

30.6.2008

Suomalaisen ruoan edistämishjelma

Tiivistelmä

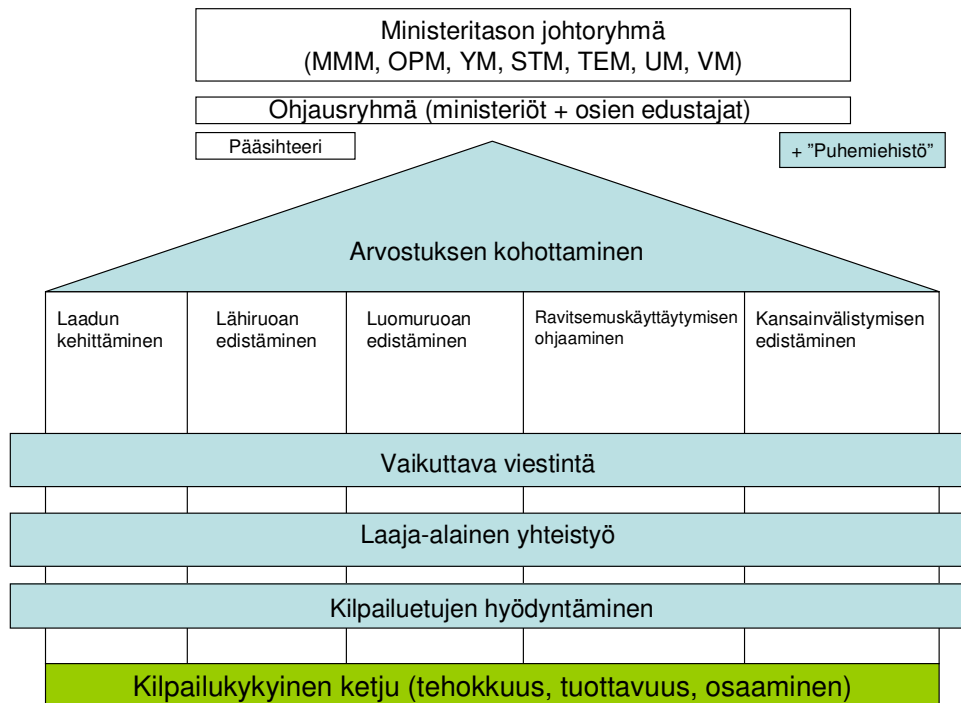
Suomalaisen ruoan edistämishjelma on hallituksen käynnistämä ohjelma, jonka toteuttavat maa- ja metsätalousministeriö, työ- ja elinkeinoministeriö, valtiovarainministeriö, opetusministeriö, ympäristöministeriö, sosiaali- ja terveysministeriö ja ulkoasiainministeriö sekä näiden hallinnonalojen ammattilaiset, elintarviketalouden toimijat ja edistämisisorganisaatiot. Maa- ja metsätalousministeriön vastuulla toteutettava ohjelma pyrkii ensisijaisesti kohottamaan **suomalaisen ruoan arvostusta**. Ohjelman pääkohderyhmänä ovat suomalaiset kuluttajat, ennen kaikkea lapset ja nuoret sekä päättäjät.

Ohjelmalla lisätään eri tahojen yhteistoimintaa suomalaisen ruoan arvostuksen kohottamiseksi. Erityisinä tavoitteina ovat lisäksi laadun kehittäminen sekä lähiruoan ja luomuruoan edistäminen, ravitsemuskäyttäytymisen ohjaaminen sekä suomalaisen elintarvikealan kansainvälistymisen lisääminen.

Ohjelmalla koordinoidaan nykyistä paremmin käytettävissä olevia resursseja sekä ruokaan liittyviä ohjelmia, selkeytetään toimijoiden rooleja sekä parannetaan tiedon kulkua eri ohjelmien ja toimijoiden välillä. Päämääränä on, että yhteistyön muodot jäävät elämään käytännössä ohjelman päättymisen jälkeen.

Vaikka ohjelma on nimeltään suomalaisen ruoan edistämishjelma, puhutaan siinä laajemmin ruokakulttuurista eli siitä mitä ja miten syödään. Ruoka nähdään ohjelmassa laajasti ymmärrettävänä hyvinvoinnin lähteenä. Hyvinvoinnilla tarkoitetaan paitsi ihmisen terveyttä, myös henkistä, taloudellista, sosiaalista sekä ympäristön hyvinvointia.

Suomalaisen ruoan edistämishjelma



Kuva1. Suomalaisen ruoan edistämishjelman organisointi ja ohjelman osa-alueet. Ohjelman kantavat keinot ovat vaikuttava viestintä, laaja-alainen yhteistyö sekä kilpailuetujen hyödyntäminen. Kilpailukykyinen elintarvikeketju luo perustan kaikille ohjelman osa-alueille.

1. Ohjelman tavoitteet

Ohjelman ensisijaisena tavoitteena on **suomalaisen¹ ruoan arvostuksen kohottaminen**. Tämän lisäksi ohjelman tavoitteena on lisätä eri tahojen yhteistoimintaa lähiruoan ja luomuruoan edistämiseksi, elintarvikealan kansainvälistymiseksi, ravitsemuskäyttäytymisen ohjaamiseksi sekä laadun kehittämiseksi. Nämä tavoitteet ovat myös ohjelman osa-alueet.

Ohjelman alatavoitteet ovat seurausta välttämättömistä ajattelutavan sekä toimintatapojen muutoksista. Muutosten tulee tapahtua sekä ruokaketjun ammattilaisten ja päättäjien sekä kuluttajien keskuudessa.

Muutokset ajattelutavassa ja toiminnassa globaalisti sekä Suomessa:

Ruoan sijasta tulisi puhua ruokakulttuurista²; ei vain siitä, mitä syödään vaan myös miten syödään. Ruokakulttuuri –käsite sisältää laajasti ottaen kaiken mikä liittyy ruokaan. Suomalaista ruokakeskustelua on hallinnut tekninen ajattelutapa, syöminen on nähty lähinnä ”tankkauksena”. Näkökulmaa tulee laajentaa ja tuoda syömistapahtumaan ruokaan liittyvät muut ulottuvuudet, kuten mielihyvä, nautinto, ilo, yhteisöllisyys ja hyvinvointi. Laaja-alainen ruokakulttuuri, joka sisältää juomakulttuurin, on myös sektorin kaupallista kehittymistä edistävä tekijä.

Suomalaiset, varsinkin lapset ja nuoret, eivät tunne ruoan tuotantoa, elintarvikkeisiin käytettäviä raaka-aineita ja elintarvikeketjussa tehtävää työtä. Arvostuksen lisäämiseksi suomalaisten tulee tutustua ruokaan ja ruokaketjuun uudelleen. Arvostuksen nostamiseksi tarvitaan elämyksellisyyttä, ihmisten osallistamista ja asioiden omaksumista tekemisen kautta.

