



HÄMEEN RUOKASEKTORIN KESTÄVYYSKATSAUS

Kestävä ruokajärjestelmä -yrityskyselyn
tuloksia

Lahden Villa Rauhalassa 21.2.2024

 HAMK
Hämeen ammatti-
korkeakoulu

 ProAgria
Etelä-Suomi

 MAA- JA
KOTITALOUSNAISET
ETELÄ-SUOMI

 maaseuturahasto

OHJELMA

-
- 12.00 Tilaisuuden avaus, Sanna Lento, projektipäällikkö, Hämeen ammattikorkeakoulu
-
- 12.15 Toivo, toimijuus ja järjestelmämuutos, Irene Kuhmonen, tutkijatohtori, Jyväskylän yliopisto
-
- 12.35 Kestävä ruokajärjestelmä -yrityskyselyn tulokset, Eevaleena Örtengren, projektityöntekijä, Hämeen ammattikorkeakoulu
-
- 13.00 Kommentointipuheenvuorot, Anne Seppälä, Yli-Karkelan tila, Irene Kuhmonen, Jyväskylän yliopisto ja Timo Kukkonen, Hämeen ELY-keskus
-
- 13.30 Kahvitauko
-
- 14.00 Ohjeistus ryhmätyöskentelyyn, ryhmäkeskustelu
-
- 14.45 Yhteenveto
-
- 15.00 Tilaisuus päättyy

KESTÄVÄ RUOKAHÄME -HANKE

KESTÄVÄ RUOKAHÄME -HANKE (1.1.2022-31.12.2024)

- Sivusto: <https://www.hamk.fi/projektit/kestava-ruokahame/>
- Aktivoidaan kanta- ja päijäthämäläisiä elintarvikealan yrityksiä toimimaan vastuullisen ruoantuotannon hyväksi ja viestimään siitä.
- Rahoitus EU:n maaseuturahastosta
- Kuusi teemaa
- Sidosryhmätapaamisia ja työskentelyä eri teemojen parissa. Lisäksi kaikille avoin Kestävä RuokaHäme -Teams-ryhmä.
- Hankkeen yhtenä toimenpiteenä yrityskysely ja tulosten läpikäynti sidosryhmän kanssa

KESTÄVYYDEN TEEMAT JA TEKEMINEN HANKKEESSA

1. Ruokamaakuntaidentiteetti
 - Ruokamaakunnat esiin yritysten, tuotteiden, tarinoiden ja yhteistyön kautta.
2. Kansainvälisyys
 - Kansainvälistymisen monet mahdollisuudet ja oman osaamisen esiintuominen. Viestintä.
3. Hiilijalanjälki
 - Hiilijalanjälkilaskennan prosessin ymmärrys. Laskentaan valmistautuminen.
4. Vastuullisuusviestintä
 - Vastuullisuusstrategia ja viestinnän mallit.
5. Luomuelintarvikkeet
 - Luomuelintarvikejalostus toiminnan vaihtoehtona. Luomutreffit yhteistyön edistämiseksi.
6. Terveelliset elintarvikkeet
 - Elintarvikkeiden ravitsemus ja kuluttajan hyvinvointi. Tuotekehitys, viestintä huomioiden.



KESTÄVÄ RUOKAJÄRJESTELMÄ -YRITYSKYSELY

TAUSTA JA TOTEUTUS



KYSELYN TARKOITUS

- Selvitetään yrityksissä tehtyjä toimenpiteitä kestäväen ruokajärjestelmän edistämiseksi.
- Avataan yrityksille, mitä toimenpiteet omassa yrityksessä voivat tarkoittaa.
 - oppimisen näkökulma
- Kartoitetaan yrityksissä koettuja haasteita, mahdollisuuksia ja tuen tarpeita.



TOTEUTUS JA KOHDERYHMÄ

- Alustana Microsoft Forms
- Ajankohta 30.11.2023–12.1.2024.
- Kanta- ja päijäthämäläiset ruokasektorin pk-yritykset
 - Alkutuotanto (suoramyynti), jalostus ja elintarvikkeiden valmistaminen



TULOSTEN HYÖDYNTÄMINEN

- Tulosten toivotaan toimivan pohjana kehittämistoimenpiteille Kanta- ja Päijät-Hämeessä.

