



RAPORTTEJA 177

LUOMUPERUNAA ONNISTUNEESTI AMMATTIKEITTIÖIHIN

HANNA-MAIJA VÄISÄNEN JA SARI IIVONEN



LUOMUPERUNAA ONNISTUNEESTI AMMATTIKEITTIÖIHIN

HANNA-MAIJA VÄISÄNEN JA SARI IIVONEN

Julkaisija Helsingin yliopisto
Ruralia-instituutti
www.helsinki.fi/ruralia

Kampusranta 9 C
60320 SEINÄJOKI

Lönnrotinkatu 7
50100 MIKKELI

Sarja Raportteja 177

Kannen kuvat Pixabay

ISBN 978-951-51-3753-1 (pdf)

ISSN 1796-0630 (pdf)

ESIPUHE

Luomuperunan käyttöä ammattikeittiöissä estää luomuperunan heikko saatavuus suurempina erinä, korkea hinta ja ennen kaikkea alhainen jalostusaste. Ammattikeittiösektorilla vaatimukset perunan osalta ovat kasvaneet niin, että nykyvaatimuksien mukaan perunan on oltava vähintään pestyä, mielellään kuorittua, pilkottua tai jopa esikypsennettyä. Luomuperunan tuottajat eivät ole nähneet ammattikeittiöitä kiinnostavina asiakkaina jalostustoiminnan työläyden, investointivaatimusten ja toisaalta jalosteista maksettavan alhaisen hinnan takia. Edellisistä asioista huolimatta jotkut tuottajat ovat kuitenkin löytäneet ammattikeittiöistä asiakkaat ja ammattikeittiöt saavat haluamaansa perunatuotetta. Miten se on onnistunut ja mitkä ovat olleet edellytykset onnistuneeseen liiketoimintasuhteeseen?

Tässä tutkimuksessa tarkastellaan menestyksellisten luomuperunantoimitusketjujen ja liiketoimintasuhteiden rakentumista ja tekijöitä niiden onnistumiseen niin tuottajan kuin loppukäyttäjän eli ammattikeittiön näkökulmasta. Raportin lopussa on käytännön ohjeita ja suosituksia siitä, miten sekä luomuruokaperunan tuottajat että ammattikeittiöt voivat rakentaa onnistuneita luomuperunaketjuja.

Tämä tutkimus oli osa Peruna-alan yhteistyöryhmän (PAYR) koordinoimaa peruna-alan hanketta ”Perunan menekinedistämisen, tiedotuksen ja koulutuksen edistäminen”, jossa mukana olivat Perunantutkimuslaitos, Helsingin yliopisto Ruralia-insituutti, ProAgria, Turun yliopisto, Kaffeli ry ja Klåvus Group Oy Ab. Hanke toteutettiin vuosien 2016–2017 aikana ja sen rahoitti Maa- ja metsätalousministeriö, Maaseutuviraston valtionavustusvaroista ruokaketjun toiminnan edistämiseen peruna-alalla.

Työryhmä kiittää rahoittajaa ja kaikkia haastatteluihin osallistuneita tahoja.

Mikkelissä joulukuussa 2017

Tekijät

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ	7
ABSTRACT	9
1 JOHDANTO	11
2 LUOMUPERUNA SUOMESSA	13
2.1 Luomuperunatuotanto Suomessa.....	13
2.2 Luomuperunan ja -kasvien tarjontaverkostot Suomessa.....	15
2.3 Luomuperunan käyttö ammattikeittiöissä.....	16
3 TYÖN TOTEUTUS	18
3.1 Haastattelut.....	18
4 LUOMUPERUNAKETJU AMMATTIKEITTIÖN NÄKÖKULMASTA	19
4.1 Ammattikeittiöiden kuvaus.....	19
4.2 Luomuperuna ammattikeittiössä.....	19
4.2 Luomun ja luomuperunan tulevaisuus ammattikeittiön näkökulmasta.....	21
5 LUOMUPERUNAKETJU TUOTTAJAN NÄKÖKULMASTA	22
5.1 Tuottajien kuvaus.....	22
5.2 Tuottajan/yrityksen ja ammattikeittiön liikesuhteen kuvaus.....	22
5.3 Luomun ja luomuperunan tulevaisuus tuottajan näkökulmasta.....	24
6 JOHTOPÄÄTÖKSET	25
6.1 Onnistuneen luomuperunaketjun onnistumisen edellytykset.....	25
7 LOPUKSI	27
KIRJALLISUUS	28

TIIVISTELMÄ

Luomuruokaperuna (301 ha) on yksi viljelypinta-alaltaan yleisempiä luomukasviksia luomuporkkanan ja -sipulin jälkeen Suomessa. Luomuruokaperuna menee pääsääntöisesti vähittäistavara kauppaan, mutta ammattikeittiöt ovat myös yksi ostajaryhmä. Luomuperunan käyttöä ammattikeittiöissä estää luomuperunan heikko saatavuus suurempina erinä, korkea hinta ja ennen kaikkea alhainen jalostusaste. Ammattikeittiösektorilla vaatimukset perunan osalta ovat kasvanut niin, että nykyvaatimuksien mukaan perunan on oltava vähintään pestyä, mielellään kuorittua, pilkottua tai jopa esikypsennettyä. Luomuperunan tuottajat eivät ole nähneet ammattikeittiöitä kiinnostavina asiakkaina jalostustoiminnan työläyden, investointivaatimusten ja toisaalta jalosteista maksettavan alhaisen hinnan takia. Tällä hetkellä ammattikeittiöiden toimintamalli ja tuotemarkkinat ovat rakennettu tietyllä tavalla jalostetuille, tietyn hintaisille ja tietynlaisen logistisen ketjun kautta kulkeville tuotteille. Luomutuotteet eivät yleensä täysin täytä näitä ammattikeittiöiden kaikkia vaatimuksia.

Tästä huolimatta jotkut luomutuottajat ovat kuitenkin löytäneet ammattikeittiöistä asiakkaat ja ammattikeittiöt ovat saaneet haluamansa luomuperunatuotteen. Tässä tutkimuksessa on tarkasteltu menestyksellisten luomuperunan toimitusketjujen ja liiketoimintasuhteiden rakentumista sekä tekijöitä niiden onnistumiseen niin tuottajan kuin loppukäyttäjän eli ammattikeittiön näkökulmasta.

Luomuperunaa käyttävät ammattikeittiöt, jotka ovat lähtökohtaisesti luomuun sitoutuneita. Syitä luomuperunan käyttöönottoon ammattikeittiöissä olivat mm. sen edullisuus ja käytön helppous, ympäristöohjelman toteuttaminen, eettisten periaatteiden noudattaminen tai laadukkaamman vaihtoehdon tarjoaminen. Luomu voi toimia myös viestinä laadukkaammasta ja paremmasta ruuasta.

Tyypillisin luomuperunatuote, jota ammattikeittiöt käyttivät ja jota tuottajat tarjosivat, oli pesty

kuorellinen peruna. Sitä käytettiin tavanomaisen perunan tavoin. Syiksi kuorimattoman perunan käyttöön kerrottiin muun muassa, että ei ollut mahdollisuuksia saada jalostettua luomuperunaa ja päiväkodeissa perunan kuoriminen kehittää lasten motorisia taitoja. Kuoren ei koettu olevan ongelma, varsinkin, jos se oli ohut tai ruoanlaittotapa salli kuoren. Toisaalta kuoriperunan nähtiin edustavan perunaa parhaimmillaan.

Ammattikeittiöt mainitsivat luomuperunan käyttöönottamiseen liittyneen joitakin muutostarpeita omassa toiminnassaan. Näitä olivat esimerkiksi tilausrytmin sovittaminen toimintaan, tarkempi raaka-ainelaskenta ja ruokalistamietintä. Keittiöt arvostivat luomuperunassa laatua: tuoreutta, ulkonäköä ja makua. Lisäksi tärkeitä asioita keittiön näkökulmasta perunan käyttöönotossa ovat perunan käytettävyyden ruoanlaitossa, lajikeominaisuudet, mukulan sopiva koko, turvallisuus ja jalostusaste. Juuri näissä edellä mainituissa asioissa toivottiin kehittymistä, jotta saataisiin luomuperuna paremmin kohtaamaan ammattikeittiön tarpeet.

Luomuperunan tuottajat olivat tietoisia tuottamansa luomuperunan laadusta. He nostivat esille luomuperunan etuina maun, terveellisyyden ja sopivat lajikkeet. Pääsääntöisesti tuottajilla oli mahdollista toimittaa vain pestyä kuorellista perunaa. Useimmissa tapauksissa tuottaja kuljetti perunan itse perille. Tyypillinen toimitustiheys oli 1–2 krt/vko tai harvemmin. Haasteeksi tuottajat mainitsivat kannattavuuden.

Tutkitut luomuperunaketjut (tuottaja-ammattikeittiöketju) olivat menestyksekkäitä, koska tuottaja ja ammattikeittiö olivat löytäneet toisensa, toimijoilla oli toisiinsa keskusteluyhteys, ammattikeittiö oli sitoutunut luomuun sekä luomuperunan käyttöön. Ennen kaikkea keskeistä onnistumisessa oli se, että luomuperunaketju toi lisäarvo kummallekin osapuolelle, vaikkakin jouduttiin tekemään ”myöntytyksiä” puolin ja toisin.

ABSTRACT

THE SUCCESSFUL POTATO CHAIN FROM FARMERS TO PROFESSIONAL KITCHENS

The organic potato is one of the most general organic vegetables cultivated in Finland. The organic potato is typically marketed through retail sale, but the professional kitchens are also one group of buyers for growers.

The use of the organic potato in the professional kitchens is prevented by the weak availability of the organic potato, by the high price and above all by the low degree of processing. In the sector of professional kitchens the requirements for the potato have tighten so that at the present the potato must be at least washed and peeled, chopped or even pre-cooked. On the other hand, organic potato growers are reluctant to start processing because of the necessary expensive investments and the low price of the processed potato. At the moment the rationalized operation model of professional kitchens is built to semi-manufactured and processed products in certain price level and with a certain logistic chain. The organic products do not meet all these demands of professional kitchens requires.

