

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!

**• Vieraalla maalla •****Britit sen tekivät - näkyvä laatuketju pelloilta kauppaan!**

Ruokaketjun maineenhallinta on kaikki kaikessa, ja avain kuluttajien luottamukseen. Brittejä on ravisteltu useilla suurilla ruokakatastrofeilla viime vuosikymmenten aikana. Skandaalit johtivat kuluttajien luottamuksen romahtamiseen sekä teollisuutta että viranomaisia kohtaan.

Britanniassa kauppa alkoi vaatia 1990-luvun lopussa varmistettua tietoa tuotantoketjuista, jonka seurauksena syntyi useita laatumerkkejä ja tuotantotapaohjeistoja. Vuonna 2000 nämä eri tuotantosuuntien ohjeet ja varmistusjärjestelmät koottiin yhden järjestelmän alle. Syntyi "Punainen traktori" -laatumerkki.

**Kuluttaja kohtaa luotettavan ketjun kaupassa**

Tänään Red Tractor -logolla merkittyjen tuotteiden arvo on yli viisi miljardia puntaa. Noin 80 000 maatilalla ja 350 jalostavalla yrityksellä on oikeus käyttää logoa. Kaikki suurimmat kaupaketjut tukevat järjestelmää ja järjestävät muun muassa suuria promootioita merkin tueksi.

Logoon oikeutettujen tuotteiden jäljitettävyyden huippuluokkaa. Esimerkiksi koko maitoketjussa noudatetaan Red Tractor -periaatteita, jolloin maidon ovat tuottaneet, prosessoineet ja pakanneet logon käyttöön auditoidut yritykset.

Jokaisella ketjun osalla on omat hyvän tuotannon ohjeensa, jotka ovat lakisääteisen tason ja kansallisten toimintatapojen yhdistelmiä. Logo ja varmistetut tuotantotavat ovat käytössä viljatuotteiden, hedelmien ja vihannesten, broilerin, naudanlihan, sianlihan, lampaanlihan sekä meijerialan tuotteissa. Myös cateringala on kiinnostunut järjestelmän mahdollisuuksista. Esimerkiksi MacDonald's käyttää järjestelmää, muttei vielä itse merkkiä. Red Tractor -merkki näkyy pakatussa ruuassa sulassa sovussa privat label- tai brändimerkin vieressä.

Kaikki ketjun osat tarkastetaan noin kerran vuodessa ulkopuolisen tarkastajan toimesta. Tarkastuksia tehdään yli 60 000 kappaletta vuodessa. Logon ja tarkastuksen hinta tuottajalle on noin 150-450 euroa vuodessa, pakkaajille ja prosessoijille kustannus on noin 900-1125 euroa. Järjestelmä pyörii valtion rahoituksen (750 000 €), logomaksujen, teollisuuden ja kaupan tuella.

**Kotimaisuus ei enää ole tärkeintä**

Briteistä 49 prosenttia tunnistaa Red Tractor -logon. Suuri enemmistö briteistä ei ole kiinnostunut esimerkiksi salmonellaohjelmista. He haluavat ainoastaan tietää, että ketjuyhteistyö toimii luotettavasti ja todennettavasti tuottaessaan turvallista ruokaa. Heille on tärkeää, että yhteisesti sovittuja standardeja noudatetaan ja että ruoka voidaan jäljittää tilalle asti. Britanniassa kotimaisuus on arvoasteikossa vasta viidennellä sijalla.

**Marja Innanen**

Laatustrategian koordinaattori  
Maa- ja metsätalousministeriö

## Miten laatu ketjut tuotteistetaan?

Yksi laatu strategian alkuperäisistä ajatuksista oli tehdä kotimaiset elintarvikeketjut ja niissä tehtävä työ helposti todennettavaksi ja näkyväksi. Meille on edelleen elintärkeää säilyttää kuluttajien luottamus kotimaisen elintarvikeketjun toimintaan, tuotteisiin ja palveluihin. Britit onnistuivat tekemään kaikki raaka-aineketjut läpinäkyviksi pakon sanelemina; meillä yhteisiin järjestelmiin ei vielä ole ollut tarvetta.