Siirtymistä kestävään ruokajärjestelmään kuvattiin kyselyn vastaajille Sitran visiolla:



Monipuolinen maatalous ponnistaa alueellisista vahvuuksista ja on sekä taloudellisesti kannattavaa että luontoa vahvistavaa. Ruokajärjestelmä perustuu kestäviin viljelymenetelmiin ja teknologiaan sekä tuottaa riittävästi ruokaa ja tietoa kestäviä kulutusvalintoja varten. Muutos on haluttu, hyväksytty ja toimijoita motivoiva.



https://media.sitra.fi/app/uploads/2023/11/sitran-tyopaperi-miten-suomeen-rakennetaan-kestava-ruokajarjestelma_v2.pdf

KYSYMYSTEN VALINTA JA KYSELYN RAKENNE

- Teemojen ja kysymysten valinnassa hyödynnettiin elintarviketeollisuusliitto ETL:n [vastuullisuusjaottelua](#):
 - Energiatehokkuus
 - Kiertotalous ja hävikki
 - Pakkaukset
 - Luonnon monimuotoisuus
 - Vastuullinen toimitusketju
 - Ravitsemusvastuu
 - Elintarvikemarkkinoinnin itsesääntely
- Kestävyyden ekologinen, taloudellinen, sosiaalinen ja kulttuurinen näkökulma.
- Monivalintakysymyksiä, joissa myös avoin vastausmahdollisuus
 - Mahdollisuus valita kaikki omaa yritystä koskevat vaihtoehdot.

KESTÄVYYDEN TEEMAT KYSELYSSÄ

1. Ympäristö
2. Tuoteturvallisuus ja vastuullinen toimitusketju
3. Kuluttajat ja ravitsemus
4. Työhyvinvointi ja osaaminen
5. Paikallisen elinkeinon kehittäminen
6. Talous ja strategiatyö

Lisäksi kysymyksiä yritysten omista kokemuksista:

- Koetut haasteet ja tuen tarve kestävään ruokajärjestelmään siirtymisessä
- Kestävän ruokajärjestelmän mukanaan tuomat hyödyt ja mahdollisuudet

VASTAUKSET

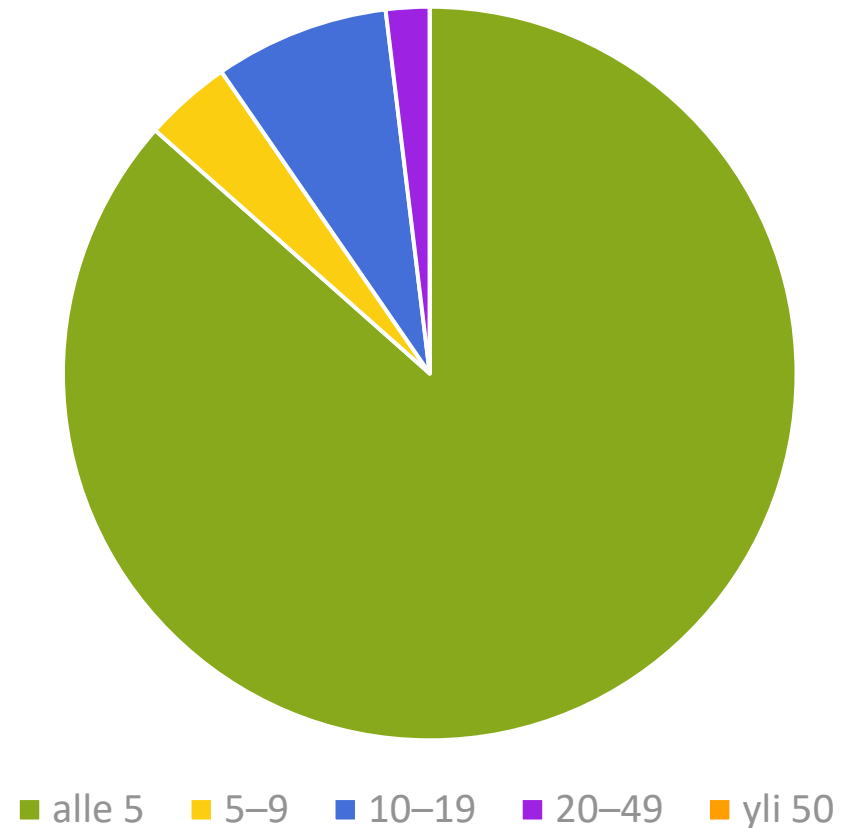
VASTAAJAT

52 yritystä vastasi kyselyyn.