In spite of this some organic producers have found the professional kitchens, however, and the professional kitchens get the suitable organic potato product. In this study the successful delivery chains and business relationship of the organic potato and factors for their success have been examined from the point of view of a producer and the professional kitchen.

Professional kitchens using the organic potato and are committed to organic food per se. Some of the reasons for the introduction of the organic potato in the professional kitchens were, among others, its inexpensiveness and easiness of the use. Other reasons were that by the organic potato they were able to carry out of the environmental programme, follow the ethical principles or to offer a more high-quality alternative. Organic food can act also as a message about the more high-quality food.

The most typical organic potato product that the professional kitchens used and which the producers offered was the washed unpeeled potato. It

was used like potato usually. As the reasons for use of the unpeeled potato it was told among others that there were no opportunities to get the more processed organic potato and in the day nurseries the peeling of the potato develops the motor skills of the children. The unpeeled potato was seen suitable for certain kind of cookery and represented the potato at best.

In the deployment of the organic potato the professional kitchens mentioned that there were need for some changes in their operation.. These were for example need for more exact calculation of raw material and menu planning. The kitchens appreciated quality in the organic potato: freshness, appearance and taste. Furthermore, the important matters from the kitchen's point of view in the introduction of the potato were the usability of the potato, the variety properties, the suitable size of the tuber, safety and degree of processing in the cooking. In these above mentioned matters, in particular development was hoped for so that an organic potato would better meet the needs for the professional kitchen.

The producers of the organic potato were aware of the quality of the organic potato they grow. They highlighted the taste, healthfulness and suitable varieties as the advantages of the organic potato. In most cases the growers were able to deliver only unpeeled and washed potato, and the producer transported the potato there himself. The typical delivery density was 1–2 times per week or less often. The producers mentioned the profitability as a challenge.

The examined organic potato supply chains were successful because the producer and professional kitchen had found each other, the actors had a dialogical connection to each other, the professional kitchen had committed to organic food and into the use of the organic potato. Above all it was central in the success, to create surplus value to both of the party, even though "concessions" had to be made on both sides.

1 JOHDANTO

Luomuruokaperuna (301 ha) on yksi viljelypinta-alaltaan yleisempiä luomukasviksia luomuporkkanan ja -sipulin jälkeen Suomessa. Vuonna 2017 luomuperunan hyväksytty tuotantoala oli kaikkiaan 736,4 ha. Vastaavasti tavanomaisesti viljellyn perunan kokonaispinta-ala oli 21 335 ha. Koko perunan-tuotantoalasta luomun osuus on 3,5 %.

Iivonen ym. (2014) tekemän luomukasvisten ja -perunan tarjontaketjuseelvityksen mukaan luomukasvikset kanavoituvat tällä hetkellä suurimmaksi osaksi kuluttajamarkkinoille. Syitä tähän ovat kuluttajamarkkinoilla luomukasviksista maksettava hyvä hinta ja alhainen jalostusaste. Kuluttajamarkkinoilla näyttäisi olevan tapahtunut jakaantuminen kahteen toimintatapaan: suuremmat luomutoimijat, joita on lukumääräisesti vähän, ovat valinneet tukkutoimitukset ja valtakunnan jakelun, ja vastaavasti lukumääräisesti suuri joukko pieniä luomuskasvituottajia toimittavat tuotteensa suoraan vähittäiskaupan toimipisteisiin, ruokapiireille, yksityisen sektorin ammattikeittiöille tai myyvät tuotteita toreilla. Kuvaavaa pienten luomutilojen kohdalla siis on, että tarjontaverkosto on paikallisella tasolla.

Perunalla on edelleen keskeinen asema suomalaisessa ammattikeittiössä. Suomessa moni kunta on asettanut tavoitteekseen nostaa luomun osuutta julkisissa ruokapalveluissa. Kaikkiaan luomujuuresten ja -perunan kohdalla Suomessa julkisten ostojen osuus on toistaiseksi vähäinen. Sen vuoksi ammattikeittiösektori voisi tarjota suuren potentiaalilin lisätä esimerkiksi luomuperunan menekkiä (Iivonen ym., 2014). Ammattikeittiöiden yleisimmät hankintakanavat ovat erityyppiset tukut. Perunantoimittajat voivat olla myöskin tuottaja-jalostajayrittäjiä, jotka toimittavat perunan ja mahdollisesti muita juurestuotteita suoraan keittiöihin. Luomualkutuotannossa yhtenä ongelmana volyymin kasvattamiselle onkin ollut epävarmuus tuotettujen raaka-aineiden menekistä (Nuutila ym., 2013). Koska tilatasolla luomuruokaperunapintaalat ovat pääsääntöisesti pieniä ja hajallaan maantieteellisesti sekä erilaiset ammattikeittiöt käyttävät erityyppisiä hankintakanavia, olisi syytä selvittää millaiset edellytykset erilaisilla tiloilla on toimittaa erityyppisiin ammattikeittiöihin luomuperunaa.

Luomuperunan käyttöä ammattikeittiöissä estää aikaisempien selvityksien mukaan luomuperunan heikko saatavuus suurempina erinä, korkea hinta ja ennen kaikkea alhainen jalostusaste (Iivonen ym., 2014). Ammattikeittiösektorilla vaatimukset perunan osalta ovat kasvaneet niin, että nykyvaatimusten mukaan perunan on oltava vähintään pestyä, mielellään kuorittua, pilkottua tai jopa esikypsennettyä. Edellisen lisäksi luomuperunan käytön lisääminen ammattikeittiöissä edellyttää yhä parempaa raaka-aineen saatavuutta, laadun tasaisuutta läpi vuoden sekä lajikkeiden testaamista ja kehittämistä suurkeittiön tarpeisiin (Nuutila ym., 2013).

Luomuperunan tuottajat eivät ole nähneet ammattikeittiöitä kiinnostavina asiakkaina, vaikka niille tuottajat voisivat tarjota pidempiaikaisia ja säännöllisiä toimituksia. Suurkeittiötoimitusten vaatima jalostustoiminta ei ole nähty kiinnostavana sen työläyden, investointivaatimusten ja toisaalta jalosteista maksettavan alhaisen hinnan takia (Iivonen ym., 2014). Juureskasvien (ml. perunan) jalostuslaitoksia kuitenkin on, jolloin luomuperunan jalostusasteen nostaminen olisi mahdollista. Todennäköistä on, ettei luomusääntöjen sallimaa ali-hankintamahdollisuutta vielä tunneta kovin hyvin.

Edellä mainituista asioista huolimatta jotkut luomutuottajat ovat kuitenkin löytäneet ammattikeittiöistä asiakkaat ja ammattikeittiöt saavat haluamaansa luomuperunatuotetta. Miten se on onnistunut ja mitkä asiat ovat olleet edellytyksenä onnistuneeseen liiketoimintasuhteeseen?

Tämän osahankkeen tavoitteena oli luomuruokaperuna-alan kilpailukyyn ja kannattavuuden parantaminen sekä menekinedistäminen tunnistamalla onnistuneita luomuperunakäytäntöjä tuottajan ja ammattikeittiön välillä ja levittämällä niistä tietoa. Hankkeessa kartoitettiin ja analysoitiin menestyksellisten luomuperunantoimitusketjujen ja liiketoimintasuhteiden rakentumista ja syitä niiden onnistumiseen haastatteleamalla tuottaja/yrittäjä-ammattikeittiöasiakas -pareja.

Tutkimuksen tavoitteina oli etsiä vastauksia seuraaviin kysymyksiin:

- Miten onnistuneet luomuperunatoimitusketjut ovat syntyneet/rakentuneet?

12 LUOMUPERUNAA ONNISTUNEESTI AMMATTIKEITTIÖIHIN
HANNA-MAIJA VÄISÄNEN JA SARI IIVONEN

- Mitkä asiat ovat olleet edellytyksenä onnistuneeseen liiketoimintasuhteeseen?
- Mitä ovat ne tavat toimia, joilla luomuruokaperunatuottajat voisivat saada jalansijaa ammattikeittiöiden toimittajina?

Näiden vastausten avulla tuotettiin menettelytapasuosituksia siitä, miten luomuruokaperunan tuottajat ja ammattikeittiöt voivat rakentaa onnistuneita luomuperunaketjuja, sekä kehittämissuhteita onnistuneiden luomuperunaketjujen lisäämiseksi Suomessa.

2 LUOMUPERUNA SUOMESSA

2.1 LUOMUPERUNATUOTANTO SUOMESSA

Luomuperunan viljelypinta-alat ovat Suomessa kasvaneet vuodesta 2010 lähtien (Kuvio 1). Vuonna 2017 luomuperunan hyväksytty tuotantoala oli 736,4 ha. Vastaavasti tavanomaisesti viljellyn perunan pinta-ala oli 21 335 ha. Koko perunan tuotantoalasta luomun osuus on 3,5 %. Luomuna viljellään ruoka-, varhais-, tärkkelys- ja ruokateollisuusperunaa. Tällä hetkellä pinta-alallisesti luomuna viljellään eniten tärkkelysperunaa ja toiseksi eniten ruokaperunaa. (Mavi, 2017) Taulukossa 1 on esitetty luomuhyväksytyt pinta-alat perunan tuotantosuunnittain.

