiita tinkimään tuotteen kotimaisuudesta elintarvikehintojen noustessa.

Monet yli 40-vuotiaat tutkimukseen osallistuneet pelkäsivät ketjun laatu- ja turvallisuusjärjestelmän nostavan jo ennestään korkeaksi kivunneita elintarvikehintoja. Pohdintaa herätti myös lainsäädännön tiukkuuden suhde vapaaehtoiseen laatu- ja turvallisuusjärjestelmään. Todettiin, että lainsäädännön tulisi olla automaattisesti niin aukoton, että kuluttaja ei joudu kyseenalaistamaan nykyistä ruoantuotannon eettisyyttä. Merkittävän huomion sai myös laatu- ja turvallisuusjärjestelmän sisällön uskottava todentaminen. Mikäli sitä ei ole uskottavasti todennettu, ei sen puitteissa tuotetuista elintarvikkeista olla myöskään valmiita maksamaan lisähintaa. Tutkimuksen tuloksissa korostuikin elintarvikkeiden laatu- ja turvallisuusjärjestelmän sisällön todentamisen merkitys ja sen sisällön viestiminen kuluttajille.

### **3.6 Elintarvikeketjun toimijakysely**

Kesä-heinäkuussa 2009 toteutettiin elintarvikeketjun toimijoille suunnattu verkkopohjainen kysely, jonka avulla selvitettiin suomalaisen elintarvikeketjun toiminnan jo olemassa olevia lisäarvotekijöitä ja kehittämismahdollisuuksia sekä vastaajien näkemys niiden merkityksestä edustamansa yrityksen liiketoiminnalle tulevaisuudessa. Kyselyssä selvitettiin lisäksi mielikuvia laatu- ja turvallisuusjärjestelmän käyttöönoton seurauksista suomalaisen elintarvikeketjun toimintaan sekä vastaajien näkemys lisäarvotekijöiden kuluttajille kohdistettavista eri viestintäkeinoista.

Kyselyyn vastasi yhteensä 559 ruokaketjun toimijaa eri puolilta Suomea edustaen yritysten (rehu- tai lannoiteteollisuus, maatilayritys, elintarviketeollisuus ja kauppa) eri toimintojen johtotehtäviä. Vastanneista 339 oli maatilayritysten edustajia.

Suomalaisen ruokaketjun tulisi vastaajien mielestä olla erityisen ylpeä puhtaudesta, turvallisuudesta ja suomalaisuudesta. Muita kuluttajille viestittäviä lisäarvotekijöitä olivat paikallisuus, taloudellinen vastuullisuus, eläinten hyvinvointi ja ympäristövastuullisuus.

Elintarvikeketjun toiminnan nykytilaa ja tulevaisuuden liiketoimintaan vaikuttavia tekijöitä kartoittaneiden kysymysten mukaan tärkeimpinä kehittämiskohteina vastaajat näkivät elintarvikkeiden hinnanmuodostuksen avaamisen kuluttajille, Suomessa tuotettujen elintarvikkeiden

hintakilpailukyvyyn sekä kustannustehokkuuden parantamisen ja toimialan arvostuksen kohottamisen.

Kuluttajien luottamus suomalaisiin elintarvikkeisiin arvioitiin hyväksi ja sen liiketoiminnallinen merkitys uskottiin erittäin tärkeäksi tulevaisuudessa. Suomalaisen elintarviketuotannon nykytila arvioitiin vastuulliseksi. Toiminnan vastuullisuudella uskottiin olevan suuri liiketoiminnallinen merkitys myös tulevaisuudessa.

Vastaajien näkemyksen mukaan kuluttajien kiinnostus tuotantoeläinten kohtelua ja ruuan ympäristövaikutuksia kohtaan tulee voimistumaan seuraavan kymmenen vuoden aikana. Toimijat, erityisesti kaupan edustajat uskovat myös lähellä tuotetun ruuan arvostuksen voimistumiseen sekä suomalaisista raaka-aineista valmistettujen elintarvikkeiden arvostuksen lisääntymiseen.

Hinnan merkityksen ostotilanteessa vastaajat uskovat pysyvän lähes ennallaan myös tulevaisuudessa. Toimijoiden näkemys kuluttajien maksuhalukkuudesta vastuullisesti tuotetuista elintarvikkeista jakautuu kahteen ryhmään; rehu- ja lannoiteteollisuuden sekä maatalouden edustajien näkemyksen mukaan maksuhalukkuudessa ei tapahdu muutoksia, kun taas kuluttajia lähempänä olevien elintarviketeollisuuden ja kaupan näkemyksen mukaan muutos siihen suuntaan on todennäköisempää.

Laatujärjestelmän käyttöönotolla voidaan vastaajien mielestä parantaa mm. osaamista, toiminnan vastuullisuutta, tuotekehitystä, ruokaketjun yhteistyötä, kuluttajien luottamusta ja riskienhallintaa, mutta samalla kasvavat kustannukset, päivittäisen työn määrä ja toiminnan joustamattomuus.

