

Suomalaisen ruokakulttuurin edistämishjelma

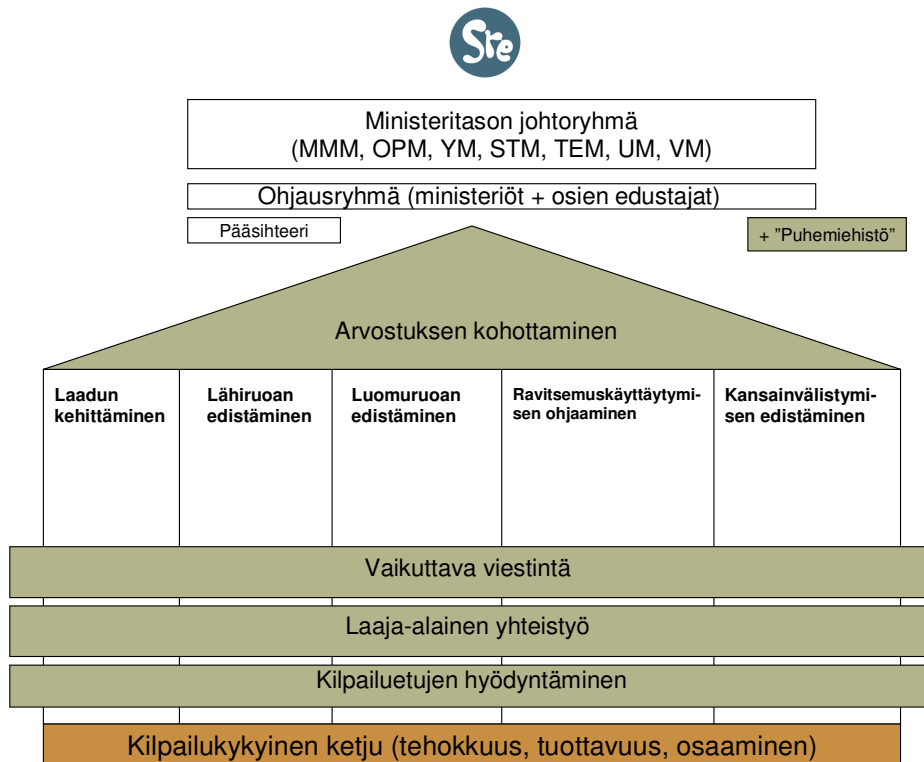
Tiivistelmä

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

Erityisinä tavoitteina ovat lisäksi laadun kehittäminen sekä lähiruoan ja luomuruoan edistäminen, ravitsemuskäyttäytymisen ohjaaminen että elintarvikealan kansainvälistymisen edistäminen.

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

Ohjelmassa puhutaan 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.



Kuva 1. Suomalaisen ruokakulttuurin edistämishjelman organisointi ja ohjelman osa-alueet. Ohjelman kantavia keinoja ovat vaikuttava viestintä, laaja-alainen yhteistyö sekä kilpailuetujen hyödyntäminen. Kilpailukykyinen elintarvikeketju on perusta kaikille ohjelman osa-alueille.

1. Ohjelman tavoitteet

Ohjelman ensisijaisena tavoitteena on **ruoan ja ruoan tekijöiden 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 alataavoitteet ovat seurausta välttämättömistä ajattelutavan sekä toimintatapojen muutoksista. Muutosten tulee tapahtua sekä ruokaketjun ammattilaisten ja päättäjien sekä kuluttajien keskuudessa.

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

Ohjelman alataavoitteet 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. Ruoan arvostuksen nostamiseksi tarvitaan alalla toimivilta nykyistä vahvempaa otetta ja toisiinsa nivoutuvia toimintasuunnitelmia. Näin saadaan samoilla resursseilla lisää vaikuttavuutta.