Todelliset suomalaisen ruoan ja elintarvikeketjun vahvuudet tulee tunnistaa ja todentaa, ja niitä tulee vahvistaa ja nähdä ne kilpailuetuina. Vastakkainasettelun sijaan on tuotava esille yhteisiä ja yhdistäviä kilpailuetuja. Tämä tarkoittaa esim. että terveellinen ruoka voi olla samalla maukasta, itse tehty mutta myös valmiiksi tehty ruoka on hyvää, ruoasta voidaan nauttia kotona ja ravintolassa, perinteet ja innovaatiot voivat olla samassa tuotteessa.

Ruokailu/ruoka nähdään liian usein vain välttämättömäksi kuluksi. Hinta on monelle kuluttajalle ja päättäjälle keskeisin päätöksenteon kriteeri. Ruoan moninaisia merkityksiä (yhteiskunnallisia, kansantaloudellisia, kansanterveydellisiä, sosiaalisia, ympäristöllisiä) ja arvoja voi olla vaikea hahmottaa arkielämässä. Lyhytnäköisen hinnan tarkastelun sijaan kaivataan kuitenkin pitkänäköisyyttä ja ruoan sekä ruokaketjun tarkastelua kestäväen kehityksen näkökulmasta. Ruoan arvostuksesta seuraa halukkuus myös maksaa laadukkaasta ruuasta.

Toiminnan lähtökohtana tulee olla tulevaisuuden signaalit, trendit, kuluttajan arki sekä eri kohderyhmien ja kohdemaidenkin tarpeet.

Keskeisenä muutoksena maailmanlaajuisesti on havaittavissa kuluttajien kasvava kiinnostus ympäristöasioihin ja erilaisiin eettisiin kysymyksiin myös ruokaan ja sen tuottamiseen liittyen. Tämä kuluttajien joukko kasvaa nopeasti.

Maailman väestön kasvu, kulutustottumusten muutokset erityisesti Aasiassa, aavikoitumisen aiheuttaman ruoan tuottoon sopivan viljelymaan vähentyminen, viljelymaiden käyttö biopolttoaineen tuottoon ja puhtaiden makean veden varojen supistuminen ovat aiheuttaneet maailmanlaajuisia ruokapulaa. Ruoka on

¹ Suomalaista ruokaa on ensisijaisesti kokonaan tai pääasiassa suomalaisesta raaka-aineesta Suomessa valmistettu ruoka

² Ruoka on ikkuna kulttuuriin. Latinan sana *cultura* on alun perin merkinnyt maanviljelyä eli ihmisen siirtymistä keräilytaloudesta pysyvämpään elämänmuotoon. Myöhemmin sanaan on liitetty myös henkinen ulottuvuus. Kulttuuri on siis ihmiskunnan saavutusten kokonaisuus kaikkine ilmiöineen, myös aterioineen. Suomalainen ruokakulttuuri kiinnittyy suomalaiseen luontoon, yhteiskuntaan, historiaan, identiteettiin ja kulttuuriin. Ruokakulttuurin käsite pitää sisällään mitä ja miten syödään sekä koko elintarviketalouden ja sitä tukevat toimijat. Suomalainen ruokakulttuuri kuvataan Finfoodin syksyllä hankkeessa.

kallistunut globaalisti erityisesti Aasian kysynnän kasvun ja energian hinnan nousun takia. Ruoan hinnan nousua arvellaan pysyväksi ilmiöksi.

Jotta ruoan arvostus kuluttajien mielissä nousisi, tarvitaan muutosta ensin toimijoiden eli ketjun eri osien ja ammattilaisten ja päättäjien ajattelussa ja toiminnassa.

Ohjelman alatavoitteet ja keskeisimmät muutoskohteet ovat:

- Teknisestä ruoan arvioinnista monipuoliseen ruokakulttuurin edistämiseen, näkökulmana hyvä arki
- Vastakkainasettelusta todellisten, koko ketjun kilpailuetujen vahvistamiseen yhteistyössä, näkökulmana tulevaisuus
- Hinnan tarkastelusta ruoan moninaisten arvojen ymmärtämiseen, näkökulmana kestävät ja vastuulliset valinnat

2. Ohjelman kohderyhmät

Ohjelman **alkuvaiheessa keskitytään alan toimijoihin ja päättäjiin**, jotta tarvittavat yhteistoimintamallit pystytään luomaan. Keskeisimmät päättäjät, joihin ohjelmalla halutaan vaikuttaa, ovat julkisista ruokapalveluista päättävät tahot. Suomalaisen ruoan arvostuksen nostamiseksi tarvitaan alalla toimivilta nykyistä vahvempaa otetta ja toisiinsa nivoutuvia toimintasuunnitelmia. Näin saadaan samoilla resursseilla lisää vaikuttavuutta.

Kuluttajista tärkeimmät kohderyhmät ovat **kasvavat lapset, nuoret ja nuoret perheet**. Vain heihin vaikuttamalla voidaan vaikuttaa ruoan asemaan tulevaisuudessa. Vaikuttamiskanavana ovat perheiden lisäksi neuvolat, päiväkodit ja koulut. Opetus- ja terveydenhuollon ammattilaiset ovat tärkeässä asemassa. Viestinnän keskeisiä toteuttajia ovat alan vaikuttajat, jotka toimivat sekä median että sidosryhmiensä kautta.

3. Ohjelman kantavat keinot

Työ tulee aloittaa olemassa olevien vahvuuksien tunnistamisesta ja hyödyntämisestä sekä niiden jatkuvasta kehittämisestä.

Ruoan arvostus kumpuaa ruokakulttuurista. Ruokakulttuuri ei voi olla erillään muista kulttuurin ulottuvuuksista. Tämä merkitsee, että on verkostoiduttava laaja-alaisesti ja toimittava uusilla alueilla. Ruokakulttuuri omaksutaan omakohtaisesti kokemalla ja kosketuksessa ruokaketjuun ja ruoan valmistukseen, erityisesti arjessa. Ruokakasvatuksen muutoksiin tarvitaan yhteistyön tuomaa voimaa ja hyvää viestintää.

3.1. kilpailuetujen tunnistaminen ja hyödyntäminen

Suomalaisen ruoan kilpailuedut tulee tunnistaa, konseptoida ja tuotteistaa. Kilpailuetuja hyödynnetään laaja-alaisella yhteistyöllä ja vaikuttavalla viestinnällä.

3.2. laaja-alainen yhteistyö

Yhteistyön tulee kattaa koko toimijaketju ja kaikki hallinnonalat. Verkostoituminen ja monialainen yhteistyö vaatii myös uusia yhteistyökumppaneita. Avoin vuorovaikutus, kokemusten jakaminen ja suunnitelmien synkronointi ovat yhteistyön tukipilareita. Toimijoiden rooleista ja vastuista sopiminen edesauttaa yhteistyötä.