Eniten positiivisia seurauksia laatujärjestelmien käyttöönotosta näkevät kaupan edustajat.

Vastaajista 70 % oli sitä mieltä, että suomalainen elintarvikeketju on onnistunut hyvin erityisesti pakkausmerkintöjen suhteen, kun taas elintarvikeketjun toimintaa käsittelevään avoimeen viestintään kuluttajille oltiin tyytymättömiä. Kukaan vastaajista ei ollut sitä mieltä, että elintarviketuotantoon liittyvistä menettelytavoista puhuttaisiin nykyään liikaa.

### **3.9. Nordic Values in the Food Sector –konferenssi 2009, Reykjavik**

Konferenssissa pohdittiin muun muassa niitä lisäarvotekijöitä, joilla pohjoismainen ruoka erottu globaalissa kilpailussa. Pohjoismaissa on keskitytty viime vuosina elintarvikkeiden turvallisuuteen, kestävyys, puhtauteen, terveellisyys sekä jäljitettävyyteen. Lisäksi ruualla on kulttuurisia ja gastronomisia merkityksiä, joiden merkitys kuluttajien mielissä on vahvistunut viime vuosien aikana. Pohjoismaisella ruokaketjulla ja sen toimijoilla on kansainvälisesti hyvä maine. Pohjoismaita pidetään demokraattisina, toimintatapoja perusteellisina ja kansalaisia hyvinkoulutettuina. Pohjoismaista ruokaa pidetään hyvänä ja turvallisena. Kotimaisten tuotteiden hinta on Pohjoismaissa usein tuontiruokaa korkeampi, siksi kotimaisen ruuan lisäarvotekijät tulee olla tiedossa ja niistä tulisi informoida kuluttajia.

Konferenssissa käsiteltiin myös elintarviketalouden nykytilaa pohjoismaissa sekä pohjoismaisen ruuan tulevaisuuden mahdollisuuksia ja haasteita.

**Ruoka ja jäljitettävyyys:** Ruokaketjun eri toimija- ja sidosryhmätahoilla on jäljitettävyyden suhteen erilaiset vaatimukset: viranomaisten näkökulmasta kiinnostuksen kohteena on lakisääteisyys täyttyminen, tuottajilla/ostajilla jäljitettävyyys vaikuttaa hankintapäätöksiin, kuluttajat voivat haluta jäljitettävyystietoja tehdessään raaka-aine- tai elintarvikevalintoja. Kuluttajille jäljitettävyyys tarjoaa mahdollisuuden arvioida, onko tuote hänen mielestään laadukas vai ei. Jäljitettävyyys on opas tai keino jäljittää raaka-aine tai tuote. Se on myös tiedonlähde teollisuudelle, kuluttajille sekä

viranomaisille. Jäljitettävyyden tason määrittelyssä tulee ottaa huomioon sen tarkoituksenmukaisuus sekä taloudellisuus.

**Ruoka ja turvallisuus:** Kansainvälisen kaupan lisääntyminen, maatalouden teollistuminen, uudet teknologiat, ilmastonmuutos sekä antimikrobiresistenssin lisääntyminen asettavat uusia haasteita ruokaturvallisuustyölle. Pohjoismaissa ruokaturvallisuuteen tähtäävä työ ymmärretään koko ruokaketjun vastuulla olevaksi asiakksi. Pohjoismaiden tulee jatkossakin olla aktiivisia mukana sekä paikallisissa että kansainvälisissä, ruokaturvallisuutta kehittämissä organisaatioissa. Lähitulevaisuuden kohteena on kehittää rajoilla tapahtuvia elintarviketurvallisuustarkastuksia, mutta pidemmällä aikavälillä pohjoismaiden tulee olla mukana kehittämistyössä, jossa ruokaa vieviä, usein kehittyviä maita tuetaan varmistamaan ruokaturvallisuus itse. Puhtaan ruuan tuottamiselle tulisi olla taloudellisia kannustimia – näin ei tällä hetkellä välttämättä ole. Vaikka elintarviketurvallisuuden tasoa voidaan pitää Pohjoismaissa korkeana, sitä ei tule käyttää argumenttina liikaa, sillä kaiken kaupasta saatavan ruuan tulee olla lähtökohtaisesti turvallista. Kuluttajien väärinkäsitysten vähentämiseksi informointi ruoan turvallisuuden hyväksi tehdystä työstä on kuitenkin tärkeää.

**Ruoka ja terveys:** Pohjoismainen ruokavalio on kehittynyt viimeisten vuosikymmenten aikana parempaan suuntaan kasvien käytön lisääntymisen osalta, mutta lihan osuus on edelleen suuri. Hollantilaisen kuluttajatutkimuksen mukaan kuluttajat haluavat ravitsemustietoa, mutta eivät ymmärrä sitä. Kuluttajat muun muassa pitävät kasvinsuojeluaineita suurimpana terveysriskinä, vaikka ruokavalion sisällöllä on suurempi merkitys terveydelle. Kehityksen tulisi mennä kohti yksinkertaisempia, selkeämpiä pakkausmerkintöjä. Yksityisten terveellisyysmerkintöjen sijaan tulisi olla yksi, kaikkien toimijoiden käytössä oleva selkeämpi systeemi.

