



Koulutustarveselvitys **elintarvikeyritysten** **ja ruokapalveluiden luomusaamisen** **erityistarpeista**

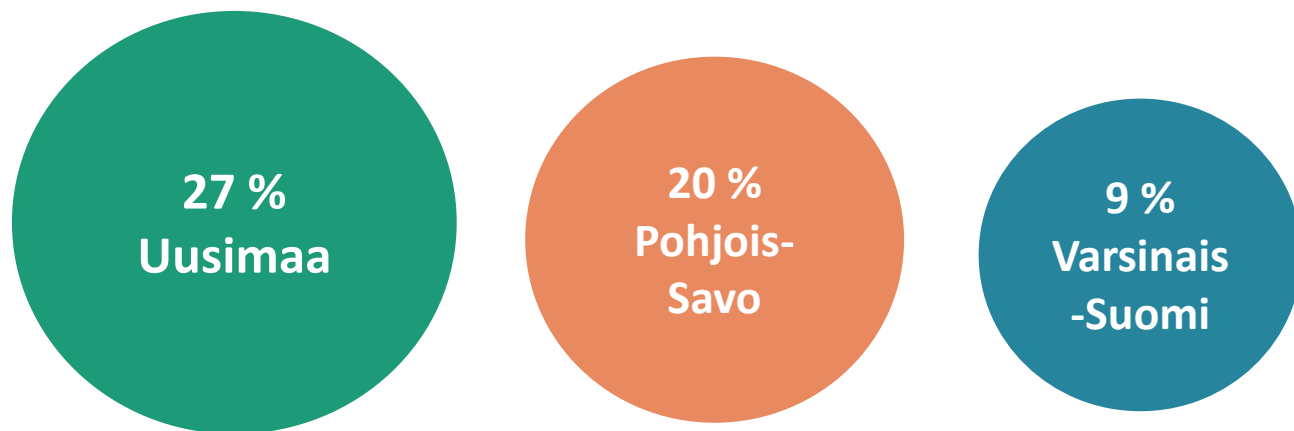
Luomupetuksen nykytila ja koulutuksen kehittämistarpeet (LUKOKE) -hanke

Sakky | 9.11.2023



TAUSTATIETOJA

Kyselyyn vastasi **44 elintarvikeyrityksen edustajaa**



7% Etelä-Pohjanmaa

5% Satakunta, Kanta-Häme, Pirkanmaa, Etelä-Savo, Keski-Suomi

2% Päijät-Häme, Kymenlaakso, Etelä-Karjala, Pohjois-Pohjanmaa, Kainuu

Ei vastauksia: Pohjois-Karjala, Pohjanmaa, Keski-Pohjanmaa, Lappi ja Ahvenanmaa

Henkilöstön määrä

1-5	29,5%
6-10	18,2%
11-20	2,3%
21-50	9,1%
51-100	13,6%
101-200	6,8%
yli 200	20,5%



Vastauksissa edustettuna **18 eri toimialaa**



32 % hedelmät, marjat ja kasvikset

20 % mylly- ja tärkkelystuotteet

20 % leipomo

16 % liha- ja siipikarja

16 % valmisruoat

Muut (alle 10 % vastaajista): tukkutoiminta, meijeri, luonnontuotteet, mausteet, öljykasvit, kahvi ja paahtimo, alkoholijuomat, kala, lastenruoka, panimo- ja virvoitusjuomat, makeiset ja keksit, lemmikkien ruoka



Kuuluuko yritys luomulainsäädännön mukaiseen **luomuvalvontaan?**



79%

KYLLÄ

14%

KYLLÄ, MUTTA...

