



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!



## • Tutkittua tietoa •

### Suomalaiset selvillä elintarvikeketjun tekemästä yhteistyöstä

#### *Pelloilta pöytään -laatutyön koetaan vaikuttavan eniten ruoan laatuun, puhtauteen ja turvallisuuteen*

Kotimaisen elintarvikeketjun pelloilta pöytään -periaate on tuttu suomalaisille. Tutkimuksen mukaan lähes kaksi kolmesta vastaajasta on ainakin kuullut periaatteesta ja kokee suomalaisen elintarvikeketjun osien tekevän yhteistyötä laadukkaan ruoan puolesta.

Tiedot käyvät ilmi Taloustutkimus Oy:n Suomi Syö 2006 -tutkimuksen yhteydessä tehdystä Kotimainen elintarvikeketju -tutkimusosioista. Kirjekyselynä toteutettuun tutkimukseen vastasi kesän aikana 2867 15 - 79 -vuotiasta suomalaista.

Vastanneista 82 prosenttia oli samaa mieltä siitä, että kotimainen elintarvikeketju takaa ruoan laadun. Vastaajista 44 prosenttia oli väittämän kanssa täysin samaa mieltä. Enemmistölle vastanneista (83 %) myös kotimaisen työllisyyden tukeminen ruokaostosten kautta oli tärkeää.

Pelloilta pöytään ulottuvan elintarvikeketjun työn koettiin vaikuttavan vahvimmin ruoan laatuun, puhtauteen ja turvallisuuteen. Seuraavaksi eniten elintarvikeketjun työllä koettiin olevan vaikutusta ruoan makuu, terveellisyteen sekä kotimaiseen työllisyyteen. Sen sijaan elintarvikeketjun toiminta ja toiminnan vaikutus yhteiskuntavastuullisiin asioihin, kuten henkilöstön, kuluttajien, tuotantoeläinten ja ympäristön hyvinvointiin yhdistettiin harvemmin.

- Koko elintarvikeketjun yhteisenä tavoitteena on, että kuluttajat syövät suomalaista ruokaa ja luottavat kotimaisen elintarvikeketjun toimintaan. Kotimaisten elintarvikkeiden kilpailukykyä vahvistaaksemme meidän on edelleen lisättävä ihmisten tietoisuutta elintarvikeketjun kokonaisvaltaisesta laatutyöstä. Menestyäkseen ketjun on vastattava kriittisen kuluttajan tarpeisiin tuottamalla entistä parempia, laadukkaampia ja houkuttelevampia elintarvikkeita, toteaa ylijohtaja **Iikka Ruska**, laatujohtoryhmän puheenjohtaja maa- ja metsätalousministeriöstä.



Tutkimus osoitti, että asuinpaikalla ja iällä on merkitystä elintarvikeketjun pelloilta pöytään -periaatteen tunnettuudessa. Kaikkein parhaiten ketjun toiminnasta ovat selvillä yli 40-vuotiaat suomalaiset, jotka asuvat Suur-Helsingin alueen ulkopuolella.

Kokonaisuudessa naiset suhtautuivat hieman miehiä myönteisemmin siihen, että pelloilta pöytään -yhteistyö vaikuttaa parantavasti ruoan makuun, terveellisyteen, puhtauteen, laatuun, turvallisuuteen ja ympäristön hyvinvointiin.

## Katse kohti markkinointia

Norjalainen VOSS-vesi, ranskalaisen Fauchon herkut sekä belgialaiset Godiva-suklaakonvehdit ovat maailmanlaajuisesti tunnettuja. Kuuluisia nimiä yhdistävät huippulaatu ja erilainen, mutta äärimmäisen onnistunut markkinointi.

Suomessakin osataan. Kotimaisella elintarvikeketjulla on mitä markkinoida, eikä maine ole tässäkin tapauksessa substanssin korvike. Laatu on kohdallaan ja ketjulla täydet valmiudet vastata kuluttajien kasvaviin vaatimuksiin. Myös kysynnän halutaan kasvavan.

Kuluttajien huomiosta ja euroista kilpailtaessa elintarvikeketjusta sekä sen tuotteista on tehtävä entistäkin houkuttelevampia ja kerrottava niiden vahvuuksista kiinnostavasti ihmisille. Juuri valmistuneen Taloustutkimus Oy:n tekemän tutkimuksen mukaan vähiten ketjun toiminnasta ja toiminnan tuloksista tietävät tai välittävät 15 - 39 -vuotiaat kansalaiset. Markkinointityölle on siis tilaus.

Nyt tarvitaan innovatiivisuutta ja luovuutta. Kohderyhmien järkevä segmentointi, tuoreet ajatukset sekä ennakkoluulottomat ja rohkeat ratkaisut avittavat menestykseen - huomiota herättävästi ja päämäärätietoisesti.

Kaikki varmaan muistavat, miten kävi tansseissa tytölle, jolla oli villasukat jalassa. Aivan oikein. Hänelle ei käynyt mitenkään!

**Tervetuloa mukaan pohtimaan markkinoinnin uusia menestystarinoita!**



Ilmoittaudu ideoimaan: [elina.nihtila@mmm.fi](mailto:elina.nihtila@mmm.fi)

## Työryhmien kuulumisia

Laatujohtoryhmä päätti 23.9. pitämässään kokouksessa, että vuonna 2007 rahoitettaville hankkeille tulee yksi hakuaika, joka on tämän vuoden lopussa marras-joulukuussa. Hankkeiden valintakriteereistä ja painopisteistä tehdään erillinen hakujulistus. Valtiovarainministeriön vuoden 2007 talousarvioesityksessä laatustrategian toteuttamiseen on varattu 1,2 miljoonaa euroa.

Laatujohtoryhmä sekä koulutus- ja tuotantotaparyhmä ovat miettineet laatustrategian neljän kattotavoitteen pilkkomista pienempiin, mitattaviin tavoitteisiin. Syksyn aikana strategialle pyritään löytämään strategian seuranta parantavia mittareita.

## Laatustrategian tapahtumia

- 6.9. Kansallisen viljastrategian luovutus ministerille
- 13.9. Yhteistyöryhmän, johtoryhmän sekä muiden työryhmien puheenjohtajien tapaaminen Königstedtin kartanossa Vantaalla
- 11.9. Tietojärjestelmätyöryhmän kokous
- 19.9. Viestintätyöryhmän kokous
- 18.10. Laatujohtoryhmän kokous
- 26.-29.10. Ruoka 2006, Helsingin Ruokamessut, messukeskus
- 17.11. Visio ja uutispäivä, eduskunnan lisärakennuksen auditorio
- 5.12. Laatujohtoryhmän kokous