87 %:ssa yrityksistä oli henkilöstöä keskimäärin alle 5 henkilöä.

35 % oli osallistunut Kestävä RuokaHäme -hankkeen toimintaan jollakin tavalla.

Henkilöstön määrä



1. YMPÄRISTÖ

Millä toimenpiteillä yrityksesi edistää luonnon hyvinvointia?



2. TUOTETURVALLISUUS JA VASTUULLINEN TOIMITUSKETJU

Mitä toimenpiteitä yrityksessäsi tehdään tuoteturvallisuuden ja toimitusketjun vastuullisuuden edistämiseksi?



3. KULUTTAJAT JA RAVITSEMUS

Millä tavalla yrityksessä huomioidaan kuluttajat ja ravitsemusvastuu?



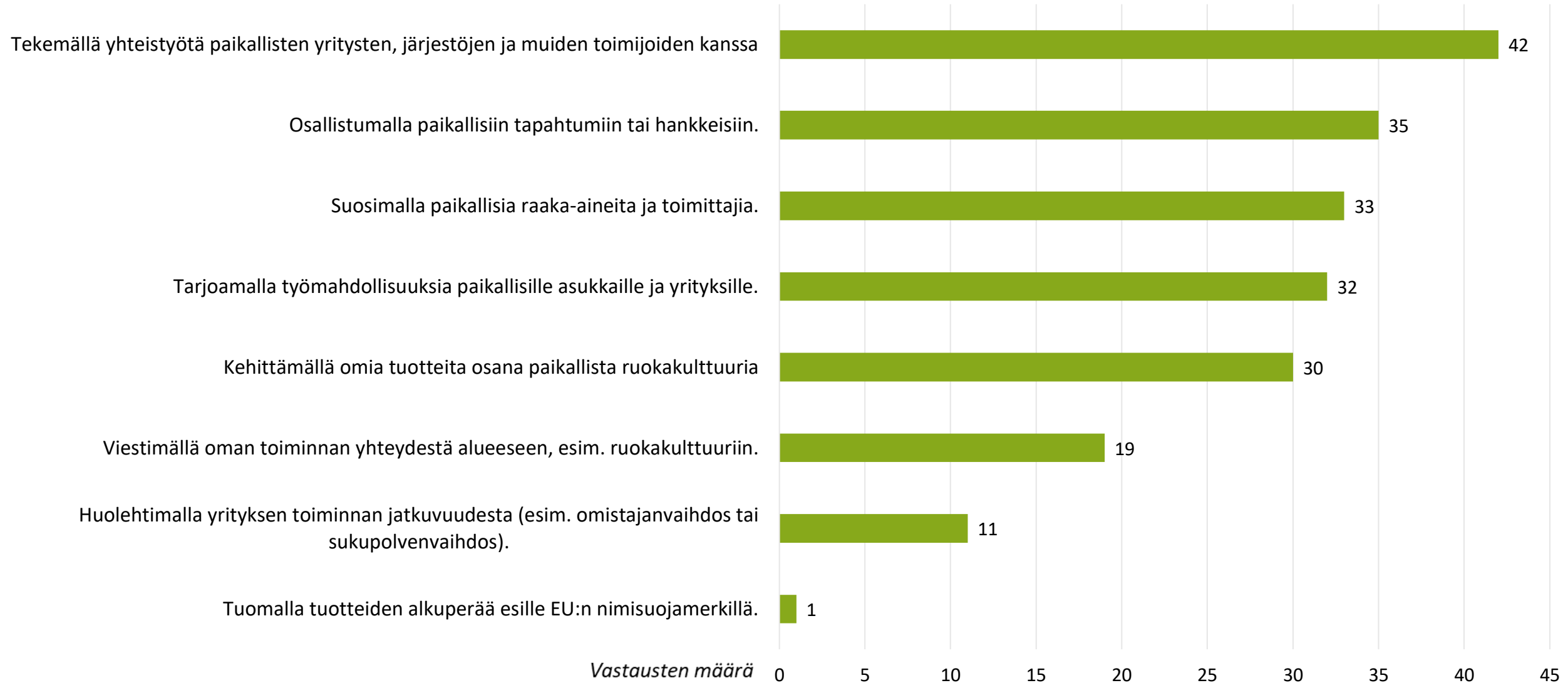
4. TYÖHYVINVOINTI JA OSAAMINEN

Miten yrityksessä huomioidaan henkilöstön ja yrittäjien hyvinvointi ja osaaminen?