3.3. vaikuttava viestintä

Vaikuttavaa viestintää tarvitaan, jotta Suomi profiloituu halutunlaiseksi ruokamaaksi niin suomalaisten mielissä kuin maailmallakin. Yhteisesti sovitut asiat tuodaan viestinnällä johdonmukaisesti esille. Todelliset merkitykset ja hyödyt kerrotaan erilaisin keinoin eri kohderyhmille. Tarvitaan elämyksellistä, yllätyksellistä

ja rohkeaa viestintää. Ruoalla tulee olla vahva asema ”Suomi-tarinassa” eli viestittäessä Suomesta sekä kotimaassa että maailmalla.

4. Ohjelman osa-alueet

Ohjelman osa-alueiden toteuttaminen tarkentuu myöhemmin tehtävässä toimintasuunnitelmassa, jossa määritellään tarkemmin kunkin osa-alueen tavoitteet, mittarit, toimenpiteet, vastuutahot ja aikataulut.

4.1 Päätaavoite: Arvostuksen kohottaminen

Suomalaisen ruoan arvostus

Suomalaisen perusruoan arvostuksen kohottaminen on ohjelman tärkein elementti, joka toisaalta on edellytys ja toisaalta mahdollistaja muiden tavoitteiden saavuttamiseksi. Suomalaisten arvostaessa omaa ruokaansa, he valitsevat ja syövät suomalaista ruokaa. Näin Suomessa säilyy ruoan tuotanto, elämä maaseudulla, ruokaketjun merkitys työllistäjänä sekä muut taloudelliset ja alueelliset vaikutukset, jopa huoltovarmuus. Arvostus sanelee sen, minkälaista ruokaa syömmekö, ymmärrämmekö sen merkityksen terveyteemme tai olemmeko kiinnostuneita ruoan alkuperästä ja reitistä. Ylpeys omasta ruoasta, ruokakulttuurista ja raaka-aineista on myös onnistuneen viennin edellytys.

Jotta arvostus syntyisi, tulee mielenkiinto ruokaa kohtaan herättää. Mielenkiinto herätetään tuomalla ruokaketju lähelle kuluttajaa, näyttämällä miten ja missä ja kuka ruoan on tehnyt, antamalla ruoan tekijöille kasvot. Mielenkiinto saadaan heräämään ennen kaikkea kotien arjessa sekä myös mm. päiväkodeissa ja kouluissa tehtävällä ruokakasvatuksella, joka on jokaisen aikuisen vastuulla. Ruokatiedot ja –taidot tulee sisällyttää entistä vahvemmin opetussuunnitelmiin ja osaksi oppiaineita. Käsillä tekeminen, itse kokeminen ja tunne oman työn merkityksestä saavat aikaan kiinnostuksen heräämisen. Kiinnostus ruokaan herää varhaislapsuudessa ja jatkuu vahvana koko lapsuusajan. Useat murrosikään mennessä saavutetut tavat ja tottumukset säilyvät läpi elämän. Ruoka on jokaisen ihmisen perustarve ja siihen liittyvä kulttuuri ja osaaminen keskeinen osa sivistystä.

Ruoan tekijöiden arvostus

Ruoan tekijöiden arvostuksen kasvattaminen on olennaista. Arvostuksen tulee ulottua koko ketjuun tuottajasta ruoan valmistavaan vanhempaan tai alan ammattilaiseen asti. Ruokaketju työllistää noin 300 000 osaajaa, mutta tulevaisuudessa tekijöiden löytyminen voi alan epäselvän imagon ja huonon houkuttelevuuden vuoksi olla vaikeaa. Koko ketjun imagon nostaminen on tärkeää, jotta jokaista ketjun lenkkiä arvostettaisiin ja jotta osaavaa työvoimaa saadaan kaikkiin tuotannon vaiheisiin.

Ammattilylpeys ja oman työn arvostus

Arvostuksen tulisi myös näkyä ammattilylpeytenä jokaisessa ketjun osassa. Kaikkia ruokaketjun ammattilaisia tarvitaan, ja heidän työnsä on arvokasta. Työn merkityksen ymmärtäminen parantaa työmotivaatiota. Suomalaista ruokaa ja ruokakulttuuria ei ole olemassa jos ruoan tuottajat, jalostajat, teollisuuden, kaupan, kuljetuksen ja logistiikan sekä ruokapalveluiden ammattilaiset puuttuvat.

Arvostuksen kohottaminen

Tavoitteena:

Suomalaiset ovat ylpeitä suomalaisesta ruoasta ja ruokakulttuurista. Ruoalle annetaan aikaa sekä kotona että julkisissa ruokapalveluissa. Suomalaisilla on oikeus nauttia ruoasta ja tuntee intohimoa hyvää ruokaa kohtaan. Hyvästä ja laadukkaasta ruoasta ollaan valmiit maksamaan. Suomalaiset ovat kiinnostuneita ruoasta, sen alkuperästä, reitistä, tuotantotavoista ja ympäristövaikutuksista. Huomiota kiinnitetään myös aiempaa enemmän kokonaisvaltaiseen hyvinvointiin, ruoan laatuun ja terveellisyteen. Arvostus näkyy myös ruoan tekijöiden arvostuksena. Ruokaketjun ammattilaiset arvostavat omaa työtään ja ymmärtävät työnsä merkityksen. Alan opiskelupaikat säilyvät ja alalle hakeutuu osaavaa työvoimaa. Tiedot ja taidot ruoasta ja ketjun toiminnasta lisääntyvät.

Ehdotuksia toimenpiteiksi:

- yhteisen ruokakulttuurin määritelmän synnyttäminen
- viestittää kotien yhteisten aterioiden merkityksestä vanhemmille sekä opetus, kasvatusta ja hyvinvoinnin ammattilaisille
- elintarvikeketjun kummitoiminta kouluissa ja päiväkodeissa
- ruokaosaamisen kampanjat kouluissa ja päiväkodeissa: lasten ja nuorten elämysten ja kokemusten kautta oppiminen, esimerkiksi Sitran kehittämän makukoulukonseptin hyödyntäminen
- koulujen kerhotoimintaan mukaan ”ruokaosaamisen kerhot”, ruokakerhot
- ohjelman teemat huomioidaan perusopetuksen sekä toisen asteen ammattikoulutuksen opetussuunnitelmien uusimisen yhteydessä
- kampanjat elintarvikealan koulutusmahdollisuuksista
- luodaan seutukunnan kokki – järjestelmä. Hän olisi eri organisaatioiden ja tahojen tukena ja veisi ruokakulttuuria ja tietoa alasta mm. päiväkoteihin, kouluihin, nuorisotiloihin, kiertelisi makukouluissa yms.