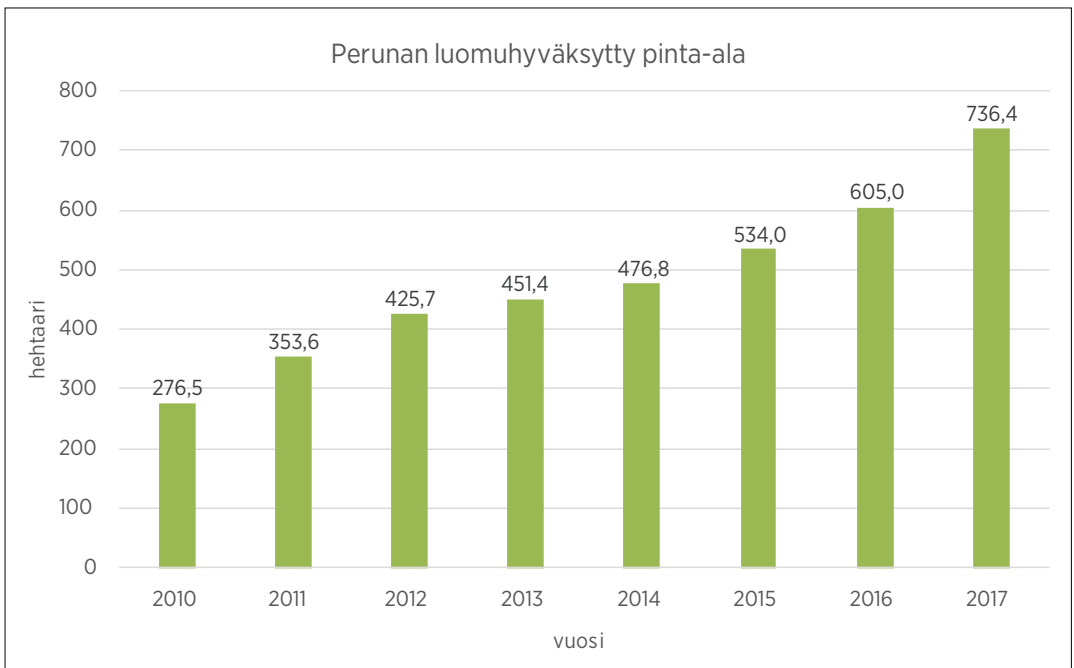
Tässä tutkimuksessa on tarkasteltu erityisesti luonnonmukaisesti viljelty ruokaperunaa. Luomuruokaperunan tuotantopinta-ala on vuosi vuodelta vähittäin kasvanut. Vuonna 2017 luomuruokape-

Taulukko 1. Luomuperunatilojen vuoden 2017 viljelyalat jakautuvat seuraavasti:

Perunan tuotantosuunnat	ha
Ruokaperuna	301,4
Tärkkelysperuna	359,0
Varhaisperuna	5,5
Ruokateollisuusperuna	0,9
Muu peruna	60,6
	736,4

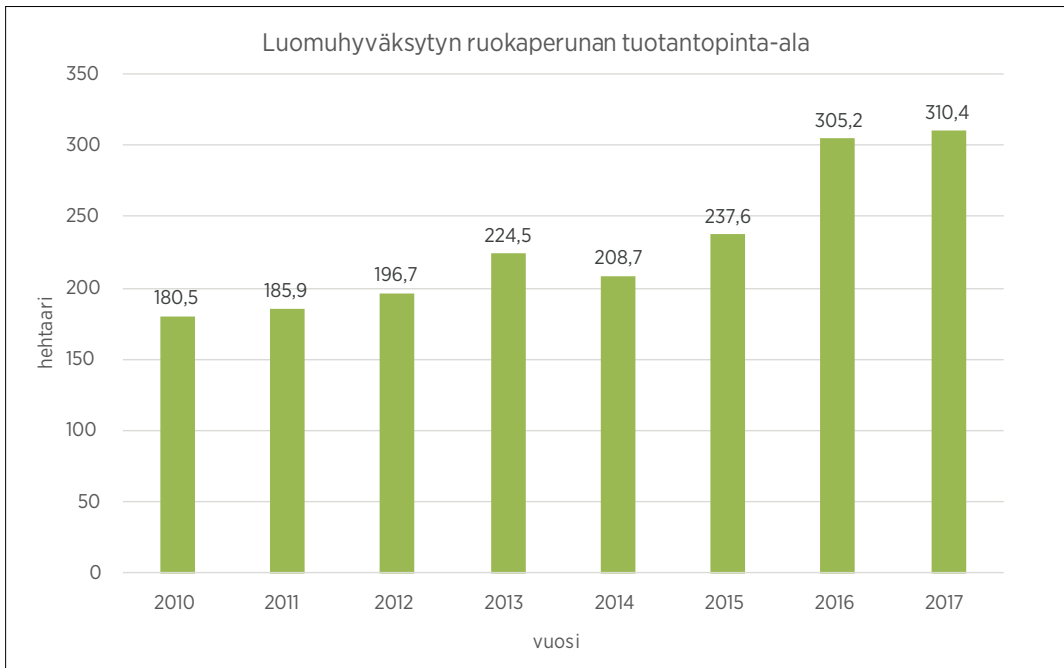
Lähde: Mavi, 2017.

runan luomuhyväksytty tuotantopinta-ala oli 301,4 hehtaaria. Samalla ajanjaksolla tavanomaisen ruokaperunan tuotantopinta-alat ovat vastaavasti laskeneet.



Kuvio 1. Luomuhyväksytyin perunan tuotantoalan kehitys v. 2010–2017. Lähde: Mavi, 2017.

14 LUOMUPERUNAA ONNISTUNEESTI AMMATTIKEITTIÖIHIN
HANNA-MAIJA VÄISÄNEN JA SARI IIVONEN



Kuvio 2. Luomuhyväksytyyn ruokaperunan tuotantoalan kehitys v. 2010–2017. Lähde: Mavi, 2017.

Tavanomaisen perunan tuotanto on jakautunut siten, että ruokaperunan osuus on 59 %, tärkkelysperunan 29 % ja muiden 12 % (Mavi, 2017). Perunan

tuotanto on keskittynyt länsirannikolle: perunasta noin 70 % viljellään Pohjanmaalla.



Keskimääräinen luomuperunasato on 13 700 kg/ha, kun se tavanomaisessa perunantuotannossa on 27 800 kg/ha. Luomuperunan sato vaihtelee suuresti kasvitautien ja sääolosuhteiden vuoksi. Luomuperunantuotannossa suurin ongelma on perunarutto, jonka torjunta luomutuotannossa on erittäin haasteellista. Pahoina ruttovuosina sato on jäänyt alle 10 000 kg/ha, kun taas kuivina vuosina, jolloin perunaruttoa on vähemmän, keksimääräinen luomuperunasato on ollut 15 900 kg/ha. (Iivonen ym., 2014)

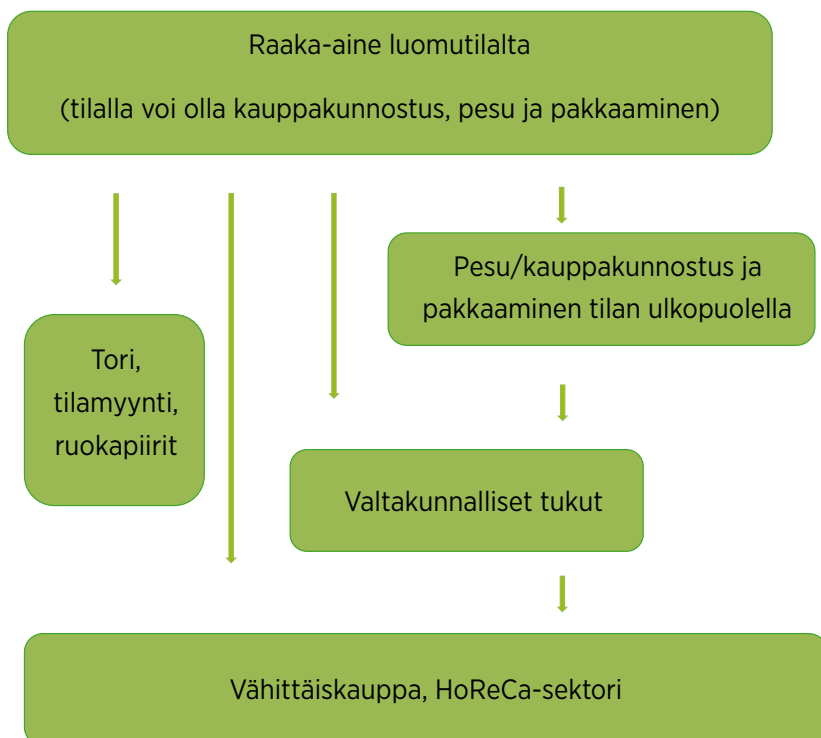
2.2 LUOMUPERUNAN JA -KASVISTEN TARJONTAVERKOSTOT SUOMESSA

Luomukasvien ja -perunan tarjontaverkoston toimivuutta selvitettiin Suomessa pari vuotta sitten maa- ja metsätalousministeriön Laatuketjun rahoittamassa ”Kannattava tuotanto, toimivat myynti- ja jakelukanavat sekä markkinamekanismit luomukasviksilla” -hankkeessa. Selvityksessä kävi ilmi, luomukasvien korkea hinta ja alhainen jalostusaste ohjaavat tuotteet pääsääntöisesti kuluttajamarkkinoille, jossa on tapahtunut jakaantumista kahteen toimintatapaan; suoramarkkinoitiin

ja markkinoitiin tukkujen kautta. Pienet toimijat (tuotantopinta-ala alle 1 ha) suosivat suoramarkkinoimista ja myyntiä paikallisella tasolla: torimyynti, vähittäiskaupan myyntipisteet, pienet ammattikeittiöt (koulut, päiväkodit, ravintolat), ruokapiirit tai tilamyynti. Suuremmille toimijoille tukut tarjoavat puolestaan hyvän jakelukanavan. (Iivonen ym., 2014)

Tuotteiden toimitusketju on Suomessa hyvin yksinkertainen: pienet toimijat suosivat suoramarkkinoimista, jolloin he toimittavat toimitukset itse yleensä viikkotoimitusperiaatteella ja suuremmat toimijat ostavat rahtipalvelun suuremmalle toimitusmäärälle kerralla. (Iivonen ym., 2014) Kuviossa 3 on esitetty tyypilliset luomukasviksien ja -perunan jakeluväylät Suomessa.