5. PAIKALLISEN ELINKEINON KEHITTÄMINEN

Miten yrityksesi edistää omalla toiminnalla paikallisen hyvinvoinnin ja elinkeinon kehittämistä?



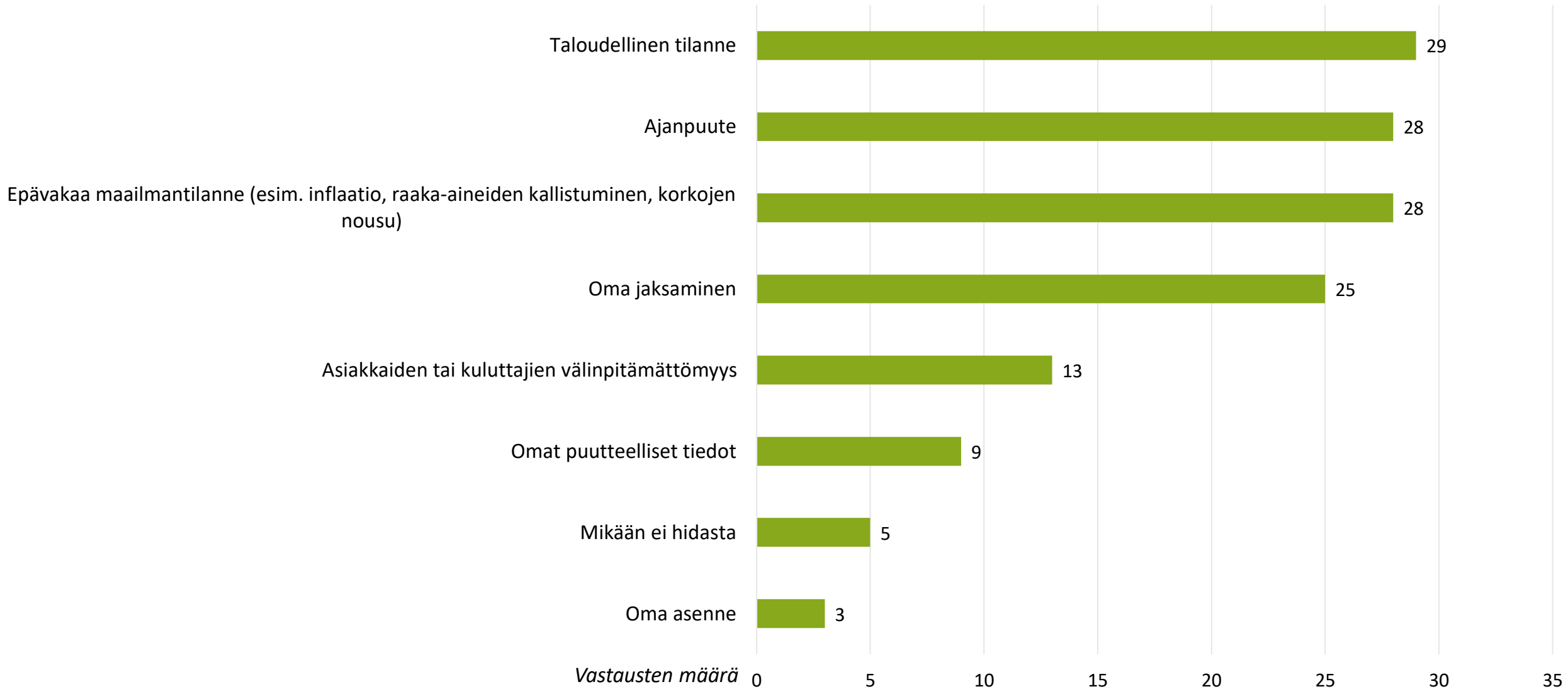
6. TALOUS JA STRATEGIATYÖ

Miten yrityksesi edistää kestäväää taloutta?