4.2 Laadun kehittäminen

Ruoan arvostus syntyy luottamuksesta, positiivisesta mielikuvasta koko ketjun laatutyöhön. Arvostuksen syntyyn vaikuttaa ruoan ja koko ketjun toiminnan laatu. Kansallinen elintarviketalouden laatustrategia on toimialan yhdessä sopima ohjelma, joka tähtää kotimaisen elintarvikeketjun saumattomaan yhteistyöhön, läpinäkyvään, jäljitettävään ja kilpailukykyiseen suomalaiseen ”Laatuketjuun”. Laatustrategia on koko olemassa olonsa ajan vahvistanut elintarvikeketjun yhteistyötä.

Laatustrategiaa toteutetaan elintarvikeketjun eri osapuolien ja yhteisten toimintaohjelmien ja hankkeiden kautta. Toiminnan ja tuotteen laadun eteen tehdään pitkäjänteistä kehitystyötä ketjun eri osissa. Laatustrategiatyössä on pyritty kehittämään alan kilpailukykyä kokonaisten tarjontaketjujen näkökulmasta, vahvistamaan elintarvikealan yhteiskuntavastuullisia toimintatapoja sekä kuluttajan luottamusta kotimaisen elintarviketalouden tuotteisiin ja palveluihin.

Laatustrategian kuluttajaviesti on: ”hyvä ruoka ei synny sattumalta”. Tällä halutaan kertoa, että hyvän ruoan eteen tehdään valtavasti työtä. Vaikka laatuketju toimisi moitteettomasti, mutta jos kuluttaja ei tunne ketjun työtä tai miellä ketjun merkitystä, arvostus elintarvikkeita ja niiden laadun eteen tehtyä työtä kohtaan ei lisäänty.

Laadun kehittäminen
<p>Tavoitteet ovat laatustrategian tavoitteet:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Suomalaisen ketjun kilpailukyky kasvuun 2) Yhteiskuntavastuullinen toimintatapa vahvistuu ketjussa 3) Suomalaisen ketjun kilpailuetuja kehitetään edelleen 4) Kuluttajan tietämys ruokaketjun työstä ja kuluttajan valintojen merkityksistä lisääntyy

Ehdotuksia toimenpiteiksi:

- Jatketaan Kansallista elintarviketalouden laatustrategiaa.
- Kehitetään kotimainen, kansainvälisen vertailun kestävä ja todennettava laatujärjestelmä, joka kertoo kuluttajalle ruoan alkuperän, tuotantotavan ja reitin.
- Määritellään suomalaisen elintarvikeketjun yhdessä koko toimialan kanssa (kts. ohjelman kantavat keinot kappale 3.)
- Kehitetään kestävyden mittarit elintarvikesektorille

4.3. Lähiruoan edistäminen

Lähiruoalle on monta määritelmää, muun muassa: ”Lähiruoka on ruoantuotantoa ja -kulutusta, joka käyttää oman alueensa raaka-aineita ja tuotantopanoksia edistäen oman alueensa taloutta ja työllisyyttä (maa- ja metsätalousministeriön lähiruokatyöryhmä 2000)”. Lähiruokatermistä – ja määritelmästä ei ole jaettua yhteistä käsitystä.

Lähiruoka on useimmiten pienten ja keskisuurten elintarvikeyritysten, jatkojalostajien ja tuottajien tekemää. Suomessa on noin 3200 elintarvikeyritystä, joista noin 90 % työllistää alle 20 henkilöä. Pienillä yrityksillä on merkittävä asema työllistävyyden lisäksi myös suomalaisen ruokakulttuurin ylläpitäjänä ja kehittäjänä sekä ruokaperinnön siirtäjänä. Lähiruokan kysyntä mahdollistaa pienten elintarvikeyritysten kasvun, sillä ne voivat kasvaa ensin alueellisesta maakunnalliseksi, Suomen mittakaavaan ja lopulta viejäksi. Lähiruokan suosiminen edistää kestävä, järkevä ja läpinäkyvä elintarvikeketju ja tuotteiden jäljitettävyyttä.

Valtiolla ja kunnilla on erityinen tehtävä edistää yleistä hyvää, tämän takia julkisilla varoilla tulisi hankkia enemmän lähellä kulutuspaikkaa tuotettuja elintarvikkeita. Koulut, sairaalat, päiväkodit sekä kuntien ja valtion virastot käyttävät noin 300 miljoonaa euroa ruokapalvelujen ostoon vuosittain. Lähellä tuotettuihin ja jalostettuihin elintarvikkeisiin käytetyt varat ovat investointi ruoan laatuun, kansanterveyteen, huoltovarmuuteen, työllisyyteen, pk-sektorin kasvuun, suomalaiseen ruokakulttuuriin ja suomalaisiin makuihin. Kestävien julkisten hankintojen toimintaohjelma ohjeistaa julkisia elintarvikehankintoja ja suosittelee mm. sesongin mukaisten ja lyhyen toimitusketjun tuotteiden käyttöä ammattikeittiöissä. Lähituotteiden käytön lisääminen julkisen sektorin ruokapalveluissa on mahdollista, mutta se vaatii sekä poliittista tahtoa, lain tuntemusta että asennemuutosta suomalaisen ruoan puolesta.

Pk-elintarvikeyritysten suurimpia kilpailutekijöitä ovat yrityksen imagotekijät. Yleisen mielenkiinnon herääminen ruokaa kohtaan on lähiruokan mahdollisuus. Myös ruokamatkailun lisääntyminen luo pk-elintarvikeyrityksille sekä maaseudun palveluyrittäjille kasvumahdollisuuksia. Ruokamatkailulla, myös ”arkielämään tutustumalla”, on houkuttelevuutta kansainvälisten matkailijoiden mielenkiinnosta kilpailtaessa. Pienyritysten suurimmat kehittämiskohteet ovat myynnissä, markkinoinnissa ja logistiikassa. Pienille ja keskisuurille yrityksille pääseminen ammattikeittiöiden tai kauppojen elintarvikkeiden toimittajiksi on haastavaa.

Elintarvikelainsäädäntö koetaan useissa pk-yrityksissä vaikeaselkoiseksi. Mikroyritysten kannalta tuotantotilojen rakenteita, kunnossapitoa ja omavalvontaa koskevat säädökset ovat vaativia. Pienten, elintarvikkeita jalostavien yritysten määrä on kasvanut 2000-luvulla. Pienet yritykset tarvitsevat erityisneuvontaa etenkin lainsäädäntöön liittyvissä asioissa. Elintarvikelainsäädäntö perustuu aiempaa enemmän valvontakohteiden riskien arviointiin ja vaatimusten suhteuttamiseen todellisten riskien mukaan. Tällöin on vaarana, että ilman riittävää sekä valvojille että yrittäjille suunnattua ohjausta ja neuvontaa pienille ja keskisuurille yrityksille asetetaan kohtuuttomia vaatimuksia tai laiminlyödään hygienian ylläpitämisen kannalta välttämättömiä toimia.

