



Lue myös
sivulta 2:

Laatunen

Elintarviketalouden
laatustrategian uutiskirje

Laatunen kertoo kuukausittain laatutyön ajankohtaiset asiat. Uutiskirje on kaikkien käytettävissä. Ota yhteyttä toimitukseen, kun haluat saada asiasi esiin. Jatka ketjua ja lähetä Laatunen eteenpäin!



• Puheenvuoro •

Laatujohtoryhmän puheenjohtaja Iikka Ruskan terveiset vuodelle 2006



Vuosi 2006 merkitsee monelle laatustrategian konkarille ajankohtaa, jolloin kaiken piti olla valmista. Alun perin ajateltiin, että koko maatalous on järjestelmällisesti laatutyön piirissä ja että tuotantopanos- ja elintarviketeollisuudella sekä kaupalla on kansainväliset laatustandardit täyttävät todennettavat ympäristönhallinta- ja laatujohtajien järjestelmät. Laatustrategiatyön alussa asetettuihin tavoitteisiin on kuitenkin vielä matkaa, ja työtä on edelleen tehtävä. Suunta on oikea.

Tällä hetkellä strategiatyön tärkeys ymmärretään koko ketjussa paremmin kuin koskaan aikaisemmin. Elintarvikeketjun laatutyön jatkamiselle on vahvaa poliittista tahtoa. Lähes kymmenvuotisen strategiatyön suurin saavutus on mielestäni ollut kansainvälisestikin ainutlaatuisen yhteistyön, jossa koko elintarvikeala toimii määrätietoisesti yhteisesti sovittujen päämäärien puolesta.

Viime vuonna käynnistyi laatujohtoryhmässä keskustelu strategian nykyisestä suunnasta, tavoitteista ja painopisteistä. Johtoryhmä linjasi tärkeimmiksi tavoitteiksi elintarviketalouden kilpailukyvyyn kehittämisen sekä yhteiskuntavastuullisen toimintatavan vahvistamisen.

Kilpailukyvyyn rakentamisessa on olennaista tiedostaa muutokset ja varautua niihin. Strategiatyö lisää tietoa vaihtoehtoisista tulevaisuuden näkymistä, uhista ja mahdollisuuksista sekä tukee toiminnan muutosherkkyttä. Tähän liittyen vuonna 2006 perehdytään toimintaympäristössä havaittaviin tai ennakoitaviin pitkän aikavälin muutoksiin sekä haasteelliseen kuluttajakäyttäytymisen muutosten ennustamiseen ja ymmärtämiseen. Vuoden aikana konkretisoidaan myös yhteiskuntavastuullista toimintaa, aloitetaan työ ensimmäisen koko ketjun ympäristöraportin aikaansaamiseksi ja tarkastellaan hyvien tuotantotapojen ohjeiden sisältöä sekä niiden toteutumista käytännössä. Elintarviketalouden laatujohtajien verkoston kehittämistä jatketaan juuri valmistuneen tavoiteohjelman tuella.

Kuluttajan luottamuksen voittaminen on elintärkeää. Jotta kuluttaja aidosti oivaltaa kotimaisuuden arvon ostopäätöksiä tehdessään, on elintarviketalouden toimijoiden oltava entistä lähempänä kuluttajaa.

Meillä on selkeä yhteinen visio hyvinvoivasta kotimaisesta elintarvikeketjusta ja tyytyväisestä kuluttajasta. Tämän vision toteuttamiseen on keinoja ja tahtoa. Tehkäämme yhdessä tästä EU-puheenjohtajuuskauteen huipentuvasta vuodesta kotimaisen laatuketjun vuosi. Työpanoksemme vaikuttaa strategian tavoitteiden toteutumiseen. Kuluttaja arvioi joka päivä työmme onnistumista omalla ostokäyttäytymisellään.

Iikka Ruska

Ylijohtaja

Maa- ja metsätalousministeriö

Parasta pöytään Grüne Wochella

Vuosittain Berliinissä järjestettävä Grüne Woche kuuluu maailman ruokatapahtumien eliittiin. Runsaan viikon aikana puolelle miljoonalle messuvieraalle tarjotaan ruokien ja juomien ohessa kulttuuriperinteitä, musiikkia, tanssia, puku- ja kukkaloistoa sekä maisemakuvia. Ajan henki on tehdä messuilla tuttavuutta, etsiä samanhenkisiä ystäviä ja vahvistaa maan imagoa halutulla tavalla.

Taloudellista puolta ei pidä unohtaa. Kaupalla elää ja voitolla rikastuu. Missä kansa käy, sinne lantti lankeaa - ja messuilla kansa käy. Taloudellista hyötyä pohdittaessa on hyvä muistaa messujen ja myyjäisten ero. Messuilla markkinoidaan ideoita ja pohjustetaan pitkäaikaisia asiakassuhteita, joista taloudellinen ja molemminpuolinen hyöty tulee viiveellä. Myyjäisissä myydään tuotteita tässä ja nyt -periaatteella ja raha tulee heti käyttöön, mutta liikesuhde saattaa kuitenkin jäädä kertaluontoiseksi.

Usein lasketaan kuinka kallista messuilla käynti on, muttei huomata laskea miten kallista on jäädä messuilta pois. Tapahtumiin tulee vuosittain uusia osallistujamaita uusien tuotteiden ja ideoiden. Jos on poissa silmistä, on pian myös poissa mielestä, ja vaarana saattaa olla, että maa jää ruokakulttuurinsa ja tuotteidensa kanssa yksin.

Ruoan mukana kulkee myös kulttuuri

Nykymenetelmillä tietoa suomalaisista ruoista ja ruokakulttuurista saadaan mainiosti levitettyä maailmalle internetin, tiedotusvälineiden ja kirjojen avulla. Silmänruoka leviää niinkin, mutta keittokirjan tai lehden sivua on ikävä nuolaista. Hyvästä mausta vakuuttuu parhaiten maistelemalla. Suomenkielellä emme pysty kaikkia herkkujamme markkinoimaan, mutta voimme messuilla pitää huolen siitä, että suomalainen ruoka ja ruokakulttuuri ovat konkreettisesti kaikkien kielillä. Tapahtumista kannattaa kuitenkin valita vain parhaat messuväsymyksen välttämiseksi.

Tänä vuonna Grüne Wochella oli mukana kymmenen urhoollista suomalaista pienyritystä yhteisosastolla tarjoten muun muassa marjatuotteita, hunajaa, hirven- ja poronlihaa sekä kalatuotteita. Mutta yksi näytteilleasettaja oli joukosta poissa - Suomen valtio.

Kuva: Saksan maa- ja metsätalousministeriön koko osasto oli rakennettu kesän 2006 jalkapallon MM-kilpailujen hengessä. Toteutus osui maaliin.



Teksti: Elina Nihtilä
Kuva: Pekka Väisänen

Laatustrategian työryhmien seuraavat kokoukset

- 25.1. tuotantotaparyöryhmä klo 13.00
- 2.2. koulutustyöryhmä klo 9.30
- 9.2. tietojärjestelmätyöryhmä klo 13.00
- 15.2. laatujohtoryhmä klo 14.00 **Hankehakemukset pyydetään toimittamaan kaksi viikkoa ennen kokousta**
- 1.3. viestintätyöryhmä klo 9.00
- 5.4. yhteistyöryhmä klo 13.00

» Lisätietoja työryhmistä: marja.innanen@mmm.fi