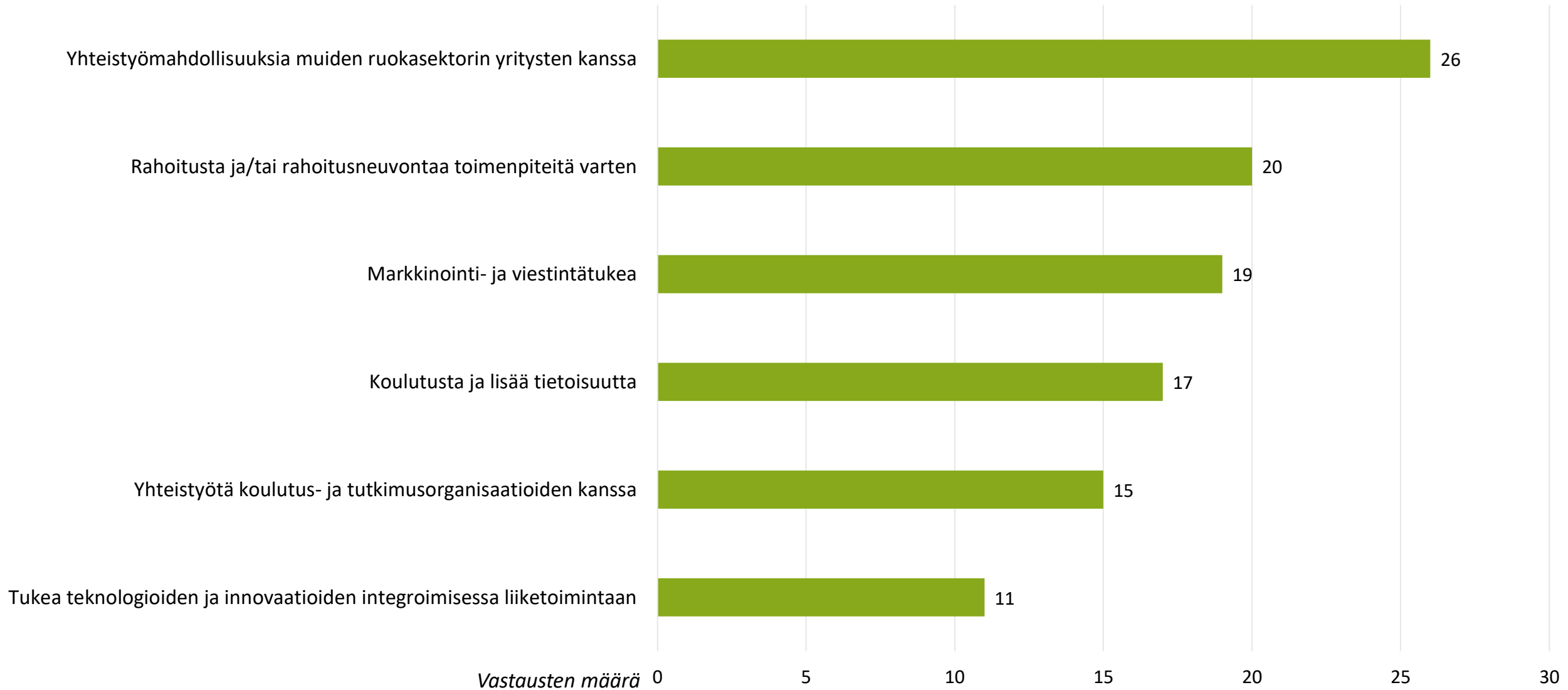
KOETUT HAASTEET KESTÄVÄÄN RUOKAJÄRJESTELMÄÄN SIIRTYMISESSÄ

Mitkä asiat hidastavat kestäväen ruokajärjestelmän edistämistä yrityksessä?