Lähiruokan edistäminen

Tavoitteet:

- 1) Lähi- ja luomuruoka ammattikeittiöihin. Tavoitteena Kestävät julkiset hankinnat toimintaohjelman tavoite: Julkisin varoin tuotettujen ruokapalvelujen elintarvikehankinnoista on joko mahdollisimman lyhyen toimitusketjun tuotteita tai sesongin mukaisia mahdollisimman lyhyen toimitusketjun tuotteita tai luonnonmukaisesti tuotettuja tuotteita tai todennettavasti vastuullisten periaatteiden mukaisesti tuotettuja tuotteita vähintään 5 % (ateria kerran kuussa) vuoteen 2010 mennessä ja vähintään 15 % (ateria kerran viikossa) vuoteen 2015 mennessä.
- 2) Lähiruokan saatavuutta parannetaan eri jakelukanavissa (ruokapalvelut, tukku, päivittäistavara kauppa)
- 4) Lainsäädännön tarkistus ja muut mahdolliset tukitoimet ohjelmakaudella pk-yrittäjien toiminnan helpottamiseksi
- 5) Esitetään lisää suomalaisia tuotteita EU:n nimisuojarahjestelmän piiriin

Ehdotuksia toimenpiteiksi:

- Jatketään neuvontatyötä julkisissa ammattikeittiöissä (Lähikeittiöhanke)
- Toteutetaan valtakunnalliset lähiruokaviikot ja -viesti
- Selvitetään lainsäädännön vaatimuksia, voidaanko helpottaa pk-yritysten toimintamahdollisuuksia, lisätään neuvontaa ja koulutusta

- Yrittäjien osaamisen kehittäminen, yhteistyön kehittäminen logistiikassa ja markkinoinnissa
- Pk-yrittäjien imagon rakentaminen ja vahvistaminen sekä muut mahdolliset tukitoimet
- Ruoan ja matkailun linkittäminen paremmin toisiinsa. Ruokamatkailun kehittäminen tarjoaa erityisesti pk-elintarvikeyrityksille ja HoReCa-sektorille mahdollisuuksia
- Lisätään tietoisuutta EU:n nimisuojaajärjestelmästä ja etsitään uusia tuotteita EU:n nimisuojaajärjestelmän piiriin. Nimisuoja tähtää arvostuksen lisäämiseen ko. tuotteista. Nimisuojaus takaa tuotteen valvotun laadun, ja on sellaisenaan mahdollista kilpailuttaa mm. julkisissa hankinnoissa. Nimisuojatut tuotteet on valmistettu tai tuotettu perinteisesti tietyllä alueella tai tietyllä valmistusmenetelmällä.

4.4. Luomuruoan edistäminen

Kiinnostus luomua kohtaan maailmalla on suuri ja yhä kasvussa. Myös Suomessa luomun menekki on nousussa, joten mahdollisuuksia luomuruoan edistämiseksi on. Luomuruoan menekkiä Suomessa on hidastanut Suomen pienet markkinat, kehittymätön tuotevalikoima, tavanomaisesti tuotetun ruoan hyvä maine, rajoittunut sisäänosto kauppaa- ja ammattikeittiösektoreilla ja pirstoutunut luomukenttä.

Suomessa luomusta olisi mahdollista luoda moderni, haitalliset ympäristövaikutukset minimoiva, eettisesti hyväksyttävä, hyvinvoinnin ajatuksen sekä ketjulle että ihmiselle sisältävä tuotantohaara. Luomu on kestävä kehityksen työkalu koko elintarvikeketjussa. Luomulla on vientiin potentiaalia ja se tarjoaa myös pk-yrittäjille vientiväylän luomu-merkin alla. Suomessa noudatettava eurooppalainen luomuvalvontajärjestelmä takaa luomutuotteen jäljitettävyyden tuotantopanoksiin asti. Suomalaisen elintarvikeketjun hyvä maine elintarviketurvallisuudessa yhdistettynä luomutuotantoon on selkeä markkinointietu sekä kansallisesti että kansainvälisesti. Julkisissa hankinnoissa luonnonmukaisesti tuotettu ruoka ja raaka-aineet ovat kestävä valintaperuste.

Nykyisessä tilanteessa tarvitaan uusia keinoja, joilla luomumarkkinoita kehitetään. Luomumarkkinoiden kehittämisen strategiset tavoitteet 2007–2015 (Luomustrategia) on laadittu alustaksi tarvittaville uudistuksille. Tavoitteena on saada suomalaisille luomutuotteille tukeva asema kotimaisilla vähittäis- ja ammattikeittiömarkkinoilla sekä viennissä. Strategian kulmakivenä on toiminnan kehittäminen asiakasorientoituneeksi.

Luomustrategiatyö toteuttaa osaltaan ruoan edistämishjelman luomuruoan edistämisen osa-alueita.

Luomuruoan edistäminen
<p>Tavoitteet:</p> <p>1) Luomustrategiaa toteutetaan ja seurataan luomustrategian tavoitteiden (2015) toteutumaa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kotimaan vähittäiskaupan myynissä luomuruoan osuus on 6 %. - Kaikissa julkisen sektorin ammattikeittiöissä käytetään luomutuotteita. - Yksityisellä sektorilla luomua käyttävien keittiöiden määrä kasvaa 15 % vuosittain. - Suomen elintarvikeviennistä 10 % on luomua. <p>2) Luomu kuuluu luontevana osana suomalaisen ruoan viestintää</p>

Ehdotuksia toimenpiteiksi:

- Luomustrategian toimeenpano. Keskeiset toimet keskitetään seuraaville osa-alueille: asiakaslähtöisyys, tehokas yhteistyö, oppiminen ja innovaatiot sekä kirkas profiili.
- Rohkea viestintä luomun eduista sekä luomun etujen kirkastaminen (kestävä kehitys, makumielikuva, terveellisyys, eläinten hyvinvointi, aistinvarainen laatu, tuoreus, GMO-vapaus).
- Kysyntä ja tarjonta on saatava kohtaamaan paremmin. Kaupan valikoimiin ja ammattikeittiöiden tavarantoimittajaksi pääsemisen esteiden poistaminen
- Luomun t&k toiminnan tukeminen tavoitteena jalostusasteen nostaminen, jotta ammattikeittiöiden sekä kuluttajien tarpeisiin pystytään vastaamaan paremmin

4.5 Ravitsemuskäyttötymisen ja ruokaosaamisen ohjaaminen

Ruoalla on merkitystä sekä henkiseen että fyysiseen hyvinvointiin. Ymmärrys siitä miten tulisi syödä (määrä, laatu, aika), on varsinkin nuorilta ja lapsilta häviämässä. Ravitsemuskäyttötymisen ohjaamisessa tulisikin keskittyä ruokailutilanteeseen niin kodeissa, päiväkodeissa kuin kouluissa. Ravitsemuskäyttötymisen ohjaamisen luonteen tulisi olla motivoivaa ja kannustavaa.

