

10.2.2017

Lähiaruokatoiminnan ydin on luottamus tuottajaa kohtaan

Lähiaruokatuottajien suosio on vakiintumassa trendistä pysyväksi ilmiöksi. Kuluttajat haluavat tietää, missä heidän ruokansa kasvaa ja kuka sen kasvattaa. Heille on tärkeää kohdata lähiaruokatuottajat, ja he ovat valmiita maksamaan lähellä tuotetusta ruoasta oikeudenmukaisen korvauksen tuottajalle.

Esimerkiksi yksi paikallisen ruoan arvostuksesta kertova toiminta, REKO-lähiaruokarengastoiminta, on kasvanut nopeasti. Ensimmäinen Reko-rengas käynnistyi vuonna 2013, ja nyt Suomessa on näitä renkaita jo 170. – REKO-toiminnassa yhdistyy mielenkiintoisesti uudet sosiaalisen median toimintatavat sekä tuottajien ja ostajien perinteinen kohtaaminen, kertoo Sanna Lento Hämeen ammattikorkeakoulusta.

Lento on mukana Lyhyet läheiset ketjut – lähiaruoka ja sosiaalinen pääoma -hankkeessa, jossa tarkoituksena oli selvittää sosiaalisen pääoman ja kestäväyyden merkitystä, ilmiötä ja hyödyntämismahdollisuuksia lähiaruokayrittäjien ja heidän asiakkaidensa välillä. Hankkeen vauhdittamana myös Hämeenlinnaan saatiin Kanta-Hämeeseen ensimmäinen REKO-lähiaruokarengas lokakuussa 2015. – Huomasin juuri ilokseni, että jäsenien määrä oli jo ylittänyt 2000 henkilöä Hämeenlinna-REKO-ryhmässä, toteaa Sanna Lento.

Lyhyissä lähiaruokaketjuissa vuorovaikutuksella on vahva merkitys. Lähiaruoka-asiakkuus antaa hyvää mieltä, hyvää oloa ja elämyksiä. Reiluuden hengessä tuottajaa halutaan vastavuoroisesti tukea. Lähiaruokatuottajien ydin on siinä, että tuotteen alkuperästä, tuottajasta ja tuotantotavoista tiedetään pikkuisen enemmän kuin ns. tavanomaisesta tuotteesta ketjuliikkeessä.

– Tutkimuksessamme lähiaruoka-asiakkaiden verkkokeskusteluissa korostui vahvasti luottamus lähiaruokatuottajaan ja -tuotteita kohtaan. Asiakkaat haluavat puhua näistä tuotteista hyvää ja suositella niitä muillekin, Lento sanoo.

Tuottajan puolella oleva asiakas on valtava voimavara, joka on jatkuvasti ansaittava. Luottamus perustuu asiakkaan omiin kokemuksiin ja uskoon, ettei yrityksillä ole halua menettää tätä luottamusta. Näitä ja muita vinkkejä lähiaruokayrittäjien oman sosiaalisen pääoman rakentamiseen on kerätty juuri julkaistuun helppolukuisen verkko-oppaaseen *Mikä lähiaruokatuottajaa kouluttaa?* Siinä hankkeen case-yritykset ja heidän asiakkansa kertovat omin sanoin ja videoin omia tarinoitaan ja kokemuksiaan aiheesta. Opas keskittyy yhteisöllisyyteen, vuorovaikutukseen sekä luottamukseen, juuri niihin asioihin, mitä asiakkaat pitivät lähiaruokaverkostoissa tärkeinä.

Turun yliopiston koordinoimaa valtakunnallista hanketta toteutetaan yhteistyössä Hämeen ammattikorkeakoulun ja Jyväskylän ammattikorkeakoulun kanssa Kanta- ja Päijät-Hämeessä, Keski-Suomessa, Pohjois-Savossa, pääkaupunkiseudulla ja Varsinais-Suomessa. Kaksivuotista hanketta rahoittavat maa- ja metsätalousministeriö, hanketoteuttajat sekä Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto MTK ry.

>> Mikä lähiaruokatuottajaa kouluttaa? -verkkojulkaisu: www.lahiruokakoukuttaa.fi

Lisätietoja:

Leena Erälinna, projektipäällikkö, Brahea-keskus, 040 684 7450, Leena.Eralinna[at]utu.fi

Sanna Lento, aluetoimija, Hämeen ammattikorkeakoulu, 040-509 6443, Sanna.Lento(at)hamk.fi