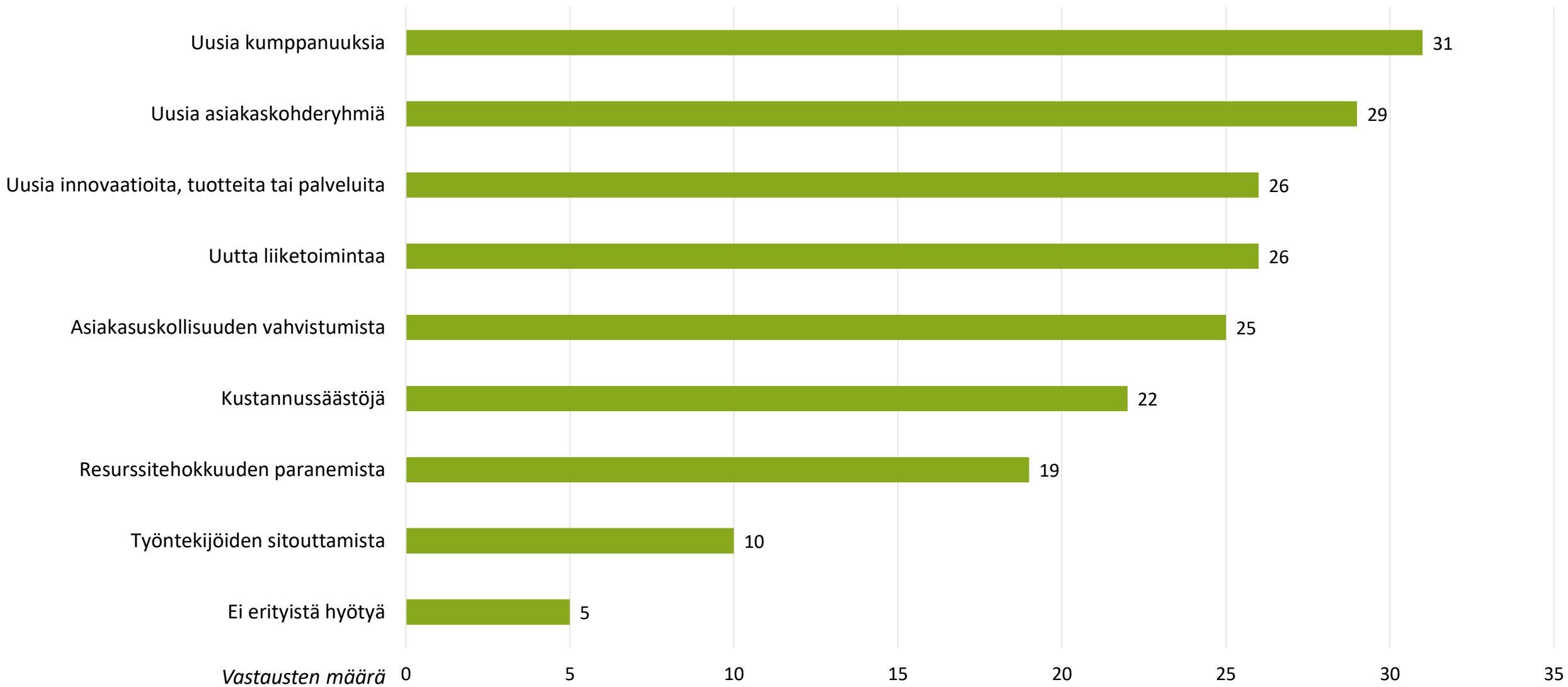
TUEN TARVE KESTÄVÄÄN RUOKAJÄRJESTELMÄÄN SIIRTYMISESSÄ

Millaista tukea tai apua tarvitsisit kestäväen ruokajärjestelmän edistämiseksi yrityksessäsi?



KESTÄVÄN RUOKAJÄRJESTELMÄN MUKANAAN TUOMAT HYÖDYT JA MAHDOLLISUUDET

Mitä hyötyjä tai mahdollisuuksia koet saavasi yrityksellesi kestäväen ruokajärjestelmän edistämisesssä?



KESTÄVYYSKATSAUS

TULOSTEN YHTEENVETO

KESTÄVYYSKATSAUS



ONNISTUMISET

- Toimia tehdään jo paljon kestävyden eri osa-alueilla.
- Asenne on kohdillaan.
- Tietoa ja osaamista hankitaan niin itselle kuin henkilökunnallekin (ympäristö, toimitusketjun vastuullisuus).



HAASTEET

- Taloudellinen tilanne
- Epävakaa maailmantilanne (korot, inflaatio, raaka-aineet)
- Ajanpuute
- Oma jaksaminen
- Kuluttajien välinpitämättömyys



TARPEET

- Yhteistyömahdollisuudet
- Rahoitus tai rahoitusneuvonta
- Markkinointi- ja viestintätuki
- Koulutus ja tietoisuuden lisääminen

KEHITYSKOHTTEET

- Tavoitteiden asettaminen
- Vastuullisuusviestinnän lisääminen
- Kuluttajien ohjaaminen kestäviin valintoihin
- Yrityksen sisäinen viestintä
- Ihmisen hyvinvoinnin huomioiminen