Ruoan edistämishjelmassa toimenpiteet kohdistetaan erityisesti joukkoruokailuun, etenkin päiväkotij- ja kouluruokailuun. Ruoan edistämishjelman, Lasten, nuorten ja perheiden hyvinvoinnin politiikkaohjelman sekä Terveysten edistämisen politiikkaohjelman tavoitteet ovat yhteneväiset. Tavoitteita ja toimenpiteitä painotetaan näiden ohjelmien linjauksien mukaisesti.

a) Perheiden ravitsemuskäyttötyminen

Pääosa suomalaisen ravitsemuksesta koostuu arjen ruoasta. Perheiden säännöllinen ateriarhythmi ja arkiaterioiden muotoutuminen ravitsemussuositusten mukaisiksi ovat tärkeimmät tavoitteet. Perheiden ruokailutottumuksiin ja tapoihin vaikuttaminen tapahtuu henkilökohtaisten arvovalintojen ja vaikuttamisen kautta, (usein lasten kautta) esim. neuvoloissa sekä kodin, päiväkotien ja koulun yhteistyössä sekä median välityksellä.

b) Päiväkotij- ja kouluruokailu

Kodeissa luodaan pohja suomalaisen ruoan arvostukselle, ruokavalinnoille ja läpi elämän kestäville ruokailutottumuksille. Päiväkodeissa ja kouluissa vahvistetaan kodeissa luotua pohjaa. Koulu- ja päiväkotiruoan tulee olla ravitsemuksellisesti täysipainoista ja sen nauttimiselle on annettava riittävästi aikaa. Kouluruokailun tulee olla iloinen ja virkistävä tapahtuma, ja tuottaa mielihyvää viihtyisässä ympäristössä.

Tätä nykyä lapset eivät syö riittävästi koulussa, he liikkuvat vähemmän kuin ennen ja syövät vapaa-ajalla rasvaista, suolaista ja sokerista ruokaa – ja lihovat. Tavoitteena tulisi olla, että lapset söisivät koulussa tarjotun aterian kaikki osat oikeaan aikaan rauhallisessa ja viihtyisässä ympäristössä ohjatusti (sis. mm. ruokakulttuurin ja tapakasvatuksen). Koulussa tulisi olla myös kaikkien saatavissa ravitseva välipala (nykyisin tarjonta riippuu kunnasta ja koulusta).

Raha on tärkeä tekijä kouluruokailun laadulle. Tällä hetkellä keskimäärin alle 8% oppilaskohtaisista koulutukseen käytettävistä varoista ohjataan kouluruokailuun. Määrärahan painotukset riippuvat kunnissa tehtävistä arvovalinnoista. Kuntapäätäjille on saatava tietoa kouluruokailun moninaisista merkityksistä esim. ennaltaehkäisevän terveydenhoidon näkökulmasta.

c) Henkilö- ja työpaikkaruokailu sekä opiskelijaruokailu

Tavoitteena tulisi olla, että kaikilla olisi mahdollisuus tuettuun työpaikkaruokailuun. Ruoan tulisi olla henkilöstö- ja opiskelijaruokaloissa ravitsemussuositusten mukaista ja kaikille aisteille nautinnollista.

Ravitsemuskäyttötymisen ohjaaminen

Tavoitteena:

- 1) Suomalaisen perheiden jäsenillä on säännöllinen ateriarhythmi, arkisin syödään ravitsemussuositusten mukaista ruokaa ja kokoonnutaan mahdollisuuksien mukaan yhteiseen ruokapöytään.
- 2) Lapset syövät päiväkodissa ja koulussa tarjotun aterian kaikki osat oikeaan aikaan rauhallisessa ja viihtyisässä ympäristössä ohjatusti. Koulussa kaikille tulisi olla saatavissa ravitseva välipala. Lasten tiedot ja taidot ruoasta ja ruokakulttuurista vahvistuvat ja aikaistuvat.
- 3) Mahdollisuuksia tuettuun työpaikkaruokailuun lisätään. Ruoka on henkilöstöruokaloissa ravitsemussuositusten mukaista ja nautittavaa. Ruoan ravitsemuksellinen laatu on yhtenä valintakriteerinä kun kilpailutetaan ruokahankintoja
- 4) Suomalaiset ovat kiinnostuneita laadukkaasta ja terveellisestä ruoasta ja ymmärtävät terveellisten ruokavalintojen yhteyden hyvinvoinnilleen. Suomalaiset lisäävät terveellisen ruoan valintoja.
- 5) Kotitalousopetusta aikaistetaan ja lisätään valinnaistuntien määrää

- | |
|---|
| <p>6) Opettajat syövät lasten kanssa kouluaterian</p> <p>7) Päättäjät kunnissa ja julkisessa ruokahuollossa tiedostavat päätöstensä merkitykset</p> |
|---|

Ehdotuksia toimenpiteiksi:

- Ikäkausittain soveltuvin tavoin tutustutaan ruokaan, ruokakulttuuriin ja elintarvikeketjuun. Esimerkkeinä havaintopuutarhat kouluissa, elintarvikeketjun kummitoiminta kouluissa ja päiväkodeissa, vierailut
- Huolehditaan äitiys- ja lastenneuvoloiden, päiväkotien ja opetusalan ammattilaisten koulutus- sekä täydennyskoulutusohjelmista, joissa ruokaa käsitellään laaja-alaisena hyvinvoinnin lähteenä.
- Opettajien osallistumisessa kouluruokailuun tulee korostaa ohjausta ja mukanaoloa valvonnan sijasta.
- Selvitetään mahdollisuutta kotitalousopetukseen jo alemmilla vuosiluokilla ja kotitalousopetuksen kaikille yhteisen vuosiviikkotuntimäärän lisäämistä peruskoulussa ja lukiossa
- Ruoan ravitsemuksellinen laatu otetaan mukaan elintarvikkeiden hankintakriteereihin ja -sopimuksiin

4.6. Suomalaisen elintarvikealan kansainvälistyminen

Suomalaisen elintarviketeollisuuden kansainvälistyminen on suurelta osin tapahtunut isojen yritysten toimesta erityisesti yritysostoina Itämeren ympäristöön sekä raaka-aineen tuontina. Suora vienti on kasvanut hitaasti kiihtyen aivan viimeisinä vuosina siten, että sen arvo on nykyisin noin miljardi euroa. Viennistä vastaavat Suomessa lähinnä suuret yritykset. Noin neljännes Suomen elintarviketeollisuuden liikevaihdosta tulee ulkomailta.