Jalostusta ei selvityksen mukaan yleisesti ottaen pidetty houkuttelevana vaihtoehtona, sillä kotimaisen jalostamattoman luomukasviksen tuottajahinta on ollut yleisesti ottaen hyvällä tasolla. Jalostustoiminta ei ole koettu kiinnostavaksi sen työläyden, investointivaatimusten ja toisaalta jalosteista maksettavan alhaisen hinnan takia. Luomukasvikset myydäänkin pääosin jalostamattomina, korkeintaan pestyinä. Jalostus voidaan nähdä kuitenkin merkityksellisenä hävikinhallinnan näkökulmasta. Jos hävikkiin menevä tavara voidaan ohjata järkevästi jalostukseen, sillä voi olla merkitystä tilan tuo-



Kuvio 3. Kotimaisten luomukasvien tyypilliset jakeluväylät.

tannon kannattavuuden parantamisessa. Luomukasvisten alhaisen jalostusasteen ja korkean hinnan todettiin vaikeuttavan niiden käyttöä ammattikeittiösektorilla. (Iivonen ym., 2014)

Juuresten ja perunan toimittaminen suurkeittiöille edellyttää, että tuotteet ovat vähintään pestyjä ja kuorittuja. Suurkeittiöiden tehokkuusvaatimusten lisääntymisen myötä yhä enemmän kasvistenkin tulisi olla esimerkiksi pilkottuja tai jopa esikypsennettyjä. Jalostustason nousun vuoksi suurkeittiöiden osuus ostajina on vähentynyt. Osa tuottajista on luopunut kokonaan suurkeittiöasiakkaista siksi, että asiakkaiden odotusten täyttämiseksi jalostusastetta pitäisi nostaa ja tuottajalla itsellään ei ole jalostuslaitteistoja ja tiloja. Tuottajat toimittavat sellaisille suurkeittiöille, jotka pystyvät käsittelemään jalostamatonta raaka-ainetta. Käytännössä tämä rajoittuu pestyn luomuperunan toimittamiseen. (Iivonen ym., 2014)

2.3 LUOMUPERUNAN KÄYTTÖ AMMATTIKEITTIÖISSÄ

Luomutuotteiden käyttö on yleisintä Portaat luomuun -ohjelmassa mukana olevissa keittiöissä. Portaat luomuun on ammattikeittiöille suunnattu vapaaehtoinen ohjelma, joka tukee keittiöiden pyrkimystä kestäviin valintoihin opastaen keittiöitä

käyttämään luomuraaka-aineita jatkuvasti, mutta lisäämään niiden käyttöä portaittain (Portaat Luomuun, 2017). Tällä hetkellä ohjelmassa on mukana 2433 ammattikeittiötä, joista julkisia on 1926 ja yksityisiä 506. Eniten ohjelmaan on liittynyt päiväkoiteja (1053 kappaletta). Valtaosa keittiöistä on portailla 2 (portaat 1–6). (Luomua ravintola, 2017a) Se tarkoittaa, että keittiössä käytetään vähintään kahta (2) merkittävää raaka-ainetta pysyvästi luomutuotteina. Lisäksi käytetään muita luomutuotteita mahdollisuuksien mukaan. Portaalla 2 viitteellinen luomun käyttöprosentti on 3–20 %. Portaalla 6 olevissa keittiöissä puolestaan käytetään runsaasti luomutuotteita jokaisesta raaka-aineryhmästä. Tavanomaisia tuotteita käytetään vain silloin, jos luomuvaihtoehtoja ei ole saatavissa. Viitteellinen luomun käyttöprosentti on 85–100 %. (Luomua ravintola, 2017b)

Vuonna 2016 luomutuotteita käytti vähintään viikoittain yli kolmannes ammattikeittiöistä. Päivittäin luomuraaka-aineita käytti 17 % ammattikeittiöistä. Useimmiten luomua käytetään henkilö- sekä ruokaravintoloissa ja maantieteellisesti pääkaupunkiseudulla. Julkisista keittiöistä eniten luomua käyttävät päiväkodit; peruskouluissa ja toiseen asteen oppilaitoksissa luomua tarjotaan jo jonkin verran. Ammattikeittiöt kertoivat tärkeimmäksi syyksi käyttää luomua hyvän maun, mutta myös eettisyys ja ympäristöasioiden huomioiminen ovat tärkeitä. (Luomu.fi, 2017)



Luomuraaka-aineista ammattikeittiöt käyttävät eniten viljatuotteita, maitoa ja maitovalmisteita sekä vihanneksia ja kasviksia. Luomuperuna oli viime vuonna kahdeksan käytetyimmän tuotteen joukossa (Luomua Ravintola, 2017c). Ottaen huomioon, että peruna on perusraaka-aineitamme, on vain jonkin verran ammattikeittiöitä, jotka käyttävät luomuperunaa säännöllisesti. Luomuperunaa käyttävät päiväkodit, ravintolat, koulut (eri asteet), seurakunnat ja erilaiset yhteiskunnallisiin tukimuotoihin kuuluvat tukipalvelut.

Pari vuotta sitten tehdyn luomukasvisten ja -perunan tarjontaverkostoselvityksen mukaan suurimmat haasteet luomujuuresten hankinnassa on suurien hankintayksiköiden näkökulmasta riittävä määrä, oikea jalostusaste ja julkisen sektorin määrärahojen riittävyys luomuvaihtoehdon hankkimiseen. Julkiset ammattikeittiöt hankkivat luomukasvikset yleisimmin erityyppisten tukkujen kautta. Keittiöt eivät useinkaan tunne tuotteita ja tuottajia tuotteiden takana, joten tukkujen rooli luomutuotteiden esiintuomisessa on ratkaisevaa. Keittiöt turvautuvatkin tukkuihin luomutuotteiden saamisessa ja uusien kontaktien löytämisessä. Tukkujen logistiikka on etu keittiöille, sillä se helpottaa tavaran vastaanottoa keittiöissä. (Iivonen ym., 2014)

Luomuperunan ja -porkkanan sekä yleisestikin juureksien on oltava vähintään kuorittuja ammattikeittiöiden nykyvaatimusten mukaan. Luomuperunassa on vaihtoehtona normaalisti tarjotun kuoritun perunan rinnalla myös pesty kuorellinen muoto. Pakkauskojoja ja -materiaaleja enemmän suuret keittiöt painottavat luomussa riittävien määrien saamista tarpeisiinsa.

Luomukasvisten hinta sanelee osaltaan hankintoja erityisesti julkisella puolella, vaikkakin luomuhankintoihin tarvittava määräraha voidaan perustella esimerkiksi osana kunnan tai kaupungin ympäristöohjelman toteuttamista. Hankintalain mukainen kilpailuttaminen ei ole luomun hankkimisen este, sillä luomu voi jo sinällään olla hankintakriteerinä. Isot hankintayksiköt voivat myös esimerkiksi jakaa kilpailutukset pienempiin osakokonaisuuksiin, jolloin pienemmilläkin toimijoilla on mahdollisuus tarjouksen antamiseen. Elintarvikehankintojen kilpailuttamisesta tehdyn tutkimuksen mukaan Suomessa ruokahankintojen kilpailutuksessa keskeisimmät tekijät olivat toimitusvarmuus, hinta ja terveellisyysnäkökohdat (Risku-Norja ym., 2010).

3 TYÖN TOTEUTUS

3.1 HAASTATTELUT

Hankkeessa kartoitettiin ja analysoitiin menestyksellisten luomuperunantoimitusketjujen ja liiketoimintasuhteiden rakentumista ja syitä niiden onnistumiseen haastattelemalla tuottaja/ryttäjä-ammattikeittiöasiakas -pareja. Haastateltavaksi valikoitu 7 tuottaja-ammattikeittiöparia. Haastateltavat ammattikeittiöt valittiin Portaat Luomuun -järjestelmästä. Ammattikeittiöt edustivat kokoluokaltaan erilaisia yksityisen ja julkisen sektorin ammattikeittiöitä. Ammattikeittiöiden kokoa voidaan kuvata päivittäin tarjottavien lounaiden lukumäärällä. Haastatteluissa mukana olevissa keittiöissä tarjottiin noin 30–900 lounasta/päivä. Keittiöt sijaitsivat Helsingissä, Espoossa, Jyväskylässä, Seinäjoella, Kuopiossa, Virroilla ja Mikkelissä.

Tuottajien yhteystiedot saatiin puolestaan keittiöiltä. Haastateltujen tilojen luomuperunan viljelyala vaihteli 0,25 a–3 ha. Tilojen ja keittiöiden etäisyys vaihteli noin 25–65 kilometriin. Yksi haastateltavista oli valtakunnallisen tukun edustaja.

Kaikki tehdyt haastattelut litteroitiin eli purettiin nauhalta tekstiksi, joka muodosti laadullisen tutkimusaineiston. Tuloksissa on esitetty haastateltujen puheesta nostettuja siteerauksia (kursivoidulla fontilla ja lainausmerkeissä) sellaisenaan asioiden merkityksen esilletuomiseksi.

Haastatteluissa selvitettiin liiketoimintasuhteen rakentumiseen ja toimitusketjuun liittyviä asi-

oita kummakin toimijan näkökulmasta. Ammattikeittiöiden edustajien haastatteluissa tarkasteltiin:

- tuottajan/yrityksen ja ammattikeittiön liiketoimintasuhdetta ja sen kehittymistä,
- tekijöitä, jotka olivat vaikuttaneet luomuperunan käyttöönottoon keittiössä,
- tekijöitä, joita ammattikeittiöt pitivät tärkeinä luomuperunatoimittajan toimintatavoissa ja edellytyksenä liiketoimintasuhteeseen syntymiseen,
- osaamis-, resurssi-, ja muutostarpeita sekä haasteita luomuperunan käyttöönotossa,
- tiedonvaihtoa keittiö-tuottaja yhteistyössä ja
- tulevaisuusnäkyymiä luomuperunan ja laajemmin luomuruoan käytölle.