Kuluttajista tärkeimmät kohderyhmät ovat **kasvat 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

Ensisijaisesti tulee kiinnittää huomiota olemassa olevien vahvuuksien tunnistamiseen ja hyödyntämiseen sekä niiden jatkuvaan kehittämiseen. Suomalaisen ruokakulttuurin vahvuuksina pidetään muun muassa luonnontuotealaa, turvallista laatuketjua ja laadukkaita raaka-aineita, ravitsemus- ja elintarviketutkimusta sekä osaamista, korkeaa elintarvikehygienian ja -valvonnan tasoa, pakkausteknologiaa, monipuolista ruokakulttuuriperinnettä sekä joukkoruokailua, etenkin oppilasruokailua.

Ruoan arvostus kumpuaa ruokakulttuurista. Ruokakulttuuri ei voi olla erillään muista kulttuurin ulottuvuuksista. Tämä merkitsee, että on verkostoiduttava laaja-alaisesti ja toimittava uusilla yhteiskunnan ja kulttuurin 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 ruokakulttuurin 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

Yhteisesti sovitut asiat tuodaan viestinnällä johdonmukaisesti esille. Todelliset merkitykset ja hyödyt kerrotaan erilaisin keinoin eri kohderyhmille. Tarvitaan elämyksellistä, yllätyksellistä ja rohkeaa viestintää. Ruokakulttuurilla tulee olla vahva asema viestittäessä Suomesta sekä kotimaassa että maailmalla.

4. Ohjelman osa-alueet

Ohjelman osa-alueiden yksityiskohtaiset toimenpiteet on kuvattu toimintasuunnitelmassa, jossa määritellään kunkin osa-alueen tavoitteet, toimenpiteet, vastuutahot ja aikataulut.

4.1 Arvostuksen kohottaminen

Ruoan arvostus

Arkiruoan arvostuksen kohottaminen on ohjelman tärkein osa-alue, joka toisaalta on edellytys ja toisaalta mahdollistaja ohjelman muiden tavoitteiden saavuttamiseksi. Arvostus sanelee osaltaan sen, minkälaista ruokaa syömme, ymmärrämmekö ruoan merkityksen terveyteen tai olemmeko kiinnostuneita ruoan alkuperästä ja reitistä.

Jotta arvostus syntyisi, tulee mielenkiinto ruokaa kohtaan herättää esimerkiksi tuomalla ruokaketju lähelle kuluttajaa ja näyttämällä miten ja missä ja kuka ruoan on tehnyt, antamalla ruoan tekijöille kasvot. Kiinnostus 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 omaksutut 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 kohottaminen 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 huonon houkuttelevuuden vuoksi olla vaikeaa. Koko ketjun imagon nostaminen on tärkeää, jotta jokaista ketjun lenkkiä arvostettaisi ja jotta osaavaa työvoimaa saadaan kaikkiin ruokaketjun vaiheisiin.

Ammattiylpeys ja oman työn arvostus

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

Arvostuksen kohottaminen

Tavoitteena:

Ruoalle annetaan aikaa sekä kotona että julkisissa ruokapalveluissa. Hyvästä ja laadukkaasta ruoasta ollaan valmiit maksamaan. Kuluttajat ovat kiinnostuneita ruoasta, sen alkuperästä, reitistä, tuotantotavoista ja ympäristövaikutuksista. Huomiota kiinnitetään myös aiempaa enemmän kokonaisvaltaiseen hyvinvointiin, ruoan laatuun ja terveellisyys. 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:

- Aloitetaan päiväkodeissa ja kouluissa ruokaosaamisen ja ruokakulttuurin kampanjoita, kerhoja ja elintarvikealan kummitoimintaa
- Ohjelman teemat huomioidaan perusopetuksen sekä toisen asteen ammattikoulutuksen opetussuunnitelmien uusimisen yhteydessä
- Selvitetään ruokakulttuurikeskus Ruukun perustamismahdollisuudet

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 varmistamiseksi 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, arvostus elintarvikkeita ja niiden laadun eteen tehtyä työtä kohtaan ei lisääny mikäli kuluttaja ei tunne ketjun työtä tai miellä ketjun merkitystä