HYÖDYT JA MAHDOLLISUUDET

- Uudet kumppanuudet
- Uusia asiakkaita
- Uutta liiketoimintaa
- Uusia innovaatioita, tuotteita tai palveluita

ONNISTUMISET



- Toimia tehdään jo paljon kestävyuden eri osa-alueilla.
 - Eniten toimia yrittäjien ja henkilöstön työhyvinvoinnin ja osaamisen alueella:
 - Työturvallisuuden varmistaminen, henkilöstön kannustaminen jatkuvaan oppimiseen, kouluttaminen vastuullisuusasioissa, yhdenvertaisuuden huomioiminen, työpisteiden ergonomia
 - Luonnon hyvinvointia edistetään jo monin tavoin:
 - Hävikkiä vähentämällä, kierrätystä tehostamalla, energiaremonteilla
 - Paikallista hyvinvointia ja elinkeinoa edistetään:
 - Yhteistyö paikallisten yritysten ja järjestöjen kanssa, paikalliset tapahtumat ja hankkeet, työmahdollisuuksien tarjoaminen
 - Paikalliset raaka-ainehankinnat
- Asenne on kohdillaan!

”Ruokajärjestelmän ja toimintamme kestävyys on arvo itsessään, jota haluamme osaltamme vaalia. Se ei perustu pelkästään välittömiin hyötyihin.”

KEHITTÄMISEN KOHTEET



- Omien tavoitteiden asettaminen kestävän ruokajärjestelmän edistämiseksi
- Ulkoisen vastuullisuusviestinnän lisääminen
 - Kuluttajien ohjaaminen kestäviin valintoihin
- Yrityksen sisäinen viestintä
- Ihmisen hyvinvoinnin huomioiminen, sekä yrittäjän että kuluttajan
 - Yrittäjien jaksaminen
 - Ravitsemussuositusten huomioiminen tuotekehityksessä
- Työntekijöiden digitaitojen kehittäminen
 - Siellä missä se edistää kestävyyttä ja työn sujuvuutta

JOHTOPÄÄTÖKSET

- Ruokajärjestelmän kestävyys siirtymää edistetään Hämeessä monin tavoin.
 - Työntekijöiden hyvinvointi, luonnon hyvinvointia tukevat käytännöt ja paikallisen yhteisön tukeminen.
- Tavoitteiksi omien kestävyystavoitteiden määrittäminen, viestinnän lisääminen sekä kuluttajien ohjaaminen kestäviin valintoihin.
- Haasteista huolimatta kestävyystoimien taustalla vaikuttaa usko kestävä liiketoiminnan myönteisiin vaikutuksiin.
- Haasteiden ja mahdollisuuksien tasapainottaminen edellyttää tukea eri tahoilta, myös lainsäädännöltä, sekä yhteistyötä ja sitoutumista kestävä kehityksen tavoitteisiin.



TYÖPAJAKESKUSTELUJEN KOONTI

KESTÄVYYSSIIRTYMÄN TUKEMINEN – TUETAANKO YRITTÄJÄÄ VAI KULUTTAJAA? 1/2

- Yrittäjät tarvitsevat tietoa kestävästä käytännöistä, mutta tiedon hankintaan ei välttämättä ole aikaa. Jonkin ulkopuolisen tahon olisi toimitettava tieto yrittäjille helposti omaksuttavassa muodossa.
- Kuluttajien tukemista varten tarvitaan kuluttajatutkimusta.
- Nuoret ratkaisevassa asemassa.
 - Perheissä ruuanostopäätökset tehdään usein lasten / nuorten mieltymysten mukaan.
 - Somevaikuttajien valjastaminen tiedottamiseen
 - Vastuullisesti tuotetun ruoan esittely somessa
 - Kouluvierailut tiloille, jotta lapset näkevät, mistä ruoka tulee. Ihmiset ovat vieraantuneet ruuantuotannosta, ja siksi sitä ei ehkä arvosteta?
 - Lapsena omaksuttu tieto voi vaikuttaa kulutustottumuksiin vanhemmalla iällä.

