

Ruoka2030 – Kilpailukyky

Ruokapoliittisen selonteon valmistelua varten järjestetään viisi työpajaa. Kolmas työpaja pidettiin 16.2.2016 otsikolla *Kilpailukyky*.

Työpajan osallistujat jaettiin viiteen ryhmään, joille oli annettu aihe ja aiheen käsittelyä varten lisäkysymyksiä. Ryhmät käsittelivät aihetta/lisäkysymyksiä 1 ½ tuntia, minkä jälkeen ryhmät esittelivät työnsä tulokset toisilleen.

Seuraavilla sivuilla on kullekin ryhmälle annetut kysymykset ja muistiinpanot ryhmän esityksestä.

Ryhmä 1: Hankinnat

Ryhmä 2: Vienti

Ryhmä 3: EU- ja kv-asiat

Ryhmä 4: Viestintä

Ryhmä 5: Resurssitehokkuus ja hävikki

Ryhmä 1: Hankinnat

Kysymyksiä ryhmälle:

- Miten voidaan edistää hankintaosaamista niin, että kärkinä ovat kotimaisuus ja laatu, joka huomioi ravitsemussuositukset ja ympäristönäkökulman?
- Mikä on hankintojen merkitys aluetaloudelle?
- Mikä on hankintojen merkitys kansanterveydelle ja sen kautta tuottavuudelle?

Puhuttiin lainsäädännöstä ja siitä, minkälaista asiantuntijuutta kunnissa on sitä toteuttaa.

Ruoka ei näy kuntastrategioissa riittävästi.

Hankinnat suosivat isoja toimijoita hinnan takia.

Strategiatasolla huomio ympäristöön, kotimaisuuteen ym.

Haastavaa, koska ruoka voi olla helppo paikka säästää.

Ruuan arvostuksen nostaminen on tässä tärkeää! Blogit, kokit, puskaradiot mukaan. Löydettävä uutta twistiä.

Kun ruoka näkyy vahvemmin ruokastrategioissa, edistetään aktiivista keskustelua tuottajien kanssa. Dialogin on oltava jatkuva. Kokeiluja on ollut eri puolilla Suomea, mutta miksi saadut hyvät tulokset eivät leviä muualle? Myös pienemmät tuottajat on saatava aktiivisesti tekemään yhteistyötä. Vaatii luottamusta ja luopumista yksin pärjäämisen eetoksesta. Uuden avoimemman, sosiaalisemman ja globaalimman sukupolven kohdalla on kiinnitettävä tähän huomiota.

Mitä hyötyä? Ruuantuotanto Suomessa = elinvoimainen maaseutu ja huoltovarmuus

Mitä meidän kannattaa ostaa ulkomailta ja mitä ei? Perunaa kasvaa Suomessakin, kahvia ei. Kriittistä silmää edellytetään hankintojen tekijöiltä.

Isoja megatrendejä toteutuu. Esimerkiksi ikärakenne: entistä enemmän yli 90-vuotiaita ihmisiä. Miten varmistetaan proteiininsaanti ja ylipäätään syöminen? Toisaalta kaupungistuminen, globalisaatio, digitalisaatio --> jäljitettävyyden, esineiden internet.

MMM:ltä toivotaan selonteon tekemisessä vahvaa tulevaisuusotetta, kenties mukaan myös tulevaisuudentutkijoita?

Säätelyä vähemmäksi, turha byrokratia pois.

Yksityiset hankinnat: aina kriteeristö, mutta jos se saataisiin läpinäkyväksi, kuluttaja tietäisi mistä ruoka tulee ja miksi.

Terveisiä hallitukselle: Huomioidaan megatrendit, katsotaan tulevaisuuteen, säätelyä vähemmäksi.

Ryhmä 2: Vienti

Kysymyksiä ryhmälle:

- Millaisesta valtiovallan panoksesta on eniten hyötyä elintarvikeviennin edistämässä?
- Mitä vielä tunnistamattomia vahvuuksia Suomen elintarviketuotannolla voisi olla viennissä?
- Pitäisikö Suomen tehdä elintarvikeviennissä enemmän yhteistyötä (Team Norden, Team EU) vai pitäytyä omiin toimiin?