Laadun kehittäminen

Tavoitteet ovat Kansallisen elintarviketalouden laatustrategian tavoitteet:

- 1) Elintarvikeketjun kilpailukyky kasvuun
- 2) Yhteiskuntavastuullinen toimintapa vahvistuu elintarvikeketjussa
- 3) Elintarvikeketjun kilpailuetuja kehitetään edelleen
- 4) Kuluttajan tietämys ruokaketjun työstä ja kuluttajan valintojen merkityksistä lisääntyy

Ehdotuksia toimenpiteiksi:

- Jatketaan Elintarviketalouden laatustrategiaa, jonka toimintasuunnitelmassa määritellään tarkemmin tavoitteisiin johtavat toimenpiteet.
- Kehitetään kansainvälisen vertailun kestävä ja todennettava laatujärjestelmä, joka kertoo kuluttajalle ruoan tuotantotavan ja reitin.
- Kehitetään kestävyden mittarit elintarvikesektorille

4.3. Lähiruoan edistäminen

Lähiruoalle on useita määritelmiä, 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)”, ”lähiruokaa on ruoan tuotanto- ja kulutus, joka käyttää oman talousalueensa raaka-aineita ja tuotantopanoksia pyrkien mahdollisimman pieneen ekologiseen jalanjälkeen edistäen näin kestäväällä tavalla oman alueensa taloutta ja työllisyyttä (Pulliainen 2006)”. Lähikeittiöhanke (EkoCentria) määrittelee lähiruoksi elintarvikkeet, jotka ovat oman maakunnan tai alueen kannalta strategisesti merkittäviä. Eri määritelmissä korostuvat siten erityisesti aluetalouden, työllisyyden ja ympäristön kestävyden näkökulmat.

Omaleimaisen kansallisen ruokakulttuurin ulottuvuudet ovat rikkaan maakunnallisen ja seudullisen ruokakulttuurin tulosta. Lähiruoka tuotetaan, jalostetaan ja kulutetaan maakunnassa tai sen osassa tai useamman maakunnan alueella, jolloin se on ylimaakunnallista. Ylimaakunnallista tasoa voidaan pitää myös kansallisena tasona. Lähiruoka-käsitettä tulisi tarkastella edellä mainittujen tasojen näkökulmasta, jolloin lähiruoka merkitsee eri alueilla ja erilaisille asiakkaille, joilla on eri intresseistä lähteviä tarpeita, erilaisia asioita.

Lähiruokaa tuotetaan tavanomaisen, integroidun tai luonnonmukaisen tuotantotavan mukaisesti. Lähiruoka tuo lisäturvaa arkipäivän elintarvikehuollon kriiseissä sekä kansallisvaltion turvallisuuteen kohdistuvissa ja vaikuttavissa kriiseissä. Lähiruokan strateginen edistäminen tukee kansallista ruokahuoltoa, ruokakulttuuria sekä ylläpitää huoltovarmuutta EU- ja kansallisella tasolla. Huoltovarmuuden ylläpitäminen edellyttää, että maakunnalliset ja ylimaakunnalliset ruokaketjut pelloilta jalostavaan elintarvikeyritykseen ja kauppaan asti pidetään toimivina ja elinvoimaisina. Huoltovarmuuden kannalta strategisesti merkittävänä elintarvikeryhminä Suomessa voidaan pitää esimerkiksi perunaa, viljaa, juureksia, vihanneksia, maitoa, kasviperäisiä ruokaöljyjä, viljeltyjä marjoja ja hedelmiä, naudanlihaa, sianlihaa, siipikarjanlihaa, poronlihaa, kalaa ja keruutuotteita (sienet ja marjat).