**Ruoka ja kuluttajat:** Kuluttajilla tulisi olla oikeus saada tietää tuotteen alkuperämaa. Tällä hetkellä kuluttajien käyttäytymiseen vaikuttavia trendejä ovat kokemuksellisuus, mukavuus, individualismi, terveellisyys ja ympäristö. Tärkeimmät tiedonlähteet, joita ostopäätöksiä tehdessäkin hyödynnetään, ovat internet ja perhe. Kuluttajien ostokäyttäytymisen ennustetaan polarisoituvan tulevaisuudessa entisestään. Kuluttajat ostavat tulevaisuudessa kalliimpaa ja halvempaa, omaperäisiä tuotteita ja tunnettuja brändejä, ruokaa, jolla on identiteetti sekä lähellä tuotettua ruokaa. Aika ja sen käyttö tulee entistä vahvemmaksi kulutuspäätöksiä ohjaavaksi tekijäksi.

**Ruoka ja kulttuuri:** Ruokaturismi (food tourism, food adventures) on kasvamassa. Kiinnostuneisuus omaa ruokakulttuuria kohtaan on nykyään suurempi kuin koskaan ennen. Nordic food on nousussa myös kulinaristisissa piireissä. Nordic food on herättänyt kiinnostusta myös ravitsemuksellisuutensa suhteen. Voisivatko pohjoismaiset ruokaspesialiteetit olla ”Pohjoismainen ruokavalio” –liikkeen perustana?

**Laatumerkit ja standardit:** WTO (World Trade Organization) on huolissaan yksityisten elintarviketurvallisuusstandardien yleistymisestä. Monet kehitysmaat väittävät, että yksityisistä standardeista on tullut kaupan este. Yksityisten standardien tarkoitus on erilaistaa tuote muista vastaavanlaisista tuotteista. Kuka yksityisissä standardeissa päättää, mikä on turvallista ruokaa ja mikä ei. Viranomaisten standardeissa ruuan turvallisuuden hyväksi tehtävät toiminnot on säädetty lailla. WTO tutkii tarkemmin yksityisten standardien sisältöjä ja vaatimuksia ja pohtii mahdollisesti tarvittavia toimenpiteitä, joilla vähentää niiden negatiivisia vaikutuksia. Suurimmat huolenaiheet yksityisten standardien osalta ovat:

- Markkinoille pääsy, kun vaatimukset ylittävät lainsäädännön tason
- Ostajat eivät tiedä, mikä standardissa on lakisääteistä, mikä ylittää sen
- Standardit ovat kehitysmaille kalliita

- Vaikutus pieniin ja keskikokoisiin maatilayrityksiin voi olla kohtuuttoman suuri
- Yksityiset standardit saattavat muuttua nopeasti. Toimijoilla ei ole paikkaa, mihin valittaa niistä.
- Standardien täyttymisestä ei saa lisähintaa

Lisäarvoa laatutyöstä –hanketta esiteltiin konferenssissa posterilla “Added Value Elements of the Finnish Food Chain – Can they be shared in the Nordic Food Sector?”

### **3.10 Kuluttajakyselyn suunnittelu**

Osana liha-alan pilotointia toteutetaan helmi-maaliskuussa 2010 kuluttajakysely liittyen kuluttajien tiedontarpeisiin, maksuhalukkuuteen, elintarvikeketjun laatuun, toimintatapaan, jäljitettävyyteen ja läpinäkyvyyteen erityisesti lihatuotteiden ja lihantuotantoketjun osalta. Kysely toteutetaan yhteistyössä Makeran rahoittaman ”Lihaketjun kokonaisvaltainen kilpailukyky muuttuvilla markkinoilla” –hankkeen (MTT:n ja KTK:n yhteishanke) kanssa. Kysely tehdään sähköisellä lomakkeella. Kohderyhmänä ovat suomalaiset kuluttajat ja tavoitteena on saada 1 200 vastausta.

### **3.11 GlobalGAP – FinGAP -ideointi**

Yhtenä ajatuksena suomalaisen ruoan koko ketjun kattavasta laatukonseptista on esitetty niin kutsutun FinGAP-konseptin rakentamista. Referenssinä ja lähtötasona voitaisiin käyttää kansainvälistä, laajasti tunnettua GlobalGAP-ohjeistoa, jonka päälle rakennettaisiin ja dokumentoitaisiin suomalaisen ruoantuotannon koko ketjun hyvät toimintatavat ja jossa lähtökohtaisesti tavoiteltaisiin GlobalGAP:ia korkeampaa toiminnan laadun tasoa.