Alan kansainvälistymisen paineita lisäävät kotimaan markkinan rajallisuus, elintarviketuonnin kasvu ja kilpailuympäristön globalisoituminen. Yritykset kansainvälistyvät joko puolustaessaan markkina-asemiaan tai etsiessään lisää kasvua ja kannattavuutta. Usealle yritykselle kansainvälistyminen on myös keino varmistaa tuotannon jatkuvuus kotimaassa.

Suomalaisen elintarvikealan kansainvälisen menestymisen vahvuuksiin kuuluvat laadukas raaka-ainepohja, korkeatasoinen teknologinen, tuotekehitys- ja turvallisuusosaaminen. Elintarviketurvallisuus- ja laatuosaamisen vienti ovat tulevaisuuden mahdollisuuksia. Haasteina puolestaan ovat yrityskentän pirstaleisuus ja pienten yritysten runsaus sekä yrittäjien alhainen kansainvälistymisosaamisen taso.

KTM:n toimialaraportin 2007 mukaan pienten ja keskisuurten elintarvikeyritysten markkinoiden laajentaminen tulisi olla lähivuosina yksi elintarvikealan kehittämisen painopistealueista. Erityisesti kehoitetaan keskittymään korkealuokkaisiin, terveyttä edistäviin ja terveysvaikutteisiin elintarvikkeisiin sekä luomutuotteisiin. Raportti suosittelee lisäämään panostuksia tuotekehitykseen, innovaatioihin sekä uusien tuotteiden kansainväliseen markkinointiin.

Alan kehitys- ja kansainvälistymishankkeissa, kuten Sitran Elintarvike- ja ravitsemusohjelmassa (ERA) sekä Osaamiskeskusohjelmaan (OSKE) kuuluvassa Elintarvikekehityksen klusterissa on painotettu terveyttä edistäviä elintarvikkeita. Näissä ohjelmissa tuetaan sekä suurten elintarvikeyritysten kansainvälistymistä että pk-yritysten kansainvälistymisvalmiuksien kehittämistä siten, että ne olisivat kilpailukykyisiä kansainvälisessä liiketoimintaympäristössä. Parhailtaan Tekes valmistelee uutta ohjelmaa, jonka tavoitteena on lisätä elintarvikealan pk-yritysten liiketoiminnan kehittymistä ja innovaatiotoimintaa sekä parantaa yritysten kasvumahdollisuuksia erityisesti Suomen lähialueilla.

Suomalaisen yritysten, erityisesti pk-toimijoiden, kansainvälistymisvalmiuksien ja -prosessien kehittyminen tulisi kyetä varmistamaan siten, että alan yritykset tunnistavat haasteet ja kykenevät hyödyntämään voimakkaasti muuttuvan ja globalisoituvan elintarviketalouden tarjoamia mahdollisuuksia. Elintarvikealan pk-yrityksillä on suuria kehittämistarpeita niin liiketoimintaosaamisessa kuin kansainvälistymisosaamisessakin. Rahoittajien, palveluntuottajien ja muiden yhteistyötahojen on autettava pk-yrityksiä vastaamaan näihin haasteisiin koordinoitusti ja yhteistyössä.

Kansainvälistymisen edistäminen

Tavoitteet:

- 1) Kansainvälistymisosaamisen taso nousee elintarvikealan yrityksissä
- 2) Vienti kasvaa
- 3) Ruoka otetaan mukaan kulttuurivientihankkeisiin
- 4) Suomalaisella ruoalla on ulkomailla positiivinen mielikuva
- 5) Edustustoissa työskentelevien henkilöiden osaaminen suomalaisesta ruoasta ja ruokakulttuurista on korkealla tasolla
- 6) Kehittäjäorganisaatioiden yhteistyö paranee
- 7) Suomalaisen ruoan ja ruoka-alan imago on kansainvälisesti hyvä

Ehdotuksia toimenpiteiksi:

- Tekesin valmisteilla oleva ohjelma pk-yritysten kasvulle kansainvälisillä markkinoille.
- Sitran ERA ohjelman loppuun saattaminen 2008 ja sen joidenkin toimintojen jatkaminen Osaamiskeskusohjelmassa (marja- ja keliakiaklusterit) vuoden 2008 jälkeen.
- Tehdään elintarvikealan kansainvälistymisen kehittämissuunnitelma, jossa tarkastellaan laaja-alaisesti yritysten kansainvälistymistä ja elintarvikeosaamisen viennin edistämistä sekä tehdään konkreettinen esitys kehittämistoimenpiteiksi. Kehittämissuunnitelma ei korvaa yrityskohtaisia liiketoiminta- ja kansainvälistymissuunnitelmia.
- Viennistä kiinnostuneet elintarvikeyritykset tarvitsevat asiantuntija-apua viennin aloittamiseen. Kehittäjäorganisaatioiden tulee hakeutua nykyistä vahvempaan yhteistyöhön, rakentaa verkostoyhteistyötä, sopia vastuujasta ja minimoida toimintojen päällekkäisyydet.
- Suomalainen ruoka otetaan mukaan kulttuurivientihankkeisiin, sillä ruoka on ikkuna kulttuuriin.
- Suomalainen ruoka tuodaan vahvasti esiin Suomen edustustoissa. Edustustot ovat suomalaisen ruokakulttuurin ilmentäjiä ja konkretisoijia. Ohjelmakaudella parannetaan lähetystöjen osaamista suomalaisesta ruoasta ja ruokakulttuurista (esim. kokkien ja henkilökunnan koulutukset).
- Elintarvikealalla, kaikilla tehtävätasoilla, on suuri puute kansainväliseen liiketoimintaan kykenevistä kielitaitoisista henkilöistä. Alan koulutusta kehitetään ja selvitetään yhteistyön mahdollisuudet eri toimialojen/eri oppilaitosten/kansainvälisen osaamisen kouluttajien kesken.
- Ruoka-alan imagon rakennukseen panostetaan, vastuutahot selvitetään. Suomen imagoetuja tulee hyödyntää myös ruoka-alalla (teknologia, rehtiys, turvallisuus, luonto, korruptoitumattomuus, ilmainen kouluruokailu, Pisa-tutkimus, poro, Lappi, joulupukki, jäljitettävyyys jne.)
 - o Ruokamatkailu on nousussa. Yhteistyötä on lisättävä matkailun ja ruoka-alan ammattilaisten välillä, sillä ruoka on oleellinen osa Suomi-imagoa kansainvälisten matkailijoiden mielissä ja he vievät viestiä suomalaisesta ruoasta eteenpäin.
 - o Hyödynnetään Pohjoismaiden ministerineuvoston Ny Nordisk Mat –hanketta ja pohjoisen keittiön imagoa myös kotimaassa sekä kansainvälisissä viestintä- ja promootioitoimissa

5. Ohjelman arviointi

Suomalaisen ruoan edistämishojelman vaikuttavuuden arviointia tehdään niin toimijoiden kuin suomalaisten kuluttajienkin keskuudessa. Myös ulkoista Suomen ruokakuvaa ja sen kehittymistä arvioidaan. Ohjelman arviointia ja tavoitteiden saavuttamisen mittaamista varten määritellään tarkemmat määrälliset ja laadulliset mittarit myöhemmin toimintasuunnitelmassa. Liitteessä 1 on esitetty alustavia ehdotuksia mittareiksi.