Ruokahankintojen kestävyys ja ympäristönäkökulman huomioiminen ovat tulossa entistä tärkeämmiksi julkisella sektorilla. Kestävän kulutuksen ja tuotannon toimikunnan (2005) mukaan julkisen sektorin ammattikeittiöt velvoitetaan toimimaan edelläkävijöinä ja esimerkkeinä lähi- ja luomuruuan käytössä ja ottamaan elintarvikehankinnoissaan vastuu myös tuotteiden ympäristövaikutuksista. Koulut, sairaalat, päiväkodit sekä kuntien ja valtion virastot käyttävät noin 300 miljoonaa euroa ruokapalvelujen ostoon vuosittain. Lähellä tuotettuihin ja jalostettuihin elintarvikkeisiin käytetyt julkisen sektorin varat ovat investointi paitsi ympäristöön myös ruoan laatuun, kansanterveyteen, työllisyyteen, monipuolisen elintarvikeyrityksien sekä sitä tukevien yritysmuotojen kasvuun. Lisäksi julkisen sektorin ruokapalveluiden elintarvikevalinnat ylläpitävät alueellista ruokakulttuuria. Huoltovarmuuden näkökulmasta julkisen sektorin ruokapalveluilla on tärkeä rooli erityisesti varauduttaessa kriisitilanteiden elintarvikehuollon turvaamiseen. Kestävien julkisten hankintojen toimintaohjelma (2008) ohjeistaa julkisia elintarvikehankintoja ja suosittelee tuottamaan kestäviä tarjoomuksia, joilla tarkoitetaan mm. sesongin mukaisten, tuoreiden ja lyhyen toimitusketjun sekä luomu tuotteiden käyttöä ammattikeittiöissä. Lähi tuotteiden käytön lisääminen julkisen sektorin ruokapalveluissa on mahdollista, mutta vaatii sekä aluepoliittista tahtoa, lain tuntemusta että asennemuutosta suomalaisen ruoan puolesta.

Yleisen mielenkiinnon herääminen ruokaa kohtaan luo lähiruokalle uusia mahdollisuuksia kansallisten ja globaalien tuotteiden rinnalla. Ruoan merkityksen ymmärtäminen matkailussa sekä varsinaisen ruokamatkailun lisääntyminen luovat alueellista ruokakulttuuria edistäville elintarvikeyrityksille sekä kasvumahdollisuuksia lähialueen palveluyrittäjille.

Suomessa toimivista elintarvikeyrityksistä yli 90 % työllistää alle 20 henkilöä. Pienten, elintarvikkeita jalostavien yritysten määrä on kasvanut 2000-luvulla. Elintarvikelainsäädäntö koetaan useissa pk-yrityksissä vaikeaselkoiseksi. Mikroyritysten kannalta tuotantotilojen rakenteita, kunnossapitoa ja omavalvontaa koskevat säädökset ovat vaativia. 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 keski suurille yrityksille asetetaan kohtuuttomia vaatimuksia tai laiminlyödään hygienian ylläpitämisen kannalta välttämättömiä toimia.

Lähiruokan edistäminen

Tavoitteet:

1) Lähi- ja luomuruokaa enemmän 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) Lähiruokaa voi nykyistä helpommin hankkia eri jakelukanavien kautta (ruokapalvelut, tukku, päivittäistavarakauppa)

3) Selvitetään pk-yrityksiä koskevat keskeiset elintarvikelainsäädännön ja sen toimeenpanon ongelmat.

Ehdotuksia toimenpiteiksi:

- Selvitetään ja poistetaan lainsäädännöllisiä, tiedollisia ja käytännön esteitä lähiruoan tuotannon ja käytön edistämiseksi
- Jatketaan neuvontatyötä julkisissa ammattikeittiöissä

4.4. Luomuruoan edistäminen

Kiinnostus luomua kohtaan maailmalla on suuri ja yhä kasvussa. Myös Suomessa luomun menekki on kasvussa. Luomuruoan menekkiä Suomessa on hidastanut Suomen pienet markkinat, kehittämätön tuotevalikoima, tavanomaisesti tuotetun ruoan hyvä maine, rajoittunut sisäänosto kauppa- 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 suurta potentiaalia ja se tarjoaa myös pk-yrityksille vientiväylän luomu-merkin alla. Suomessa noudatettava eurooppalainen luomuvalvontajärjestelmä takaa luomutuotteen jäljitettävyyden tuotantopanksiin 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

Tavoitteet:

1) Luomustrategiaa toteutetaan ja seurataan luomustrategian tavoitteiden (2015) toteutumaa:

- Kotimaan vähittäiskaupan myynnissä luomuruoan osuus on 6 %.
- Kaikissa julkisen sektorin ammattikeittiöissä käytetään luomutuotteita.
- Yksityisellä sektorilla luomua käyttävien keittiöiden määrä kasvaa 15 % vuosittain.
- Suomen elintarvikeviennistä 10 % on luomua.

