

Paikallisruoan saatavuuden ja löydettävyyden lisääminen edellyttävät yhteistyötä ruokaketjun joka lenkissä

Paikallisruoan arvoketjua kehittämässä -hanke edisti ruokaketjun yhteistyöverkostojen luomista. Se pureutui erityisesti pk-elintarvikeyritysten näkökulmasta uusien tuotteiden valintaprosessiin Foodservice-tukuissa ja ammattikeittiöissä.

Kaikki Foodservice-tukkukaupan asiakasryhmät ovat kiinnostuneet ottamaan kotimaisia, alueellisia ja paikallisia tuotteita ruokalistoilleen kertoi Päivittäistavara-kauppa (PTY) yhdistyksen Foodservice-ryhmästä hankkeeseen osallistunut toimitusjohtaja Eero Raappana Meira Novasta.

– Paikallisruoan arvoketjua kehittämässä -hanke tuli tähän tarpeeseen kuin tilauksesta. Olemme hankkeen aikana tavanneet lukuisia potentiaalisia tuottajia ja rakentaneet yhdessä logistisia ratkaisuja tuotteiden saatavuuden turvaamiseksi, Raappana totesi.

Aitojamakuja.fi/foodservice esittelee käytännönläheisesti tuotteiden valintaprosessin ja nostaa esiin asioita, joihin elintarvikeyrittäjän on hyvä kiinnittää huomiota jo ennen ostajien kanssa käytäviä myyntineuvotteluita.

– Esimerkiksi tuotekortti auttaa miettimään oman tuotteen vahvuuksia ja erityisyyttä. Kynnys yhteydenotossa ostajiin on hyvä pitää matalana, koska aina voi lähteä liikkeelle myös pienemmässä mittakaavassa paikallisesti, kertoi projektipäällikkö Päivi Töyli Turun yliopiston Brahea-keskuksesta.

Maa- ja metsätaloustuottajain keskusliiton (MTK) puheenjohtaja Juha Marttila korosti tilaisuudessa yhteistyön merkitystä suomalaisessa ruokaketjussa.

– Tukkujen ja yrittäjien välisen toiminnan helpottamiseksi laadittu sivusto on hyvä esimerkki siitä, että tarvitsemme sekä vuorovaikutusta että yhteistä sanastoa, jotta paikallinen ruoka päätyy ammattikeittiöihin, Marttila totesi.

Tuotteen alkuperä kiinnostaa entistä enemmän

Tuotetietojen ajantasaisuutta ja oikeellisuutta tilaisuudessa korosti GS1 Finlandin toimitusjohtaja Jukka Kehusmaa.

– Tämä on tärkeää ruokaketjun eri vaiheissa aina kuluttajalle saakka. Kun tuotetiedot ovat standardoidusti kerätty, niiden käyttö on helppoa ja käsillä oleva tieto luotettavaa. Tämä auttaa myös tuotteiden jäljitettävyyteen, jonka merkitys on korostunut tänä päivänä.

Myös MTK:n puheenjohtaja Marttila puhui tuotteen alkuperän merkityksestä sekä suomalaisen ruoan erityislaatuudesta.

– Alkuperä kiinnostaa kuluttajaa enemmän kuin koskaan aikaisemmin. Siksi se kannattaakin nostaa esiin myös ammattikeittiön tarjonnassa ja kertoa siitä asiakkaalle avoimesti. Parhaimmillaan se voi olla kilpailuvaltti, onhan suomalainen lähiruoka maailman parasta.

Ruoan taustalla olevat tarinat ja sen alkuperä tulevat esiin erityisesti paikallisten elintarvikeyritysten tuotteissa. Tilaisuudessa kuultiinkin puheenvuorot myös paikallisruoantuottajilta, juustomestari Markku Liikselta Jukolan Juusto Oy:stä ja yrittäjä Sami Vilppulalta Vilppulan tilalta.

Lisätietoa:

Projektipäällikkö Päivi Töyli, Turun yliopiston Brahea-keskus, puh. 040 189 1929, paivi.toyli@utu.fi