



Lähiruoan tie kauppaan ja kuluttajan ostoskoriin

Hämäläinen lähiruokadialogi - Lähiruokaa kestävästi kauppaan ja kuluttajalle -hankkeen tuloksia 1.1.2021–31.3.2023

Yhteistyöstä voimaa lyhyisiin elintarvikeketjuihin, 14.2.2023 Hämeenlinna

HAMK
HAMEEN AMMATTIKORKEAKOULU
HÄME UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Bio
RESEARCH UNIT

VTT

**Kauppa
valmennus**

 Elinkeino-, liikenne- ja
ympäristökeskus



Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutualueisiin

Sisältö

- Tutkimuksesta lyhyesti
- Lähiruokakuluttajat - profiilit ja osallistaminen tutkimukseen
- Arvoketjun tunnistetut kehittämisen painopisteet
- Tuloksia toteutetuista kokeiluista



Käytännönläheisiä ratkaisuja lähiruoan saatavuuden parantamiseen päivittäistavarakaupoista

- arvoketjun yhteistyön rakentaminen
- logistiset ratkaisut

Tavoite

Miten edettiin?

1. Ruokajärjestelmän roolit ja haasteiden kartoitus

- Kuluttajakysely 500:lle kanta- ja päijäthämäläiselle kuluttajalle
- Toimijahaastattelut ja -keskustelut
- Työpaja yrittäjille ja kauppoille

2. Uusien toimintamallien innovointi ja ketterät kokeilut lähiruoan saamiseksi kauppaan

- Kuluttajainnovointityöpaja ja innovointi yhdessä arvoketjun eri toimijoiden kanssa, ml. opiskelijat
- Konkreettisia kokeiluja
- Ryhmäkeskustelut



VTT

Eesityksen elementit (15 min)

- Valmistele noin viiden minuutin esitys
- Tavoite?
- Kenelle ratkaisu on toteutettu?
- Mikä ratkaisu on?
- Mitä hyötyä ja arvoa ratkaisulla on?
- Kuka muu voisi olla kiinnostunut ratkaisusta?
- Mitkä ratkaisussa on uutta?
- Mitkä ratkaisun toteutukseen tarvitaan mukaan?
- Mitkä lisätietoja vielä tarvitaan?
- Mitkä seuraavaksi tapahtuu?