Vastaavasti luomuperunantuottajien haastatteluissa tarkasteltiin:

- tuottajan/yrityksen ja ammattikeittiön liiketoimintasuhdetta ja sen kehittymistä
- tekijöitä, jotka viljelijän mielestä olivat vaikuttaneet tuotteen pääsyyn ja käyttöönottoon keittiössä,
- osaamis- ja resurssitarpeita sekä haasteita luomuperunaketjun luomisessa tilalta keittiöön
- toimialan kilpailutilannetta ja sen vaikutusta liikesuhteen syntymiseen
- yhteistyötä ja sen vaikutusta toimitusketjun syntymiseen
- tulevaisuusnäkyymiä luomuperunalle ja laajemmin luomuruoalle.

4 LUOMUPERUNAKETJU AMMATTI- KEITTIÖN NÄKÖKULMASTA

4.1 AMMATTIKEITTIÖIDEN KUVAUS

Ammattikeittiöt edustivat kokoluokaltaan erilaisia yksityisen ja julkisen sektorin ammattikeittiöitä. Mukana oli päiväkotia, oppilaitoksia, yksityisen ammattikeittiösektorin ketju, nuorisokeskuksen ja seurakunnan keittiö. Ammattikeittiöiden kokoa voidaan kuvata päivittäin tarjottavien lounaiden lukumäärällä. Haastatteluissa mukana olevissa keittiöissä tarjottiin noin 30–900 lounasta/päivä. Kaikki keittiöt olivat ns. valmistuskeittiöitä. Keittiöt sijaitsivat Helsingissä, Espoossa, Jyväskylässä, Seinäjoella, Kuopiossa, Virroilla ja Mikkelissä. Keittiöt olivat luomupuortaalla 4 tai 5.

Keittiöt tuottivat mm. seuraavanlaisia palveluja: kansainvälisiä valtion tapahtumien tai kongressien tarjoilut, oppilas- ja henkilökuntaruokailupalvelut, kokouspalvelujen tarjoilut, ala carte toimintaa, erilaisten leirien, juhlien, koulutustilaisuuksien ruokailujen hoitaminen tai päivähoitotoiminnan kaikkien ruokailujen hoitaminen.

Luomun osuus elintarvikkeistoista vaihteli noin 5 % melkein 100 %:iin. Elintarvikkeet hankittiin joko julkisen kilpailutuksen, hintavertailun tai -neuvottelun perusteella. Hinta ei välttämättä ollut ostokriteeri luomuoistojen kohdalla.

Ammattikeittiöt käyttivät useimmiten pestyä, kuorellista luomuperunaa. Osalla keittiöistä oli myös mahdollista saada kuorittua luomuperunaa. Luomuperunaa käytetään kuten perunaa yleensäkin muun muassa keitettyinä, uunilohkoina, keitoissa ja muusissa. Perunaa tarjottiin keskimäärin 1-2 kertaa viikossa.

Perunan käyttömäärät vuodessa vaihtelivat luonnollisesti ammattikeittiön toiminnan ja koon mukaan. Pienemmissä paikoissa perunaa meni keskimäärin 5–30 kg viikossa, isommissa paikoissa määrät olivat vastaavasti sadan kilon molemmin puolin viikossa.

4.2 LUOMUPERUNA AMMATTI- KEITTIÖSSÄ

Ammattikeittiön ja tuottajan liikesuhde alkoi jomman kumman aloitteesta, mutta useimmiten kui-

tenkin keittiöhenkilökunta oli ollut aktiivisempi ottamaan yhteyttä tuottajiin. Tyypillistä oli, että perunan lisäksi keittiö sai myös muita luomuvihanneksia tai -marjoja samalta tuottajalta.

LUOMUPERUNAN KÄYTTÖNOTTOON VAIKUTTANEET TEKIJÄT

Sytä luomuperunan käyttöönottoon ammattikeittiöissä olivat mm. luomuraaka-aineen edullisuus ja käytön helppous, ympäristöohjelman toteuttaminen, eettisten periaatteiden noudattaminen tai laadukkaamman vaihtoehdon tarjoaminen. Luomu voi toimia myös viestinä paremmasta ruuasta. Lisäksi juuri tietyn tilan luomuperunan käytön hyvänä puoleena nähtiin sen turvallisuus. Keittiön edustajat kertoivat omin sanoin seuraavia syitä luomuperunan käyttöön:

”Mun halu todistaa tämä näille pienille paikoille, että Suomen yksi suurimpia ravintoloita voi käyttää luomua, että ei siihen ole mitään esteitä.”

”Yks syy on hinta, et se on niin kun suhteessa niin kun edullinen luomuraaka-aine, suhteessa volyymeihin.”

Luomuperuna nähtiin tärkeä, koska luomuperuna oli keittiölle helppo tuote käyttää ja oli ”puhtaasti sitä itse perunaa”. Toisaalta luomuperunalla voitiin osoittaa luomutuotteiden käyttämistä ja/tai kestävä kehityksen toimintojen edistämistä.

Ammattikeittiöt kertoivat luomuperunan käyttöönoton olleen helppoa. Kokemukseen helppoudesta on voinut vaikuttaa se, että keittiöissä on lähtökohtaisesti totuttu ajatukseen, että luomua käytetään ja sitä saa vain tietynlaisena. Ammattikeittiöt mainitsivat luomuperunan käyttöönottamiseen liittyneen jotain muutostarpeita omassa toiminnassa. Näitä olivat mm. tilausrytmin sovittaminen, tarkempi ruokalistamietintä tai raaka-ainelaskenta, jotta kustannukset pysyivät kurissa.

”No ei se nyt vaadi mitään muuta, kun ainoa asia on vaan sit se tilaus. Tilaaminen on ehkä se ja tilausrytmin sovittaminen on se ainoa. Et

ei se mun mielestä vaadi. Et sun pitää vaan hyväksyä se ei välttämättä tuu siinä tukkuuorimassa.”

Suurin osa ammattikeittiöistä käytti pestyä, kuorellista luomuperunaa. Osalla keittiöistä oli myös mahdollista saada kuorittua luomuperunaa. Luomuperunaa käytetään kuten perunaa yleensäkin muun muassa keitettynä annosperunana, uunilohkoina, keitoissa ja muusissa. Kuoriperunaa käytettiin monin eritavoin, jopa keitoissa.

Asiakkaat ovat vastaanottaneet luomuperunan pääsääntöisesti positiivisesti. Keittiöhenkilökunta seuraa ruoan menekkiä, saa suoraa palautetta tai kerää systemaattisesti palautetta ruoasta. Suoranaisesti luomuun kohdistuvaa asiakastytyväisyyttä on vaikea arvioida, sillä asiakas ei välttämättä tiedä syövänsä luomuperunaa. Ruokalistoissa tai tarjoilupisteissä asiaa ei aina tuoda esille.

Ammattikeittiöt arvostivat luomuperunassa tuoreutta, ulkonäköä, makua, turvallisuutta, käytettävyyttä, lajikevalikoimaa, mukulan sopivaa kokoa ja sopivaa jalostusastetta. Erityisesti makua nostettiin esille: *”Tai maussa sen ainakin, että maussa sen huomaa. Niin mun mielestä se silloin kertoo jostain, jos sen maussa huomaa.”*

Tuottajalta suoraan ostamisella ammattikeittiö pystyi varmistamaan juuri sellaisen perunan kun he halusivat. Jos hankinnassa käytettiin välikäsiä, laatu ei välttämättä vastannut keittiön odotuksia; perunat saattoivat olla esimerkiksi pieniä, kokovaihtelu suurta tai perunoissa oli vihreitä. Väliportaavat toivat keittiön mukaan myös luonnollisesti tuotteen hintaa lisää.

”Vaikka meillä on hyvät sopimukset tukkuun, niin A ne ei pysty vastaamaan tuoreudesta läheskään samalla tavalla kun suoratoimitus ja sitten turhavälikäsi, se tekee siitä sen kalliin”

LUOMUPERUNAKETJUN MUTKAT

Luomuperunaketju ei kuitenkaan synny itsestään ja alkua voi olla haasteellista. Vaikkakin haastatelluilla tuottaja-keittiöpareilla oli toimiva luomuperunaketju, niin näihin oli liittynyt alkutaipaleella vastoinkäymisiä ja on edelleen kehittämistarpeita. Ensimmäinen haaste on ollut ylipäättänsä pestyn luomuperunan saaminen. Lajikevalikoimaa toivottiin lisää, koska keittiössä tarvitaan eri käyttötarkoituksiin eri lajikkeet. Lisäksi lajiketieto voisi seurata perunan mukana keittiöön. Saatavuus ympärivuoden on edelleen haaste, vaikkakin keittiöt olivat

ymmärtäväisiä sääolosuhteiden vaikutuksille perunasatoon ja näin ympärivuotiseen riittävyteen. Selkeä viesti oli keittiöhenkilökunnalta, että he ottaisivat mielellään perunan kuorittuna. Haasteet luomuperunan kanssa voitiin nähdä myös laajemmassa kuvassa: perunaa haastavat tällä hetkellä muut energialisäkkeet eli peruna itsessään on saanut paljon kilpailijoita.

Haastatellut keittiöt eivät nähneet hintaa kynnyskysymykseksi luomuperunan hankinnassa. Tämä oli osittain ehkä siksi, että haastatellut paikat olivat pääosin sitoutuneet luomuun. Luomun tiedostettiin olevan kalliimpaa. Sopivaksi hintatasoksi todettiin järkevä ”hintataso”, sillä siten se takaa myös tuottajalle kauppooja. Hinnan arvellaan laskevan sitä mukaa kun kysynnän kautta saadaan tarjontaa lisää.