Rahan koordinointi viennin edistämiseen on sirpaloitunut. Jos olisi yksi koordinoiva taho, voisi olla helpompaa. Tekijöitä puuttuu: ei ole osaavia tekijöitä.

Vientiosaajien valmennus nimenomaan elintarvikealalla!

Alan imagoa pitää nostaa. Se ei vedä uusia työntekijöitä - huomio myös rekrytointiin.

Elintarvikealalle myös oma Slush-tyyppinen tapahtuma!

Tuotekehitys- ja tutkimusyksikkö, joka auttaisi vientituotteiden kehityksessä ja tuntisi eri markkinat.

Tuotteistaminen: vaikka osaamista esim. kauran jalostuksessa on, se ei jostain syystä pääse lopputuotteeseen ja vientimarkkinoille. Viedään raaka-ainetta, vaikka voitaisiin viedä jalostettua tuotetta!

Kauppahuoneajattelu: vientikauppahuone ostaisi pieniltä tuottajilta tuotteita ja myisi ne edelleen etsimilleen markkinoille. Kauppahuone tuntisi asiakkaat, tuottajat tuottaisivat.

Hankekoordinaatiota lisää. Miten edistetään samaa määränpäättä?

Erikoisia, eksoottisiaakin tuotteita on paljon. Nykyisiä erikoistuotteita voitaisiin viedä uusille markkinoille.

Pakkausosaamista vientiin: älypakkaukset. Suomi-brändin kehitys. Maahanmuuttajien hyödyntäminen viennin kehityksessä! Ruokakulttuurin, markkinoiden tuntijoita.

Yhteistyö! Klusteriajattelu: Suomessa on menestyviä vientialoja. Elintarvikeala, joka ei perinteisesti ole ollut viejäteollisuus mutta jonka vientiä nyt tarvitaan, pitää integroida olemassa olevaan vientiteollisuuteen.

Asenne: asenteella voi viedä - jos jotain halutaan saavuttaa, täytyy aktiivisesti hakea menestystä markkinoilta. Suomen on oltava kilpailukykyinen myös elintarvikesektorilla!

Viennin lisääminen - tuonnin vähentäminen: molemmat lisäävät suomalaisten tuottajien kilpailukykyä.

Terveisiä hallitukselle: Lisää hankekoordinaatiota! Vientituotekehitykseen pitää satsata. Suomalaisuus ei ole itseisarvo. Alasta pitää tehdä houkutteleva! Koulutusohjelmien kehittäminen nimenomaan vientiosaamista varten. Sääntelyä pitää myös vähentää.

Ryhmä 3: EU- ja kv-asiat

Kysymyksiä ryhmälle:

- Millä yhteisen maatalouspolitiikan keinoilla ylläpidetään parhaiten kilpailukykyä kaikilla EU:n alueilla, myös koko Suomi mukaan lukien?
- Mitä uhkia ja/tai mahdollisuuksia EU:n kv-kauppasopimukset (esim. TTIP) asettavat suomalaiselle ruokasektorille?

Tukia tarvitaan, vaikka niiden merkitys on vähentynyt. Vuonna 2030 kohdentunevat kustannustehokkaammin - suurempia tuotantoyksiköitä, "bulkkia".

Suomen hyvät käytänteet näkyviksi ja kilpailueduksi. Joutuuko EU tinkimään vaatimuksistaan globaalisti heikentyvän laadun vuoksi?

Nimisuojajärjestelmä - mitä hyötyä Suomelle? Menekinedistämismielessä ei tällä hetkellä palvele suomalaisia tuotteita. Raaka-aine, ei reseptiikka edellä.

Tuet: voivat olla myös tavoitteiden vastaisia. Tiedetyt alueet Suomessa tuottavat eri tuotteita.

Riskienhallintatyökalut. Vuonna 2030 tarvitaan edelleen - ilmasto, ilmastonmuutos, hintakilpailu, kriisit.

Laatutuotantoon liittyvät toimenpiteet: rahastot, yksityiset vakuutukset mahdollisia. Vrt. Yhdysvallat.

Jäljitettävyyden, alkuperä, puhtaus ym. suomalaisen tuotannon etuja. Käännettävä tukemaan kilpailukykyä.

Teollisuus toimii avoimilla markkinoilla myös Suomessa, se on kansainvälistä toimintaa.