6. Organisointi, resursointi, aikataulutus ja yhteydet muihin ohjelmiin

Ohjelman aikajänne on hallituskauden loppuun, mutta ohjelma jää elämään toimintojen, yhteistyön, prosessien, mallien kautta. Ohjelma kokoaa käynnissä olevia ohjelmia ja toimintoja, päällekkäisiä rakenteita ei luoda.

Ohjelma käsitellään ja hyväksytään hallituksen iltakoulussa syksyllä 2008.

Ohjelmaa johtaa ministeritason johtoryhmä, jonka puheenjohtajana toimii maa- ja metsätalousministeri. Ministeriöiden sekä ohjelman eri osa-alueiden edustajista koostuva ohjausryhmä vastaa ohjelman sisällöstä, toteutuksesta, tavoitteiden ja mittarien määrittelystä. Ohjausryhmä päättää ohjelman varojen allokoinnista, laatii tarvittaessa hankehakuja ja -esityksiä tai tarjouspyyntöjä ohjelman toteuttamiseksi. Ensimmäisessä vaiheessa ohjausryhmä ottaa kantaa ohjelman sisältöön. Ohjausryhmä toimii myös eri ministeriöiden sekä muiden toimijatahojen välisenä yhteistyöelimenä suomalaisen ruoan edistämiseksi esille tulevista kysymyksistä ja ohjelman toimeenpanossa. Ohjelman pääsihteeri vastaa ohjelman käytännön toteutuksesta ja koordinaatiosta.

Ohjausryhmän työn tueksi kutsutaan asiantuntija-apua sekä neuvoja antavia puhemiehiä ja -naisia, jotka myös oman työnsä ja esiintymistensä kautta tuovat esille suomalaista ruokakulttuuria sekä ohjelman ajatuksia.

Ohjelman toteuttamiseen on varattu vuosille 2008-2011 vuosittain 500 000 euron määräraha. Ohjelman resurssit moninkertaistuvat hyödynnettäessä eri ministeriöiden jo olemassa olevia rahoitusinstrumentteja. Kunkin ohjelman toteuttamiseen osallistuvan ministeriön vastuulla on mukauttaa ohjelmaan liittyvien momenttien momenttiperustelunsa niin, että ne tukevat ruokaohjelman tavoitteita.

Ruokaohjelman tavoitteet ja toimenpiteet synkronoidaan muihin käynnissä oleviin ohjelmiin kuten Terveyden edistämisen politiikkaohjelma, Lasten, nuorten ja perheiden hyvinvoinnin politiikkaohjelma, Valtioneuvoston periaatepäätös terveyttä edistävän liikunnan ja ravinnon kehittämislinoista, Elintarvike- ja ravitsemusohjelma ERA, Maaseutupoliittinen erityisohjelma 2007-2010, Kestävät julkiset hankinnat toimintaohjelma, Elintarvikealan pienyritysjäyyden imagon parantaminen ja menekinedistäminen (Ruoka-Suomi), Kansallinen elintarviketalouden laatustrategia, Luomumarkkinoiden kehittämisen strategiset tavoitteet 2007-2015, Ny Nordisk Mat-ohjelma, Osaamiskeskusohjelma, Tekesin sekä työ- ja elinkeinoministeriön pk-yritysten kasvuohjelmat, Kuluttajapoliittinen ohjelma vuosille 2008-2011.

Ehdotuksia mittareiksi:

Arvostuksen kohottaminen
<ul style="list-style-type: none"> - Asennekyselyt (arvostus ruokaa, suomalaista ruokaa, lähiruokaa, luomuruokaa, ruoan tekijöitä kohtaan) - Suomalaisen ruoan markkinaosuudet päivittäistavara- ja HoReCa-kaupassa - Alan opiskelupaikkojen säilyminen ja niihin hakeutuminen - Alan työllistävyys - Kouluruoan nauttimiseen käytetty aika, kouluruokailuun käytetyt määrärahat - Mediaseurannan mittarit
Laadun kehittäminen
<ul style="list-style-type: none"> - Suomaisten elintarvikkeiden markkinaosuudet, t&k –menojen kehitys, vientitilastot, elintarvikkeiden hintakehitys, omavaraisuus - Ketjujen ilmastonmuutosvaikutus, eläinten hyvinvointimittari, elintarviketurvallisuuden mittari - Elintarvikeketjun työllistävyys - Kuluttaja-asennekyselyt ketjun toiminnan ja tuotteiden laadusta
Lähiruoan edistäminen
<ul style="list-style-type: none"> - Kestävät julkiset hankinnat –suositusten tavoitteiden seurantamittarit - Pk-yritysten tuotteiden osuus kaupan ja tukkujen valikoimissa - Nimisuojujattujen tuotteiden lukumäärä
Luomuruoan edistäminen
<ul style="list-style-type: none"> - Luomun osuus kotitalouksien ruokaostoista ja ammattikeittiöiden ruokatarjoilusta, - Luomun osuus viennistä
Ravitsemuskäyttäytymisen ja ruokaosaamisen ohjaaminen
<ul style="list-style-type: none"> - Kouluaterian hävikki - Kasvisten ja marjojen ja hedelmien sekä kotimaisen kalan kulutusluvut, kasvis/ravintotasetiedot - Kansanterveyden mittarit (KTL, yht. Terveystietokeskuksen politiikkaohjelman kanssa) - Kotitalousopetuksen tuntimäärät - Kouluruoan nauttimiseen käytetty aika ja ajankohta - Kouluruoan osuus % oppilaskohtaisista koulutukseen käytettävistä määrärahoista - Ravitsevan välipalan tarjonta ja käyttö kunnissa - Koulujen ruokakerhojen tuntimäärät - Ravitsemuksellisten hankintakriteerien sisältyminen kuntien hankintoihin
Kansainvälistymisen edistäminen
<ul style="list-style-type: none"> - Elintarvikkeiden vientiluvut - Asenne ja mielikuva mittaukset ulkomailla