2) Luomu on luonteva osa elintarvikealan viestintää

Ehdotuksia toimenpiteiksi:

- Tuetaan luomustrategiatyötä, jossa keskeiset toimet keskitetään seuraaville osa-alueille: asiakaslähtöisyys, tehokas yhteistyö, oppiminen ja innovaatiot sekä kirkas profiili.
- Tuetaan luomun tutkimus ja kehitystoimintaa jalostusasteen nostamiseksi, uusien innovaatioiden kehittämiseksi sekä kysynnän ja tarjonnan kohtaamisen parantamiseksi

4.5 Ravitsemuskäyttämisen 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. Ravitsemuskäyttämisen ohjaamisessa tulisikin keskittyä ruokailutilanteeseen niin kodeissa, päiväkodeissa kuin kouluissa. Ravitsemuskäyttämisen ohjaamisen luonteen tulisi olla motivoivaa ja kannustavaa.

Tässä ohjelmassa toimenpiteet kohdistetaan erityisesti joukkoruokailuun, etenkin päiväkotit- ja kouluruokailuun. Ruokakulttuurin edistämishjelman, Lasten, nuorten ja perheiden hyvinvoinnin politiikkaohjelman sekä Terveyden edistämisen politiikkaohjelman tavoitteet ovat yhteneväiset. Tavoitteita ja toimenpiteitä painotetaan näiden ohjelmien linjauksien mukaisesti.

a) Perheiden ravitsemuskäyttämisen

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) Päiväkotit- ja kouluruokailu

Kodeissa luodaan pohja ruoan arvostukselle, ruokavalinnoille ja läpi elämän kestäville ruokailutottumuksille. Päiväkodeissa ja kouluissa vahvistetaan kodeissa luotua pohjaa. Koulu- ja päiväkotiruokailuun tulee olla ravitsemuksellisesti täysipainoista, maukasta ja sen nauttimiselle on annettava riittävästi aikaa. Kouluruokailuun 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, suoloista 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.

Ravitsemuskäyttämisen ja ruokaosaamisen ohjaaminen

Tavoitteena:

- 1) Perheillä 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) Opettajat syövät lasten kanssa kouluaterian
- 4) Mahdollisuuksia tuettuun työpaikkaruokailuun lisätään. Ruoka on henkilöstöruokaloissa ravitsemussuositusten mukaista ja nautittavaa. Ruoan ravitsemuksellinen laatu on yhtenä valintakriteerinä kun kilpailutetaan ruokahankintoja
- 5) Kuluttajat ovat kiinnostuneita laadukkaasta ja terveellisestä ruoasta ja ymmärtävät terveellisten ruokavalintojen yhteyden hyvinvoinnilleen. Kuluttajat lisäävät terveellisen ruoan valintoja.
- 6) Kotitalousopetusta aikaistetaan ja lisätään valinnaistuntien määrää
- 7) Päätäjät kunnissa ja julkisessa ruokahuollossa tiedostavat päätöstensä merkitykset

Ehdotuksia toimenpiteiksi:

- Sisällytetään äitiys- ja lastenneuvoloiden, päiväkotien ja opetusalan ammattilaisten koulutus- sekä täydennyskoulutusohjelmiin opetusta ja neuvontaa ruoasta hyvinvoinnin ja terveyden lähteenä.
- Selvitetään mahdollisuutta kotitalousopetukseen jo alemmilla vuosiluokilla ja kotitalousopetuksen kaikille yhteisen vuosiviikkotuntimäärän lisäämistä peruskoulussa ja lukiossa
- Kehitetään ruoan ravitsemuksellisen laadun indikaattorit sekä suositus niiden käytöstä ruokapalveluyritysten hankinnoissa, ruoanvalmistuksessa sekä lopputuotteessa