Pienen maan lähtökohdat ovat erilaiset kuin ison. Säädöksissä huomioidaan nykyään liikaa monikansallisuutta.

Tuottajan on saatava kompensatio (myös) muuten kuin kuluttajan kukkarosta.

EU-tasolla pitäisi edistää yhteisiä vientilupia, nyt jokainen maa hakee erikseen.

Terveisiä hallitukselle: Samat vaatimukset ulkomaisille tuotteille. Pohjoismaista yhteistyöstä tarvitaan.

Palomuuriajattelu - estetään ongelmien eteneminen (esim. eläintaudit) ja tuetaan kestävä tuotantotapaa.

Lisää resursseja vientiponnistuksiin. Myös sopimusdiplomatiaa tarvitaan. Pohjoiset olosuhteet otettava edelleen voimakkaasti huomioon. Nimisuojajärjestelmän muokkaus sellaiseksi, että se hyödyttää myös suomalaista tuotantoa.

Ryhmä 4: Viestintä

Kysymyksiä ryhmälle:

- Miten parannetaan suomalaisen ruuan, suomalaisen ruokakulttuurin, suomalaisten elintarvikkeiden ja koko ruoka-alan imagoa Suomessa?
- Miten parannetaan suomalaisen ruuan, suomalaisen ruokakulttuurin ja suomalaisten elintarvikkeiden imagoa ulkomailla?

Kolme tärkeää teemaa: myönteisyys, yhteinen ääni ja (yksinkertaiset) viestit

Myönteisyys. Yritysten markkinointi aina myönteistä, mutta ruoka-ala näkyy usein negatiivisesti esim. mediassa. Ammattilypeys on yksi avainasia! Positiivista näkökulmaa saa tekijöiden kautta. Miten saadaan Suomeen samaa draivia, mitä ulkomailla on nähtävissä? Jos alalla ei ole nyt omaan alaansa positiivisesti suhtautuvia ihmisiä, miten heitä saadaan rekrytoitua?

Yhteinen ääni. Pohjoinen, arktinen maataloustuotanto. Suomalaisen ruuan tarina tulossa. Arktinen ruoka - sertifioitu laatujärjestelmä? Pitäisi myös itse tunnistaa omia vahvuuksia. Alalla ei puhuta niistä riittävästi. Esimerkiksi myllyjen pakastamisesta ei juuri kukaan tiedä.

Mitä kaikkea hyvää suomalaiseen ruuantuotantoon liittyy olosuhteineen ja reunaehtoineen? Paljon hyvää, mm. kylmä vesi.

Suomalaisten pitää nähdä omat mahdollisuutensa! Eri kärjet eri markkinoihin. Vientimarkkina pitää tuntea. Viestit. Tietyille kohderyhmälle tarvitaan yksinkertaisia viestejä, mutta on monia kohderyhmiä, joille tarvitaan monipuolisempia viestejä. Mitä kenellekin? Mikä puree suomalaisiin, mikä vientiviestinnässä? Moni asia sama. Asennemuutos. Markkinoinnin ja viestinnän osaamista tarvitaan ja niiden merkitys on oivallettava. Viestintä kaikissa muodoissaan on nähtävä tärkeäksi osaksi työtä.

Terveiset hallitukselle: Viestintäosaamiseen on saatava myös taloudellisia panostuksia!

Ryhmä 5: Resurssitehokkuus ja hävikki

Kysymyksiä ryhmälle:

- Miten tehostetaan hävikin vähentämistä kotitalouksissa?
- Miten tehostetaan hävikin vähentämistä ruokajärjestelmän muissa osissa, kuten kaupoissa ja ravintoloissa?
- Miten ruuan tuotannon alkupanokset vaikuttavat kokonaisresurssitehokkuuteen?

Tarvitaan yhteinen maali resurssitehokkuuden edistämiseen.

Vuoteen 2030 oma tuotanto niin priimaa ja arvostus korkealla, että se vähentää hävikkiä.

Pakkauksiin merkintä käytetyistä panoksista. Myös kilpailuetu! Kuluttajat haluavat tietää alkuperästä ja energiankäytöstä. Digitalisaatio, sensoriteknikka (ei viimeisiä myyntipäiviä) --> hyvälaatuisen ruuan poisheittämistä voitaisiin välttää!