Yksi este luomuperunan kysynnän ja tarjonnan kohtaamisen voi olla se, että tuottajat/jalostavat tuottajat eivät tunne riittävän hyvin ammattikeittiötoimintaa ja sen reunaehtoja. Luomujuuresten osalta pesu on ehdoton edellytys, jotta tuotteita voidaan ottaa keittiöön. Toisaalta tuotiin esille, että multatavarankin ottaminen olisi mahdollista, jos se on huomioitu keittiön omavaltasuunnitelmassa (esimerkiksi käsittelyä varten on esimerkiksi oma allas tai tila). Haastateluissa tuli esille, että tuottajia ja jalostajia on niin erikokoisia, että tilan tulisi löytää itselleen ”sopivan” kokoinen ammattikeittiö, johon toimittaa. Lisäksi peräänkuulutettiin tuottajien aktiivisuutta tarjota luomutuotteita.



Kuva Pixabay

4.2 LUOMUN JA LUOMUPERUNAN TULEVAISUUS AMMATTIKEITTIÖN NÄKÖKULMASTA

Keittiöhenkilökunnalla oli näkemyksiä siitä miten luomuperunaa saataisiin ammattikeittiöihin lisättyä. Yksi käyttöä lisäävä asia olisi jalostustason nostaminen – ihan jo pelkkä kuorinta riittäisi usealle ammattikeittiölle. Haastatellut keittiöt pystyivät käyttämään kuoriperunaa, mutta on keittiöitä, joiden toimintamalliin kuorittu peruna tai pitemmälle jalostetut olisivat sopivampia ja tekisivät luomuperunan käytön hyväksyttävämmäksi. Ammattikeittiöön sopivat lajikkeet lisääisivät myös käyttöä, sillä silloin voidaan varmistua luomuperunan soveltuvuus erityyppisiin perunaruokiin suurtalousmittakaavassa.

”No tietysti sitä voi aika paljon lisätä, jos sitä saa kuorittuna.”

”Niin, jos sit olis tosiaan se eri tuotetta, eri lajikkeet, niin sithän sitä vois lisätä ihan tuplasti esimerkiksi.”

Luomuperunan käyttöä voisi ammattikeittiöissä lisätä, jos se olisi tukkuvalikoimassa. Tukat ovat raaka-aineiden päätoimittajia usealle ammattikeittiöille, ja luomu toivotaan tähän samaan kuormaan. Tosin tukun kautta hankittuna luomuperunan hinnan arveltiin olevan korkeampi, koska ketjuun tulee välikäsiä.

Tuottajan kanssa suoraan toimimisessa nähtiin se etu, että tuotteesta voitiin antaa suoraan palautetta. Lisäksi hinta koettiin kohtuulliseksi. Suoramyyntissä on myös se etu, että tuote on tuoretta, laatu hyvää, koska viljelijä ei ”kehtaa” myydä huo-

noa. Esimerkiksi jos tuottajalla oli esim. rupista perunaa, eikä laatuseikkoihin vedoten voinut myydä sitä ammattikeittiöön, niin viljelijä on voinut itse ehdottaa kuorintaa.

”Se sano, että minä en voi sitä kuorineen myydä, että käykö kuorittuna. Ja toi kuorittuna.”

”Mutta meillä on niin hyvä toimittaja, että korkeintaan lisätään käyttöä.”

Yhteistyötä luomuperunatuottajien tai -jalostajien kanssa on hyvin vähän. Eräs keittiö oli yrittänyt viritellä kuorimon kanssa yhteistyötä luomun kuorimiseksi, mutta aie oli kaatunut kuorimon todettua luomuhyväksynnän ja -valvonnan olevan liian työlistävää luomukuorintamääriin nähden. Tiedonvaihtoa on lähinnä saman organisaation keittiöyksiköiden sisällä. Luomua käyttävät keittiöt tekevät yhteistyötä keskenään kaiken luomuun liittyvän kanssa; yhteistyö on lähinnä tiedonvaihtoa.

Luomun käytön uskotaan lisääntyvän tulevaisuudessa niin ammattikeittiöissä kuin yleisestikin Suomessa. Luomun toivottiin jopa arkipäiväistyvän. Se edellyttää kuitenkin, että asiakas ymmärtää luomun ja kysyy sitä: sillä jos ei ole kysyntää, niin ei ole tarjontaa ja jos ei ole tarjontaa, niin ei ole kysyntää. Kotimaisuus ja lähellä tuotettu nähtiin olevan myös luomun valtteja. Trendit, joiden uskotaan vahvistavan luomua, ovat ekologisuus ja terveellisyys.

”Kyl ihmiset alkaa olemaan tietoisempia siitä mitä he suuhunsa laittaa.”

”Mä uskon, että ollaan menossa enemmän selaseen ekologisempaan suuntaan muutenkin.”

5 LUOMUPERUNAKETJU TUOTTAJAN NÄKÖKULMASTA

5.1 TUOTTAJIEN KUVAUS

Haastateltujen tuottajien tilat olivat olleet luomussa 7–26 vuotta. Suurin osa haastatelluista tiloista olivat olleet luomussa siis varsin pitkään. Lähes kaikilla oli ollut peruna aina viljelyksessä, myös ennen luomuun siirtymistä. Päätuotantosuunta tiloilla oli kasvinviljely. Osalla tiloista oli ollut jossain vaiheessa myös eläimiä, mutta niistä oli luovuttu. Vain parilla tilalla peruna oli pääkasvina. Perunan lisäksi tiloilla on tuotannossa porkkanaa, sipulia, palsternakkaa, mansikkaa, kaaleja, lanttua, naurista, punajuurta. Haastateltujen tilojen luomuperunan viljelyala vaihteli 0,25 aarista 3 hehtaariin vuosittain. Tuottajilla oli viljelyssä seuraavia perunalajikkeita: Melody, Opera, Agila, Carrera, Mozart, Carolus, Gala, Solisti. Tilojen ja keittiöiden etäisyys vaihteli noin 25–70 kilometriin.

Luomutilat myivät luomuperunaa useaan paikkaan: vähittäistavarakauppoihin, ammattikeittiöihin (julkiset keittiöt kuten koulut ja päiväkodit, sekä

yksityinen sektori kuten ravintolat), ruokapiireihin ja yksittäisille ihmiselle suoramyynninä. Tiloilla oli valmius myydä luomuperunaa pussitettuna multaisena tai pestynä. Osalla tiloista oli mahdollista tehdä kuorintaa. Tilat toimittivat ammattikeittiöille pääasiassa pestyä kuorellista luomuperunaa. Peruna kuljetettiin itse keittiöön 1–2 kertaa viikossa. Tyypillisesti jakelu pyrittiin yhdistämään muihin kuljetuksiin kustannusten säästämiseksi. Yksi haastateltavista oli vihannes- ja hedelmälalla toimiva tukku. Luomu oli tullut tukun valikoimaan yritysoston kautta.

5.2 TUOTTAJAN/YRITYKSEN JA AMMATTIKEITTIÖN LIIKESUHTEEN KUVAUS

Kuten aiemmin tässä julkaisussa on tuotu esille, ammattikeittiön ja tuottajan liikesuhde alkoi jom-



mankumman aloitteesta, mutta useimmiten kuitenkin keittiöhenkilökunta oli ollut aktiivisempi otamaan yhteyttä tuottajiin. Perunan lisäksi tuottaja toimitti keittiölle myös muitakin luomukasvituotteita, kuten luomuvihanneksia tai –marjoja.

Luomuperunan tuottajat olivat jokseenkin tietoisia siitä mitä ammattikeittiöt heidän luomuperunassaan arvostavat. Tuottajien näkemys oli, että ammattikeittiöön toimitettavan perunan tulee olla erittäin laadukasta. Luomuperunan laatutekijöinä pidettiin makua, hygieenistä turvallisuutta, terveellisyyttä ja sopivia lajikkeita. Tuottajat toivat esille omina vahvuuksinaan ammattitaidon perunan viljelyssä (mm. viljelymaiden sopivuuden perunalle ja juuri tietyille lajikkeille), oman kuljetuksen ja mahdollisuuden jatkojalostukseen. Tuottajat kokivat, että luomun tulee olla laadullisesti jopa tavanomaisesta perunaa parempaa, jotta toimitussuhde säilyisi.

”Kyllä se täytyy olla se rima, pittää olla vähintään yhtä laadukasta, kun tavanomainen, mieluummin parempaa.”

”Että kyl se pitää olla sellanen vähintäänkin yhtä näyttävä kun tehotuotettu, sit se myy.”

Ammattikeittiöihin toimittamiseen päätyminen oli osalla tiloista osittain ajautuminen uusien myyntikanavien etsimiseen entisten päätyttyä. Esimerkiksi eräs viljelijä toimitti aikaisemmin multaista luomuperunaa lähialueen kouluihin, mutta toimitukset loppuivat koulujen ja vanhainkotien keittiöiden alkaessa vaatimaan kuorittua perunaa. Toisella viljelijällä vähittäiskauppoihin toimitukset vähenivät huomattavasti, jolloin jouduttiin etsimään uusia myyntikanavia. Tosin myös luomuperunan myyntikanavien vähetessä perunapinta-alaa on sopeutettu menekin mukaan.

Haasteita ei luomuperunaketju toimi tuottajankaan näkökulmasta. Koska kuljetusmatkat ovat aika pitkät, on pienten erien kuljettamista vaikea saada kannattavaksi. Tuottajat toivoivat, että ammattikeittiöt sitoutuisivat tiettyyn tilausmäärään ja -rytmiin. Tämä toisi viljelyyn ja kuljetuksiin suunnitelmallisuutta. Nämä ovat asioita, joilla on myös vaikutusta kannattavuuteen. Luomuperunasta saatavaan hintaan ei olla kovin tyytyväisiä. Jalostusarvoa nostamalla voitaisiin pyytää parempaa hintaa, mutta ammattikeittiön halukkuus maksaa jalostetummasta luomutuotteesta lisähintaa on epävarmaa. Toisaalta jo keittiöiden luomuperunan ostomäärien nostamisella olisi positiivinen vaikutus kannattavuuteen.