4.6. Elintarvikealan kansainvälistyminen

Suomalaisen elintarviketeollisuuden kansainvälistyminen on suurelta osin tapahtunut isojen yritysten toimesta erityisesti yritysostoina Itämeren ympäristössä 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 markkinoiden 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. Kansainvälisen tunnettuuden ja arvostuksen kasvattaminen lisää myös kansallista arvostusta ja myyntiä.

Suomalaisen elintarvikealan kansainvälinen menestyminen perustuu laadukkaaseen raaka-ainepohjaan, korkeatasoiseen teknologiaan, tuotekehitykseen ja turvallisuusosaamiseen. Elintarviketurvallisuus- ja laatuosaamisen vienti ovat tulevaisuuden mahdollisuuksia. Haasteina puolestaan ovat yrityskehityksen 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. Parhaillaan Tekes valmistelee ohjelmaa, jonka tavoitteena on lisätä elintarvikealan pk-yritysten liiketoiminnan kehittymistä ja innovaatiotoimintaa sekä parantaa yritysten kasvumahdollisuuksia erityisesti Suomen lähialueilla. Finfood - Suomen Ruokatieto ry:n ylläpitämällä Food from Finland -palvelulla on tavoitteena parantaa alan ulkomaista tiedotusta.

Yritysten, erityisesti pk-toimijoiden, kansainvälistymisvalmiuksia ja -prosesseja tulisi kehittää siten, että alan yritykset tunnistavat haasteet ja kykenevät hyödyntämään voimakkaasti muuttuvan ja globalisoituvan elintarviketalouden tarjoamia mahdollisuuksia. Elintarvikealan pk- yrityksillä on suuria kehittymistarpeita niin liiketoimintaosaamisessa kuin kansainvälistymisosaamisessakin. Rahoittajien, palveluntuottajien ja muiden yhteistyötahojen on autettava pk-yrityksiä vastaamaan näihin haasteisiin koordinoidusti ja yhteistyössä.

Kansainvälistymisen edistäminen
Tavoitteet:
1) Kansainvälistymisosaamisen taso nousee elintarvikealan yrityksissä

- 2) Vienti kasvaa
- 3) Ruoka on mukana kulttuurivientihankkeissa
- 4) Suomalaisen elintarvikealan imago on kansainvälisesti hyvä
- 5) Edustustoissa työskentelevien henkilöiden osaaminen suomalaisesta ruokakulttuurista on korkealla tasolla
- 6) Kehittäjäorganisaatioiden yhteistyö paranee

Ehdotuksia toimenpiteiksi:

- Tehdään elintarvikealan kansainvälistymisen kehittämissuunnitelma, jossa tarkastellaan laaja-alaisesti yritysten kansainvälistymistä ja elintarvikeosaamisen viennin edistämistä sekä tehdään konkreettinen esitys kehittämistoimenpiteiksi.
- Suomalainen ruokakulttuuri otetaan mukaan kulttuurivientihankkeisiin
- Ruoka-alan imagon rakentamiseen panostetaan ja vastuutahot selvitetään.
- Parannetaan edustustojen osaamista suomalaisesta ruokakulttuurista (esim. kokkien ja henkilökunnan koulutukset).

5. Ohjelman arviointi

Suomalaisen ruokakulttuurin edistämishjelman vaikuttavuuden arviointia tehdään niin toimijoiden kuin kuluttajienkin keskuudessa. Myös ulkoista Suomen ruokakuvaa ja sen kehittymistä arvioidaan. Ohjelman arviointia ja tavoitteiden saavuttamista mitataan liitteessä 1 esitetyin mittarein.