5 min

PROBLEM SOLUTION

VTT - beyond the obvious

Nostoja tuloksista

Lähiruuan Kuluttajaprofiilit

Innovatiivisuus ja Lähiruokaan suhtautuminen

Ostoaktiivisuus

Positiivinen

Uusia kokemuksia
etsivä kuluttaja
13%



Aktiivikuluttaja
(sitoutunut ostaja)
29%



Silloin
tällöin

Satunnaisesti
lähiruokaa kokeileva
kuluttaja 36%



Pääasiallisesti /
mahdollisimman
paljon

Ei tietoisesti lähiruokaa
hankkiva kuluttaja
22%

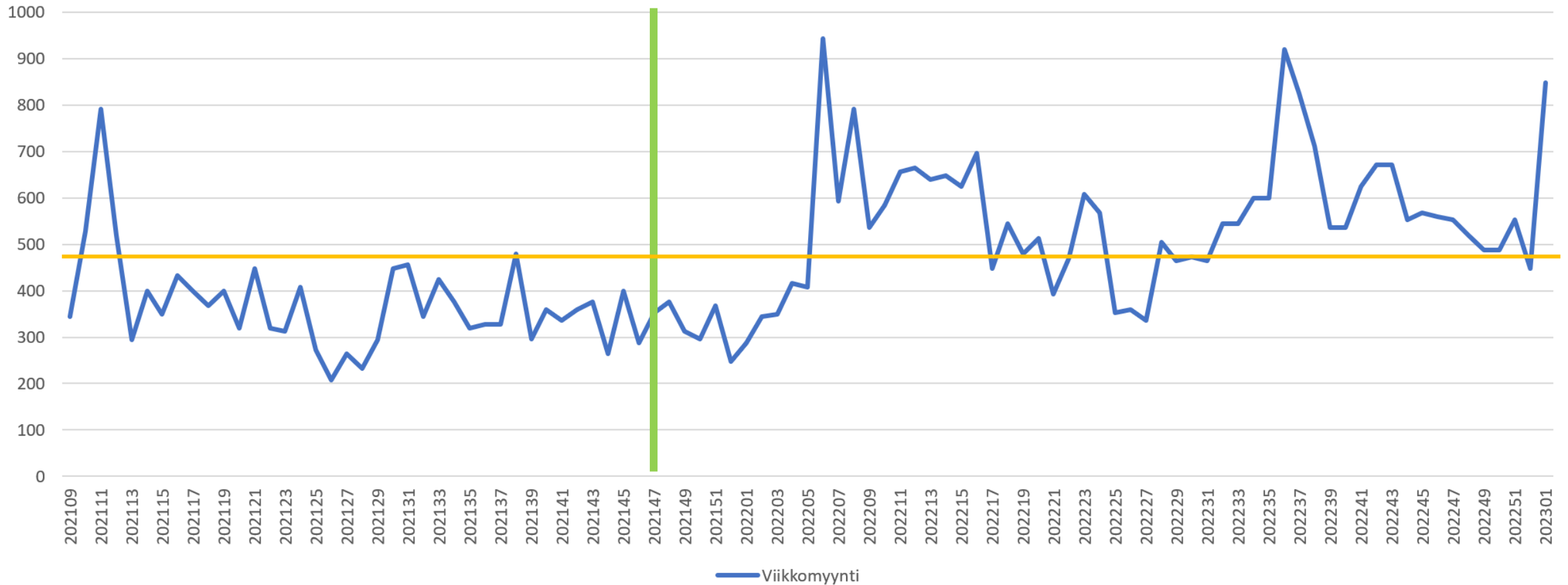
Neutraali

Lähiuokamarkkinoiden tärkeimmät kehittämiskohteet, toimijoiden näkökulma

Näkökulma	Kauppalaähiuokatuottaja-asiakkuuden parantaminen	Tilausmäärien hallinta	Lähiuokan tunnistettavuus ja löydettävyys kaupoissa
KULUTTAJA		Tuotteita aina saatavilla.	Löydettävyys, tunnistettavuus ja tieto koska kaupoissa.
KAUPPIAS	Tilaamisen tehokkuus/helppous.	Myyntierien joustavuus, myös pienten erien toimitus.	Lähiuokkien brändääminen.
TUOTTAJA	Toimituspäivistä sopiminen. Kaupan järjestelmien avaaminen.	Tiedonsaanti myyntimääristä sekä hävikki- ja tuotepuutteista.	Sijoittelu, esillepano, sesonkiajattelu, paikallisuuden esiintuominen.

Mikä toimii? Mikä ei?

Case: Kauppojen tilausdatan hyödyntäminen lähiruokatuottajan omassa markkinointitoimenpiteissä



Seuraa, mitä kaupassa tapahtuu

Case: hävikit ja tuotepuutteet (12.7.-15.8.2021)

Tuottaja 1 (lihajaloste)

- 3 tuotteen otanta
- Myynti 47 kpl
- Hävikki 3 kpl
- Tuotepuutteita 0/15 kertaa

Tuottaja 2 (leipä)

- 2 tuotteen otanta
- Myynti 221 kpl
- Hävikki 7 kpl
- Tuotepuutteita 8/10 kertaa



Mitä tarvitaan lähiruoan saatavuuden parantamiseen?



Kiitos!

Hankkeen nettisivu: www.hamk.fi/lahiruokadialogi

Sanna Lento, Hämeen ammattikorkeakoulu,
Sanna.Lento@hamk.fi

Anu Seisto, Teknologian tutkimuskeskus VTT Oy,
Anu.Seisto@vtt.fi

Juha Ketola, Kauppavalmennus Oy,
Juha.Ketola@kauppavalmennus.com

[Lähiruoan tie kauppaan ja kuluttajan ostoskoriin – opas lähiruokatuottajille ja kauppiaille](#)

#lähiruokadialogi