”...että kyl täs pitää niin kun tyytyä aivan tohon johonkin kiitokseen ja pään silitykseen.”

Osa tuottajista oli tottunut toiminaan vähittäistavarakaupan kanssa, mikä tarkoitti sitä, että perunan pystyi toimittamaan multaisena ja aikataulullisesti vapaammin. Toimitus ammattikeittiöön edellytti muutoksia esikäsittelyn ja aikataulutuksen suhteen: perunan tuli olla vähintään pestyä ja toimitusajankohta saattoi olla hyvin tarkkaan määritelty.

Onnistumisen edellytykseksi luomuperunaketju vaati erään tuottajan mielestä keittiön kuuntelemista herkällä korvalla ja vahvaa laatuajattelua. Tuottajat olivat tyytyväisiä lyhyeen toimitusketjuun, sillä suora kontakti keittiöön mahdollistaa kommunikoinnin keittiöiden kanssa ja näin välittömän palautteen ja toiveiden vastaanottamisen.

Jalostusasteen nostamisessa vaikutti olevan pientä kynnystä, sillä vaikka tilan omalla pienellä koneella olisi onnistunut myös kuorinta, se koettiin lisätyöväiheeksi ja aikaa vieväksi. Toisaalta tuottajat toivat esille, että kuorinnan avulla voitaisiin myydä myös II-laatua eli saada edes jotain perunasta (kuin vaihtoehtona olisi kompostiin heittäminen).

”Kannattavuuteen vaikuttaa myös miten paljon sadosta saadaan myyntiin.”

”Esimerkiksi pintarupisia tai seppäkuoriaisen toukan vioittamia ei voida laittaa vh-kauppaan, mutta kuorinnan kautta ammattikeittiöön. Vaikka kuorittuna olisi 50 % silti järkevämpää kuin heittää kompostiin.”

Yhteistyötä muiden elintarvikejalostajien kanssa on vähän; se on ollut lähinnä raaka-ainetoimituksien muodossa. Yhteistyötarpeita olisi kuorinnassa, esimerkiksi yhteistyö kuorimoiden kanssa kiinnostaisi.

Tuottajat toivat esille useita asioita, jotka voivat olla syinä, etteivät luomuperunatuottajat toimita ammattikeittiösektorille. Näitä syitä olivat seuraavat: hinta ei ole riittävä, määrälupauksia ei pidetä, ja pienten erien kuljettaminen syö katteen. Ylipäänsä pienten erien kuljettaminen ja kuorimoyhteistyön puuttuminen hankaloittaa toimitusketjun syntymistä. Asioille nähtiin kuitenkin olevan ratkaisuja, esimerkiksi seuraava:

”Tavara pitäisi saada kuorimon kautta eli kuorimon kautta voisi toimia paremmin siten, että vietäisiin isompi satsi kerralla kuorimoon.”

On ymmärrettävää, että omiin kuorintalaitteisiin investointi on epävarmaa, jos ei ole selvää ja varmaa

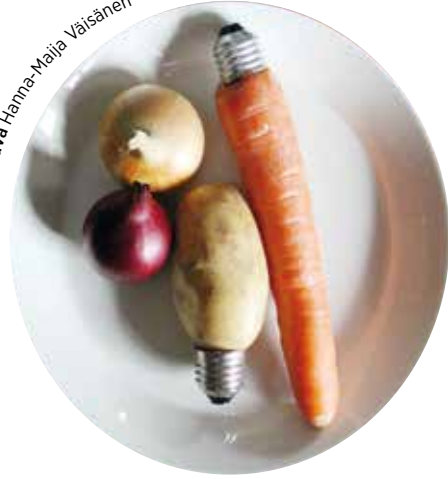
myyntikanavaa kuoritulle. Lisäksi todettiin, että suuri osa luomuperunantuottajista tuottaa tärkkelysperunaa, eikä ruokaperunaa.

5.3 LUOMUN JA LUOMUPERUNAN TULEVAISUUS TUOTTAJAN NÄKÖKULMASTA

Luomutuottajat näkivät luomutuotteiden menekin tulevaisuudessa hyvänä. Tuottajilla oli näkemys, että kun laatu, hinta ja toimitusvarmuus ovat kohdallaan, niin luomuperunaa kuin muitakin luomutuotteita menee tulevaisuudessa ammattikeittiöihin, sekä julkisella että yksityisellä puolella yhä enemmän. Toisaalta julkiselta sektorilta toivottiin luomun hankintojen lisääntymistä ja vakiintumista. Lisääntyvää luomun kysyntää siivittää lähiruoan suosio keittiöissä. Lähiluomun etuna on muun muassa tietoisuus alkuperästä. Perunan osalta ennustettiin, että kuoriaperunan menekki voisi jopa nousta, jos ihmiset oivaltaisivat kuorellisen perunan hyvät ominaisuudet, kuten terveellisyyden.

Tulevaisuusnäkökulma edellyttää, että luomuviljelijöitä ja jatkojalostajia olisi jatkossakin riittävästi tai tulisi jopa lisää. Lisäksi luomuperunan lisäarvo

Kuva Hanna-Maija Väisänen



tulisi tehdä jollakin tavalla kuluttajille selväksi, jotta loppukäyttäjät kiinnostuisi ja tätä kautta ammattikeittiöt. Peruna on arkipäiväinen tuote ja tämän tyyppisille tuotteille luomuisuuden esittäminen on haasteellista. Yksi tapa voisi olla kertoa asiakkaalle mitä hän saa kun ostaa luomuperunan, mikä merkitys sillä on ympäristölle.

”Suomalainen peruna on monille riittävän luomua ja se on ehkä se isoin haaste tässä.”

6 JOHTOPÄÄTÖKSET

6.1 ONNISTUNEEN LUOMUPERUNAKETJUN ONNISTUMISEN EDELLYTYKSET

Luomuperunan käyttöä ammattikeittiöissä estää aikaisempien selvityksien mukaan luomuperunan heikko saatavuus suurempina erinä, korkea hinta ja ennen kaikkea alhainen jalostusaste (Iivonen ym., 2014). Lisäksi haasteena luomuperunaketjussa on ollut se, että tilatasolla luomuruokaperunapinta-alat ovat pääsääntöisesti pieniä ja hajallaan maantieteellisesti. Tämä yhdistettynä siihen, että erilaiset ammattikeittiöt käyttävät erityyppisiä hankintakanavia, haastavat perinteisen (luomu)perunaketjun tuottaja-keittömallin toimintatavat.

Tämän tutkimuksen valossa luomuperunaketju on mahdollinen alhaisesta jalostusasteesta huolimatta, jos ammattikeittiö on sitoutunut luomuun ja sillä on käyttöhalukkuutta kuoriperunan käyttöön. Tutkituissa tapauksissa onnistumisen edellytyksenä oli kummankin osapuolen vastaan tuleminen toimitusketjussa: ammattikeittiö ”tyytyi” kuoriperunaan, toisaalta tuottaja ”hyväksyi” hintatason ja toimitusmäärät.

Luomuperunaa käyttävät ammattikeittiöt, jotka ovat lähtökohtaisesti luomuun sitoutuneita. Syitä luomuperunan käyttöönottoon ammattikeittiöissä olivat mm. sen edullisuus ja helppous, ympäristöohjelman, ideologian tms. toteuttaminen tai laadukkaamman vaihtoehdon tarjoaminen. Luomu voi toimia myös viestinä paremmasta ruuasta.

- Luomua käyttävät keittiöt ovat potentiaalinen luomuperunan ostaja, jos vain tuote ja toimitus sovitaan yhdessä. Luomuperunaviljelijöiden kannattaakin markkinoida suoraan Portaat Luomuun -järjestelmissä oleville ammattikeittiöille.

Tyypillisin luomuperunatuote, jota ammattikeittiöt käyttivät ja jota tuottajat tarjosivat, oli pesty kuorellinen peruna. Sitä käytettiin tavanomaisen perunan tavoin. Syitä kuorimattoman perunan käyttöön kerrottiin mun muassa että ei ole muita mahdollisuuksia saada luomuperunaa ja päiväkodeissa kuoriminen kehittää motoriikkaa. Kuoren ei koettu

olevan ongelma, varsinkin jos se oli ohut tai ruoanlaittotapa salli kuoren. Luomuperunaa käytettiin sellaisenaan kuorineen monin eri tavoin. Toisaalta kuoriperunan nähtiin edustavan perunaa parhaimmillaan. Kuoriperunaa puoltaa sen terveellisyys, sillä on todettu, että perunankuori sisältää runsaasti biokatiivisia aineita (mm. fenolisia yhdisteitä) (Akyol ym., 2016).

- Kuorellista luomuperunaa voidaan käyttää monin tavoin. Kuoriperuna on myös terveellinen ja ekologinen vaihtoehto energialisäkkeenä.

Ammattikeittiöt mainitsivat luomuperunan käyttöönottamiseen liittyneen jotain muutostarpeita omassa toiminnassa. Näitä olivat mm. tilausrytmin sovittaminen, tarkempi raaka-ainelaskenta ja ruokalistamietintä. Keittiöt arvostivat luomuperunasaa laatua: tuoreutta, ulkonäköä ja makua. Lisäksi tärkeitä asioita keittiön näkökulmasta perunan käyttöönotossa ovat perunan käytettävyyden ruoanlaitossa, lajike, mukulan sopiva koko, turvallisuus ja jalostusaste. Juuri näissä edellä mainituissa asioissa toivottiin kehittymistä, jotta saataisiin luomuperuna paremmin kohtaamaan ammattikeittiön tarpeet. Tämän hetkiset ammattikeittiöiden toimintamalli ja tuotemarkkinat ovat rakennettu tietyllä tavalla jalostetulle, tietyn hintaisille ja tietynlaiselle logistiikalle. Luomu ei täysin mene näihin vaatimuksiin.