Kuluttajille lisää tietoa ruuan hyödyntämisestä.

Ostetaan vain tarpeellista: jääkaapin äärellä! Petla selvitti, miten kuluttaja käyttäytyy ostaessaan perunoita kaupassa ja miten suoramyyntissä. Kaupassa rupinen peruna jää kauppaan, suoramyyntissä rumakin kelpaa.

Alkutuotannon kestävä tehostaminen, tutkimus tukena. Eläinten ja kasvien jalostus. Näin estetään hävikkien muodostumista. Geenitekniikan ym. käyttöä ei kannata sulkea kokonaan pois.

Teollisuuden jatkojalostuksen keskittyminen tuo mahdollisuuksia. Isompia yksiköitä, joissa elintarvikkeita jalostetaan pitemmälle.

Innovaatiota tarvitaan sivutuotteiden hyödyntämiseksi. Perunaproteiinien ym. hyödyntäminen - yksiköiden on oltava isoja, jotta hyödyntäminen kannattaa.

Sääntely aiheuttaa kustannuksia, mutta ne voidaan kääntää hyödyksi. Pitäisi ennemminkin kannustaa kuin rajoittaa.

EU-säännösten harmonisointi on tärkeää. Monissa EU-maissa samat säännöt kuin Suomessa mutta niitä ei noudateta yhtä kuuliaisesti. Suomelle tämä voi olla jopa kilpailukykyhaittaa. Kaikki pitäisi saada noudattamaan.

Panokset: jalostus tuo hyötyä, sivutuotteita voidaan hyödyntää panoksina. Investointitukea tarvitaan myös sivutuotteiden hyödyntämiseen.

Terveisiä hallitukselle: Säännöksiä pitäisi harmonisoida, paineita EU:n suuntaan – samanlaiset säännöt kaikille. Läpinäkyvyyden ja jäljitettävyyden kilpailueduksi tekemisen tukeminen. Valmentajuus – autetaan onnistumaan pikemminkin kuin rajoitetaan.

Ruokaketju on osa kiertotaloutta. Hallituksen on varmistettava että rahaa Suomessa mutta myös EU-tasolta saatava edistämiseen rahaa.

Keskustelua:

- Suomalaisen pitäisi osata hyödyntää esim. Horizon2020-rahoitusta.
- Rahoittajien pitäisi vaatia, että tietyissä kehittämishankkeissa olisi mukana kansainvälisyttä. Yhdessä ja rajat ylittäen voitaisiin saavuttaa!
- Hävikki: ruokapalveluissa ostohinta ja käyttöhinta, kuluttajapuolella lähes mahdotonta.
- Miten saadaan alalle nuoria? Elintarvikejärjestelmän on oltava kilpailukykyinen, kannattava ja arvopohjaltaan oikeanlainen. Eri osapuolet yhdessä - tutkimus, lainsäädäntö, yritykset ym. voivat pyrkiä rakentamaan alasta houkuttelevan.
- Mistä kilpailukyky koostuu? Mikä on kilpailun tilanne tänä päivänä? Yhdessä tekeminen on kiva idea, mutta ei välttämättä yritysrajoitusten ihan mahdollista. Arvostuksen edistäminen on ilman muuta tärkeää, mutta on muistettava, että nykyinen kilpailu laskevalla markkinahinnoilla on veristä, eikä yhteistyö ole kovin helppoa. Yhdessä voitaisiin tunnistaa kilpailukykyyn elementit ja se, miten niitä voitaisiin tukea.
- Kilpailukyky selvityksestä on pyydetty väliraportti, jota mahdollisuuksien mukaan pyritään hyödyntämään.
- Jos elintarvikealalla nähdään enemmän mahdollisuuksia kuin uhkia, se on kiinnostava myös nuorille. Tarvitaan markkinointiosaamista ja markkinointilähtöisyyttä. Yhteistyö- ja kontaktipintoja tarvitaan. Pitäisi voida liittää elintarvikeala osaksi suomalaista talousosaamista. Voitaisiko elintarvikeala nähdä samanlaisena kuin vaikkapa teknologia- tai metsäteollisuus?
- Koko elintarvikeala on nykyään kansainvälinen, vienti on vain kapea osa.
- **Konkretiaa** kaivataan myös alan houkuttelevaksi tekemiseen!