Tuotteeseen sidotun tiedon tarve kasvaa väistämättä tulevaisuudessa. Asiakkaat vaativat entistä enemmän tietoa tuotteen alkuperästä sekä tuotanto- ja valmistusvaiheista. Haasteena on tuotantoketjuja koskevan informaation välittäminen asiakkaille niin, että tiedot ovat luotettavia ja varmennettavissa. Miten näistä asioista kerrotaan kaupassa kuluttajille ja miten nämä asiat todentuvat tuotteissa? "Suomalaisista - siis maailman parasta"-ajatus ei enää pitkään vakuuta, tarvitsemme lauseeseen todennettavaa sisältöä. Yritykset, jotka käyttävät ulkomaista raaka-ainetta haluavat usein varmentaa tuotantoketjuna, asettaa niille tuotanto-, jäljitettävyyden ja laatu kriteerejä sekä kertoa kuluttajille, että tuote on tuotettu vastuullisesti. Miksi emme menettelisi samoin myös kotimaisen raaka-aineen osalta?

Toistaiseksi emme ole onnistuneet tuotteistamaan ja rahastamaan korkeatasoisilla ketjuillamme. Meillä on kuitenkin kaikki mahdollisuudet brändätä vastuullisesti tuotettu, jäljitettävä, huippu turvallinen ja maistuva "Suomi-ruoka".



### Ainekset yhteiseen laatu merkijärjestelmään kasassa

Puutarhatuotteiden Sirkkalehti-merkki (ja luomumerkit) on tällä hetkellä ainoa laatu merkki, jonka takaa löytyy tuotantovaiheet tarkasti määrittävä ohjeisto. Myös osa kananmunan tuotantoketjun tiedoista on kuluttajan helposti todennettavissa. Sirkkalehti-merkin sisältöä tarkennetaan parhaillaan ja siihen luodaan jo monissa maissa arkipäivää oleva auditointikäytäntö.

Joutsenlippumerkki mielletään usein laatu merkiksi, vaikka sen tarkoitus on kertoa raaka-aineen kotimaisuudesta alkuperästä ja siitä että tuote on valmistettu Suomessa. Laatu merkin kehitystyö maksaa valtavasti. Miksi emme siis rakentaisi jo olemassa olevasta Joutsenmerkistä laatu merkkiä? Laadukkaan kotimaisen raaka-aineen saanti ei kaikissa ketjuissa ole tulevaisuudessa enää itsestään selvää. Myös kotimaisuuden arvostus rapisee, mikäli ulkomaisiin trendeihin on uskomisen. Onko meillä silloin varaa pitää Joutsenlipun ehtoja näin yksipuolisina kuin ne nyt ovat? Voisiko ajatella, että Joutsenlippuun liitettäisiin sisällöksi laatu kriteerejä ja ajatus siitä, että hyöty tuotteen jalostuksesta on jäänyt Suomeen, vaikka raaka-aine ei olisikaan täysin kotimaista.

Ainekset kuluttajille asti näkyvään ketjuun ovat käsissämme. Hyvän tuotantotavan ohjeistukset on laadittu lähes kaikille tuotantosuunnille. Näiden ohjeiden mukaan tuotetaan muun muassa suurin osa suomalaisesta broilerista, maidosta ja sianlihasta. Ohjeita hieman petraamalla meillä olisi kriteerit, joita vastaan todentaa. Järjestelmä olisi luotava sellaiseksi, että sen kustannukset saataisiin takaisin markkinoilta tai tuotannon tehostumisesta ja että sitä voitaisiin tukea myös valtion toimesta. Itse en usko monen eri merkin mahdollisuuksiin; meillä pitäisi olla yksi kotimaisuudesta laadusta kertova merkki, jolla on sisältö ja joka on uskottava (=todennettava järjestelmä) ja kansainvälisesti vertailukelpoinen.

Laatu merkijärjestelmät suojaavat monesti kotimarkkinoita tuontituotteilta ja saattavat antaa edelläkävijöille kilpailuetua. Laatu merkijärjestelmään voidaan yhdistää kaikki ne asiat, jotka koetaan tarpeelliseksi markkinoiden ja asiakasviestinnän näkökulmasta. Vastuullisen liiketoiminnan tuotteistamiseen siirrytään maailmalla pikku hiljaa. Voimme olla tässä kehityksessä mukana, jos kokoamme voimamme, ja tahtoa löytyy erityisesti kaupasta ja teollisuudesta.

Keskustelu ruoan alkuperämerkien ja laatu tunnusten kehittämisestä on käynnistynyt eri tahoilla. Mieli kannattaa pitää avoimena, sillä asiakkaiden tiedonjano kasvaa hitaasti mutta varmasti. Tulevaisuuden kuluttaja- ja markkinasignaaleihin on varauduttava ajoissa eikä kehitystyötä ole syytä jättää viime tippaan, mikäli kansallinen kilpailuetu halutaan napata omaan taskuun. Teksti: Marja Inananen, Kuva: MMM