- Luomuperunan käyttöä ammattikeittiöissä lisäksi jalostusasteen nostaminen: pelkäättään kuorinta voisi todennäköisesti tuoda uusia käyttäjiä ja nykyiset ammattikeittiöt voisivat monipuolistaa käyttöä.
- Toisaalta tulevaisuudessa voisi harkita keittiön valmiuksien kehittämistä ottaa vastaan käsittelemättömiä luomujuureksia, koska tällöin luomun ostohinta on mahdollisimman alhainen ja tuotteita olisi saatavilla.

Luomuperunan tuottajat olivat tietoisia tuottamansa luomuperunan laadusta. He nostivat esille luomuperunan etuina maun, terveellisuuden ja sopivat

lajikkeet. Tuottajat pitivätkin parempaa makua ja tuoreutta laatutekijöinä, joita voidaan pitää kilpailuvaltteina silloin kun toimitetaan tuotteita ammattikeittiöille. Maku ja tuoreus koetaan yleisesti laatu-tekijöiksi lyhyiden toimitusketjujen toimituksissa. Pääsääntöisesti tuottajilla oli mahdollista toimittaa vain pestyä kuorellista perunaa. Kuorintamahdollisuus oli muutamalla tuottajalla. Useimmissa tapauksissa tuottaja kuljetti perunan itse perille. Tyypillinen toimitustiheys oli 1-2 krt /vko tai harvemmin. Haasteeksi tuottajat mainitsivat kannattavuuden, joka johtui lähinnä pienien erien kuljettamista, ammattikeittiöiden ostomäärien vähäisyydestä ja epä-säännöllisyydestä.

→ Jalostusasteen nostamiseen tarvitaan kuorimoyhteistyötä. Luomualihankintaa tulisi tehdä tunnetuksi ja lisätä alueellisia kokeiluja sekä yrittäjien verkostoitumista. Esimerkiksi sadon toimittaminen kuorimolle isommissa erissä muutan kerran vuodessa voi olla pienelle tuottajalle kannattavampaa kuin pienien erien toimittaminen usein kuorimoon.

→ Kuorimoyhteistyöhön olisi luontevasti kytkettävissä logistiikkayhteistyö: pienten erien yhdistäminen ja jakelu onnistunee kuorimolta ammattikeittiöön luontevasti.

→ Niin tuottajan kuin ammattikeittiön toimintaa helpottaa, kun tiedetään vastaukset kysymyksiin: mitä, kuinka paljon ja milloin, eli tuote ja sen määrät ja toimitus olisivat yhdessä sovittuja riittävän pitkälle ajalle. Suunnitelmallisuus lisää kannattavuutta ketjun kaikille osapuolille.

Tutkitut luomuperunaketjut (tuottaja-ammattikeittiöketju) olivat menestyksekkäitä, koska tuottaja ja ammattikeittiö olivat löytäneet toisensa, toimijoilla oli toisiinsa keskusteluyhteys, ammattikeittiö oli sitoutunut luomuun sekä luomuperunaan. Ennen kaikkea keskeistä onnistumisessa oli se, että luomuperunaketju toi lisäarvo kummallekin osapuolelle, vaikkakin jouduttiin tekemään ”myönnytyksiä” puolin ja toisin.

”Se vaatii sen molemminpuolisen jouston. Eli ymmärryksen siitä tekemisestä.”

7 LOPUKSI

Lopuksi olemme koonneet tiivistetysti tämän tutkimuksen tuloksena syntyneitä menettelytapasuosituksia ja kehittämisehdotuksia onnistuneiden luomuperunanketjujen synnyttämiseksi Suomessa.

MENETTELYTAPASUOSITUKSET

Luomuperunaa voitaisiin saada onnistuneemmin ammattikeittiöihin seuraavilla toimenpiteillä:

- **Jalostusasteen nostaminen.** Jo pelkästään kuorinnalla voitaisiin saada lisää ammattikeittiökäyttäjää luomuperunalle. Mikäli tuottajalla ei ole omaa kuorimoa, kuorinnan voisi tehdä alihankintana tai rahtityönä. Toimivasta kuorimoyhteistyöstä on kokemuksia: isompien erien varastointi kuorimossa, kuorinta tilausten mukaan, jolloin kaksinkertaiselta pienten erien kuskaukselta vältytään.
- **Kuoriperunan käyttömuotojen lisääminen.** Kuoriperunan ”käyttöinnovaatiot” tulisi saada jakoon ammattikeittiöiden kesken (käyttökeitoissa, laatikoissa jne.). Kuoriperuna on terveellinen ja ekologinen, joten se voisi olla myös kokonaisvaltaisesti kestävä valinta keittiöille.
- **Lisää lajikkeita ja niistä tietoa keittiöille.** Ammattikeittiöissä lajikkeilla ja mukulan tasakokoisuudella on iso merkitys ruuan onnistumiseen. Lisäksi luomuvarhaisperunalle olisi kysyntää.
- **Tuottajien ja ammattikeittiöiden kohtaaminen.** Ammattikeittiöt harvoin tuntevat alueen luomuperunantuottajia ja toisinpäin. Alueiden ruokatoimijoiden järjestämät minimessut ja vastaavantyypiset tilaisuudet tuottajille, jalostajille ja ammattikeittiöille voisivat edistää tunnettuutta puolin ja toisin.

- **Suoran tuottaja-keittiötoimituksien lisäksi tukkutoimitukset.** Osalle ammattikeittiöistä tukun kautta tilaaminen on mielekkäin tapa hankkia myös luomua. Toimiva ja kustannustehokas tukkuväylä voisi säästää tuottajankin aikaa ja lisätä kannattavuutta.

KEHITTÄMISEHDOTUKSIA:

Luomuperunaketjua tuottajilta ammattikeittiöihin voitaisiin edistää seuraavilla toimenpiteillä:

- Tuoreus, maku, laatu ja tuotteen alkuperän jäljitettävyyden ovat lähiluomun valttikortteja. Näitä tekijöitä olisi tuottajien ja tukkujen pystyttävä yhä enemmän korostamaan.
- Luomun lisäarvoa tulisi aukaista paremmin loppukäyttäjälle: mitä kuluttaja saa, mitä merkitystä pellolle tai luonnolle.
- Yhteistyötä olisi lisättävä edelleen tuottajien, kuorimoiden, paikallistukkureiden ja keittiöiden kesken. Tarvitaan kokeiluja ja tiedon välittämistä kokeiluista laajemmin.
- Yksityiset ammattikeittiöt arvostavat erityisesti lyhyitä toimitusketjuja laadun varmistamiseksi. Lyhyiden toimitusketjujen logistiikassa on yhteistyön tarvetta, jotta kannattavuutta saadaan paremmaksi.
- Suomessa julkisten luomuostojen osuus on vähäinen, vaikkakin julkiset ostot ovat useissa Euroopan maissa luomukasvituotannon tukipilari. Tuotteiden jalostusasteen nostaminen ja poliittiset päätökset luomukasvien määrän lisäämiseksi julkisissa hankinnoissa ovat keinoja, joilla saadaan luomukasvien käyttöä lisäämään.

KIRJALLISUUS

- Akyol H., Ripicuti, Y., Capanoglu, E., Caboni, M., Verardo, V. 2016. Phenolic Compounds in the Potato and Its Byproducts: An Overview. *Int. J. Mol. Sci.* 2016, 17, 835, pp. 1-19.
- Iivonen, S., Koivisto, A., Mikkola, M., Väisänen, H-M, Tuomisto, J., Kivijärvi, P. ja Mattila, T. 2014. Luomukasvistuotannon kannattavuus ja tarjontaketjujen toimivuus Suomessa. Helsingin yliopisto Ruralia-insituutti, Raportteja 125. <http://www.helsinki.fi/ruralia/julkaisut/pdf/Raportteja125.pdf>
- Luomu.fi. 2017. Vastuullisuus vetää luomua ammattikeittiöihin. Julkaistu 6.3.2017. Viitattu 18.12.2017. Saatavilla <http://luomu.fi/kirjoitus/vastuullisuus-vetaa-luomua-ammattikeittiöihin/3/>
- Luomua ravintola. 2017a. Portaat luomuun -ohjelmassa olevat keittiöt. Viitattu 18.12.2017. Saatavilla: <http://www.luomuravintola.fi/portaat-luomuun-keittiot>
- Luomua ravintola. 2017b. Tavoittele luomutähteä. <http://www.luomuravintola.fi/portaiden-kriteerit>
- Luomua ravintola. 2017c. Luomutuotteiden käyttö ammattikeittiöissä. Viitattu 19.12.2017. Saatavilla: <http://www.luomuravintola.fi/kayteyimmat-luomutuotteet>
- Mavi. 2017. Tavanomaisen ja luonnonmukaisen perunan viljelyalat vuosina 2006-2017. Maaseutuelinkeinohallinnon tietojärjestelmä.
- Nuutila, J., Kankaala, A., Virtanen, E. ja Vorne, V. 2013. Luomuperunan laatu hallintaan - kasvua kulutukseen (SLUPElaatu). Loppuraportti. Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskus MTT, Luomuinstituutti. http://luomuinstituutti.fi/wp-content/uploads/sites/2/2014/04/Loppuraportti_Slupe_Luomuperuna_laatu_MTT_2013.pdf
- Portaat Luomuun, 2017. Portaat luomuun -ohjelma. Viitattu 18.12.2017. Saatavilla: <http://www.ekocentria.fi/fi/page/95>
- Risku-Norja, H., Kurppa, S., Silvennoinen, K., Nuoranne, A & Skinnari, J. 2010. Julkiset ruokapalvelut ja ruokakasvatus: arjen käytäntöjen kautta kestävään ruokahuoltoon. MTT Kasvu 10. www.mtt.fi/mttkasvu/pdf/mttkasvu10.pdf

WWW.HELSINKI.FI/RURALIA



HELSINGIN YLIOPISTO
RURALIA-INSTITUUTTI