

Julkisen tiedon rooli elintarviketeollisuuden menestystekijänä

13.12.2016 Heli Tammivuori

Pieniä ja suuria yrityksiä. Lähellä. Omissa käsissämme.

1 700 ruoka- ja juomatehdasta
valmistaa **5,4** miljoonalle
suomalaiselle maistuvia
tuotteita joka päivä.



Elintarviketeollisuuden tuotteita ja toimintamalleja haastetaan päivittäin

”Mielipiteet ja kokemukset haastavat tieteellisen tiedon. Kiistoja on eniten aiheista, jotka koskettavat ihmisten jokapäiväistä elämää... Media hakee vastakkainasettelua ja etsii vastustajat vaikka kuntosalilta.”

Tiina Sarja; Kuka oikein tietää, kun mielipide haastoi tieteen (2016)

”Totuuden jälkeinen” on valittu vuoden sanaksi sekä Saksassa (postfaktish) ja Iso-Britanniassa (post truth) – voidaan olla välittämättä totuudesta tai jopa hyväksyä ilmeisiä valheita, jos ne tuntuvat oikeilta

Yle 12.12.2016 Dan Ekholm; Kirjeenvaihtajan jäähyväiset kiehtovalle ja vaikealle Berliinille

Julkisen tiedon saatavuuden merkitys elintarviketeollisuudelle on suuri. Elintarvikealaa koskevat päätökset tulee perustua luotettavaan, tutkittuun ja puolueettomaan tietoon.

Elintarviketoimialan tärkeitä jatkuvia julkisia tietolähteitä ovat mm. Tilastokeskus, Luke, TEM:n toimiala online, EK:n suhdannebarometri ja investointitiedustelu. Oleellista on tiedon avoimuus, luotettavuus ja jatkuvuus.

Maistuvia brändejä kaikkiin pöytiin

11,2
mrd. €

Elintarvike-
teollisuus



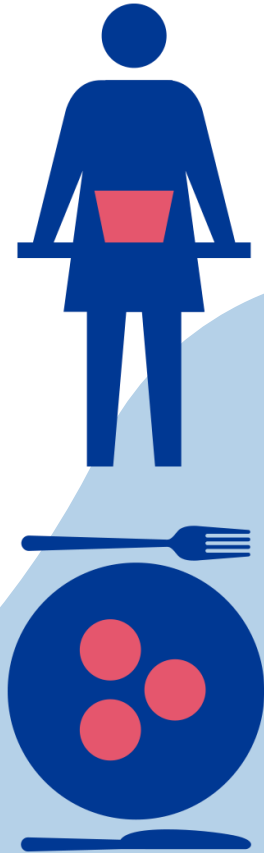
Päivittäistavara-
kauppa **16** mrd. €



Ruokapalvelut
6,3 mrd. €



Vienti
1,5 mrd. €



Kenen ruokakori olikaan halvin?

Taloustutkimus vertaili ruokakorin hintaa kahdeksalla paikkakunnalla: Lidl on Suomen halvin



KE, KESÄ 22, 2016 09:32 CET

Prisman ruokakori halvin Kuluttajaliiton hintavertailussa

Torstai 23.6.2016 klo 12.07   

Prisma on ohittanut selvästi Lidlin ruuan hintakilpailussa, selviää Kuluttajaliiton hintavertailusta.

Kauppalehti: Lidlin ruokakori Suomen halvin – kallein kori lähes 30 euroa kalliimpi

KOTIMAA | JULKAISTU 31.10.2016 10:37

Elintarviketeollisuusliitto



Miksi tarvitsemme luotettavaa tietoa kuluttajan käyttäytymisestä?

- Julkista tietoa elintarvikkeiden ostamisesta ja kuluttamisesta tarvitaan, jotta saamme luotettavaa tietoa
 - Mikä on elintarvikemarkkinoiden (= pt-kauppa ja foodservice) koko, kehitys ja kehityksen suunta eri kanavissa? Miten tuoteryhmät kehittyvät?
 - Kuka ostaa, mitä ja mistä kanavasta?
 - Millä hinnalla?
 - Mikä on ruokakorin ravitsemuksellinen sisältö?
 - Mitä muuta ostettiin, kun ostettiin brändiä x?
 - Miten trendit (kevyt, sokeri- ja proteiinipitoisuudet) kehittyvät?
 - Mikä on tuotteiden todellinen kysyntä? Ansaitsevatko tuotteet kysynnänmukaisen hyllypaikan?
 - Miten poliittiset päätökset (luomu, suomalainen ruoka) vaikuttavat kysyntään tai tarjontaan?
- Elintarvikeala on ollut vailla avointa kuluttajatietoa jo lähes 10 vuotta. On aika ryhtyä toimiin julkisen kysyntätiedon saamiseksi. Tilastokeskus olisi neutraalein taho tiedon tuottajaksi.

Elintarviketeollisuuden toimialaraportilla vakiintunut rooli toimialan tietolähteenä

Vastuullisesti lasiin ja lautaselle

Huolehdimme siitä, että tuotteemme ansaitsevat luottamuksesi.



Hyvää elintarviketeollisuuden vuosiseminaaria!

Elintarviketeollisuusliitto