KESTÄVYYSSIIRTYMÄN TUKEMINEN – TUETAANKO YRITTÄJÄÄ VAI KULUTTAJAA? 2/2

- Tarinallistaminen
 - Jokin hämäläinen taho, voisi auttaa yrityksiä tarinallistamisessa, jottei yrittäjien tarvitsisi itse keksiä ja kirjoittaa.
 - Mitä tarinallistetaan? Kiinnostaako kuluttajaa tilan historia vai tuotteen valmistustapa?
- Ajatukset ja ideat kumpuavat siitä, että kehitetään asioita yhdessä muiden toimijoiden kanssa. Ulkopuolinen näkee eri asioita kuin kuplassa sisällä oleva.
- Itseään on vaikea kehua, mutta toimintaa pitäisi pyrkiä parantamaan jatkuvasti.
 - Alueellisen identiteetin rakentuminen ja kasvaminen.
- Markkinointi: mielikuvamarkkinointi toimii paremmin kuin pelottelu.
- Loppujen lopuksi kuluttaja ostaa tuotteita, jotka ovat hyviä: maku edellä.

MILLAINEN YHTEISTYÖ EDISTÄÄ KESTÄVYYSSIIRTYMÄÄ?

1/2

- Pienryhmät – kokemusten vaihtoa – veturiorganisaatioita pienryhmille yhteistyössä rahoittavien tahojen kanssa
- Kokemusten vaihtoa - kokoontumisia
- Kenen kanssa asioita lähdetään viemään eteenpäin – testaus – keskustelun herättäminen
- Pilotit tarpeen eli esimerkkejä onnistumisista tiloilla, yrityksissä
- Tuottajaorganisaatio-malli, esim. MTK Keskusjärjestönä veturina
- Teollisuusyritys joka on veturina – ohjaus ylhäältä päin

MILLAINEN YHTEISTYÖ EDISTÄÄ KESTÄVYYSSIIRTYMÄÄ?

2/2

- Kauppa joka on veturina – ohjaus ylhäältä päin
- Luomu vastuullinen - ovatko muut tuotteet? Ulkomailta tuleva luomu – kuluttaja ei ymmärrä
- Farmers Market – ravintolapuolella, pienet tavarantoimittajat näkyväksi, mitä asiakas on mieltä – asiakkaille näkyväksi – kasvot- maineen luominen ravintolalle
- Julkiset hankinnat – vaatimukset tuottajille - mittakaava

MITEN TEEMME HYVÄN TYÖN NÄKYVÄKSI? 1/2

- Tehdyistä töistä jää yleensä aina hyviä ituja itämään, joista voi kasvaa uusia ideoita ja kehittymistä. Kokeilut ovat tärkeitä hyvän työn tekemiselle ja sen näkyväksi tuomiselle. Yrittämistä tarvitaan aina.
- Vihreään siirtymään on jaossa rahoitusta, mutta rahoitus ei kanavoidu yrityksille, joilla olisi ideoita.
- Rahoittajien kannustava tuki ja neuvonta hyviin toimenpiteisiin on tärkeää yrityksille - ja sitä kautta merkittävää myös alueelle ja sen kasvuun (muutakin kuin EU-taulu navetan seinällä).
- Jämsptit mittarit, tavoite ja sen seuranta. Auttaisiko näkyvyyttä?
- Rakenteet eivät tue muutosta. Tuki ohjautuu järjestelmän ylläpitämiseen.

MITEN TEEMME HYVÄN TYÖN NÄKYVÄKSI? 2/2

- Kenen pitää tehdä työtä näkyväksi?
- Konkreettiset teot ja niiden tuominen esille.
- Yritysten mukaan saaminen hankkeisiin on ongelma. Toisaalta yritykset eivät halua/voi tehdä ilmasta työtä. Kehittämistyöhön mukaan lähtemisen täytyy olla kannattava.
- Uudet projektitoimijat voivat tuoda uutta virtaa ja näkyvyyttä kehittämistyölle. Viestintämahdollisuuksia (videot, tapaamiset, blogit, tilaisuudet) on paljon, mutta on mahdollistettava hyvän työn tekeminen ja tyypit jotka haastavat siihen mukaan. Viestintäresursseihin pitää varautua koko hankkeen ajan.
- Opiskelijat mukaan työn tekemiseen ja toisaalta myös heille tulisi saada tietoa, miten työ, jossa ovat olleet mukana, on edennyt. Hämeenilmastovahti.fi –palvelu tuotiin esimerkkinä esille.
- Mikä on hyvää työtä, pitäisikö teot määritellä? Mikä tuottaa vaikuttavuutta?
- Luomusertifikaatti rajoittaa tekemistä/viestintää, mutta luomumerkki on tunnettu ja hyvä viestinnän apuväline.