6. Organisointi, resursointi, aikataulus ja yhteydet muihin ohjelmiin

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

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 mittareiden määrittelystä. Ohjausryhmä tekee esityksiä maa- ja metsätalousministeriölle ohjelman varojen allokoinnista, laatii tarvittaessa hanke-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 tulevilla kysymyksillä ja ohjelman toimeenpanossa. Ohjelman pääsihteeri vastaa ohjelman käytännön toteutuksesta ja koordinaatiosta.

Ohjausryhmän työn tueksi kutsutaan asiantuntija-apua sekä neuvoa-antavia puhemiehiä ja -naisia, jotka 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 määrärahojen perustelut niin, että ne tukevat ohjelman tavoitteita.

Ohjelman tavoitteet ja toimenpiteet synkronoidaan muihin käynnissä oleviin ohjelmiin kuten Terveystieteiden edistämisen politiikkaohjelma, Lasten, nuorten ja perheiden hyvinvoinnin politiikkaohjelma, Valtioneuvoston periaatepäätös terveyttä edistävän liikunnan ja ravinnon kehittämislinjoista, Kansallinen elintarviketalouden laatustrategia, Elintarvike- ja ravitsemusohjelma ERA, Maaseutupoliittinen erityisohjelma 2007–2010, Kestävät julkiset hankinnat toimintaohjelma, Elintarvikealan pienyrityksien imagon parantaminen ja menekinedistäminen (Ruoka-Suomi), Luomumarkkinoiden kehittämisen strategiset tavoitteet 2007–2015, Ny Nordisk Mat-ohjelma, Osaamiskeskusohjelma, Tekesin sekä työ- ja

elinkeinoministeriön pk-yritysten kasvuohjelmat, Kuluttajapoliittinen ohjelma vuosille 2008-2011, Lapsi- ja nuorisopolitiikan kehittämisohjelma 2007-2011, Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelma 2007-2013.

Ohjelmaa arvioidaan seuraavilla mittareilla:

Arvostuksen kohottaminen
<ul style="list-style-type: none"> - Asennekyselyt (arvostus ruokaa, lähiruokaa, luomuruokaa, ruoan tekijöitä kohtaan) - Alan opiskelupaikkojen säilyminen, alan opiskelijoiksi ensisijaisesti hakeutuvien ja valmistujien määrät - Elintarvikeketjun työllistävyys - Kouluruoan nauttimiseen käytetty aika, kouluruokailuun käytetyt määrärahat - Mediaseurannan mittarit sekä kotimaassa että ulkomailla
Laadun kehittäminen
<ul style="list-style-type: none"> - Tutkimus- ja kehittämismenot, elintarvikkeiden hintakehitys, omavaraisuus - Ketjujen ilmastonmuutosvaikutus, eläinten hyvinvointimittari, elintarviketurvallisuuden mittari - Nimisuojuuttujen tuotteiden lukumäärä
Lähiruoan edistäminen
<ul style="list-style-type: none"> - Kestävät julkiset hankinnat -suosituksen tavoitteiden seurantamittarit - Pk-yritysten tuotteiden osuus kaupan ja tukkujen valikoimissa
Luomuruoan edistäminen
<ul style="list-style-type: none"> - Luomun osuus kotitalouksien ruokaostoista ja ammattikeittiöiden ruokatarjoilusta, - Luomun osuus viennistä, sekä luomuviennin arvon kehitys - Luomupeltoala, luomukotieläinsopimusten määrä
Ravitsemuskäyttötymisen ja ruokaosaamisen ohjaaminen
<ul style="list-style-type: none"> - Kasvien ja marjojen ja hedelmien sekä kotimaisen kalan kulutusluvut, kasvis/ravintotasetiedot - Kansanterveyden mittarit (KTL, yht. Terveiden edistämisen 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 ja kilpailutuksiin
Kansainvälistymisen edistäminen
<ul style="list-style-type: none"> - Elintarvikkeiden vientiluvut (viennin arvon kehitys) - Asenne ja mielikuvamittaukset ulkomailla