...emme valmista tällä hetkellä luomutuotteita

7%

EI



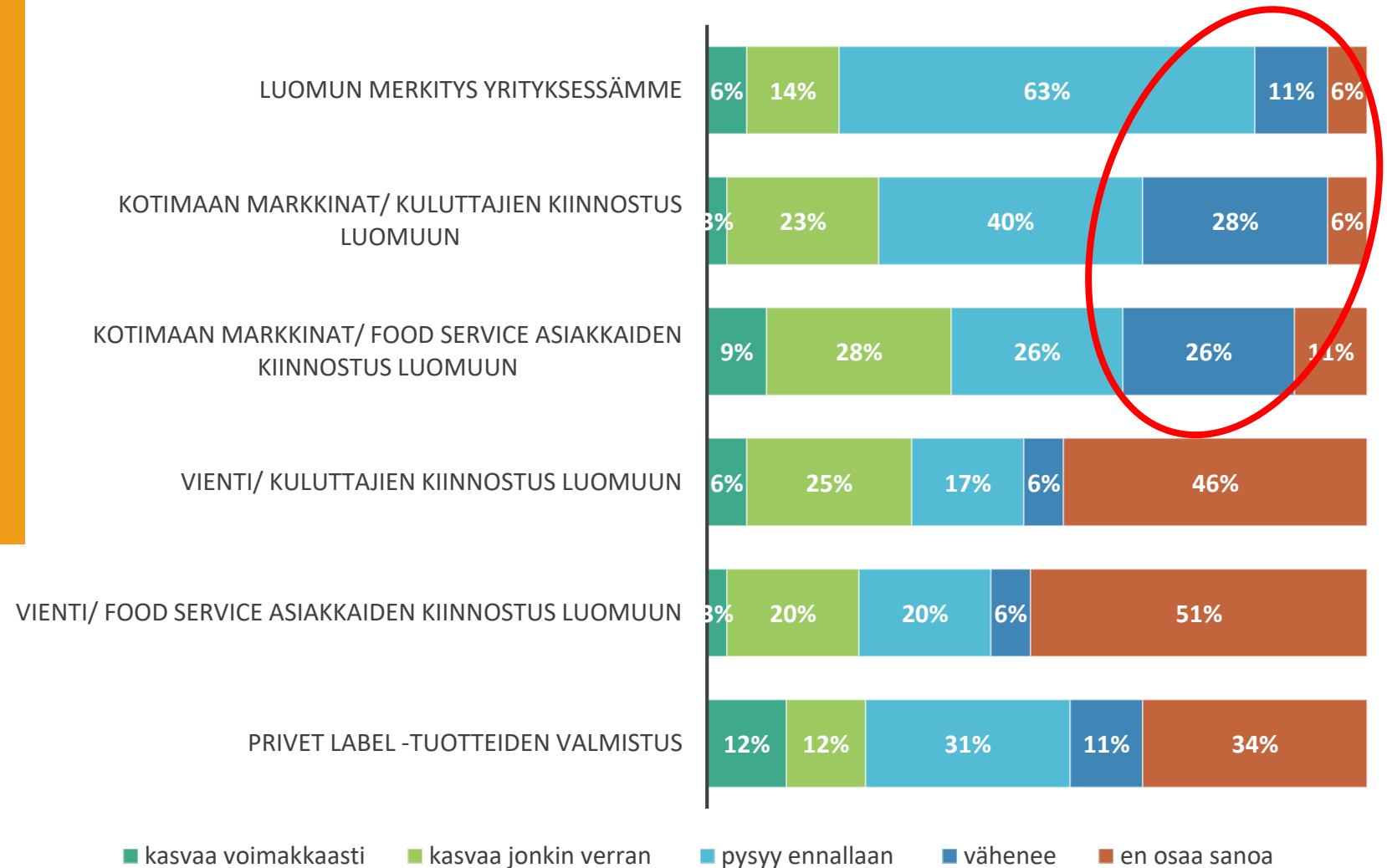
Luomun markkinatilanne

83 % vastaajista arvioi,
että luomun merkitys yrityksessä
pysyy ennallaan tai kasvaa

66 % vastaajista arvioi,
että kotimaan kuluttajien kiinnostus
pysyy ennallaan tai kasvaa

63 % vastaajista arvioi,
että kotimaan food service -asiakkaiden
kiinnostus pysyy ennallaan tai kasvaa

Luomun kehityssuunnat yrityksen näkökulmasta



Luomutuotannon ja -kulutuksen kasvun veturit ja esteet

Kasvun veturit

- **Toimintatapojen kehittäminen**



Meillä luomutuotantoon siirtymisessä auttoi kolme asiaa:

1. Löysimme viljelytoimintaan sopivan yhteistyökumppanin naapuritilasta, jonka kanssa oli yhdessä järkevää tehdä viljelyä luomussa. Näin saatiin riittävä peltopinta-ala luomua jatkojalostustoimintaa ajatellen.
2. **Asiakkailta tullut kysyntä ja kannustin luomutuotteiden saatavuudesta**
3. Halu lopettaa kasvinsuojelu- ja torjunta-aineiden käyttö.

- **Luomun hyötyjen esiintuominen**

“Puhtaus, ekologisuus ja maku vetureina.”

“Ihmisten ymmärrys terveellisestä ruoasta on lisääntynyt ja luomun arvostus sen kautta kasvanut.”

“Kuluttajat ymmärtävät paremmin tuotteen viljelyn vaikutukset. Kysyntä on kasvanut myös Horeca puolella.”

- **Luomu arvovalintana**

“On joukko ihmisiä, joihin ei vaikuta energian hinnan nousu jne. He ostavat silti luomua sen hyötyjen takia (luonnon monimuotoisuus, maku, varmuus siitä ettei ole kasvinsuojeluaineita tai kemikaaleja).”

- Yleinen tiedotus ja koulutus **ruoka-alan asioista.**

Luomutuotannon ja -kulutuksen kasvun veturit ja esteet

Kasvun esteet

Vastaukset numeroitu sen mukaan, kuinka usein aihe toistui vastauksissa. 1 = toistui eniten

1. Hinta

- Kuluttajilla ostohalua, mutta maksuvalmius on heikentynyt
- Kulutuksen esteenä kaupan hinnoittelu
- Kuluttajille kaupassa hinnat liian korkeat

“Kuluttaja ei ymmärrä valvontaa ja siitä koituvia kuluja eikä ole valmis maksamaan luomusta enempää.”

2. Byrokratia ja sääntely

- Raskas kirjanpito
- Valmistuksen turha byrokratia
- Luomutuotannon kasvanut sääntely

“Suomalaisten metsien keruualueiden kuuluminen luomuun ja valvonta on pelleilyä.”

“Suomen tulkinnat luomukeruuotteiden polusta on viety niin äärimmilleen, että luomukeruun osuus on sen johdosta romahtanut.”

3. Saatavuus

- Tarvittavien raaka-aineiden vaatimaton tarjonta, *esim. luomuohra*
- Jos kysyntä olisi tasaista ja ennakoitavissa ympäri vuoden, saatavuus olisi parempi.
- Private Label syönyt monessa kategoriassa luomutuotteiden valikoimaa ja usein myös laatua.

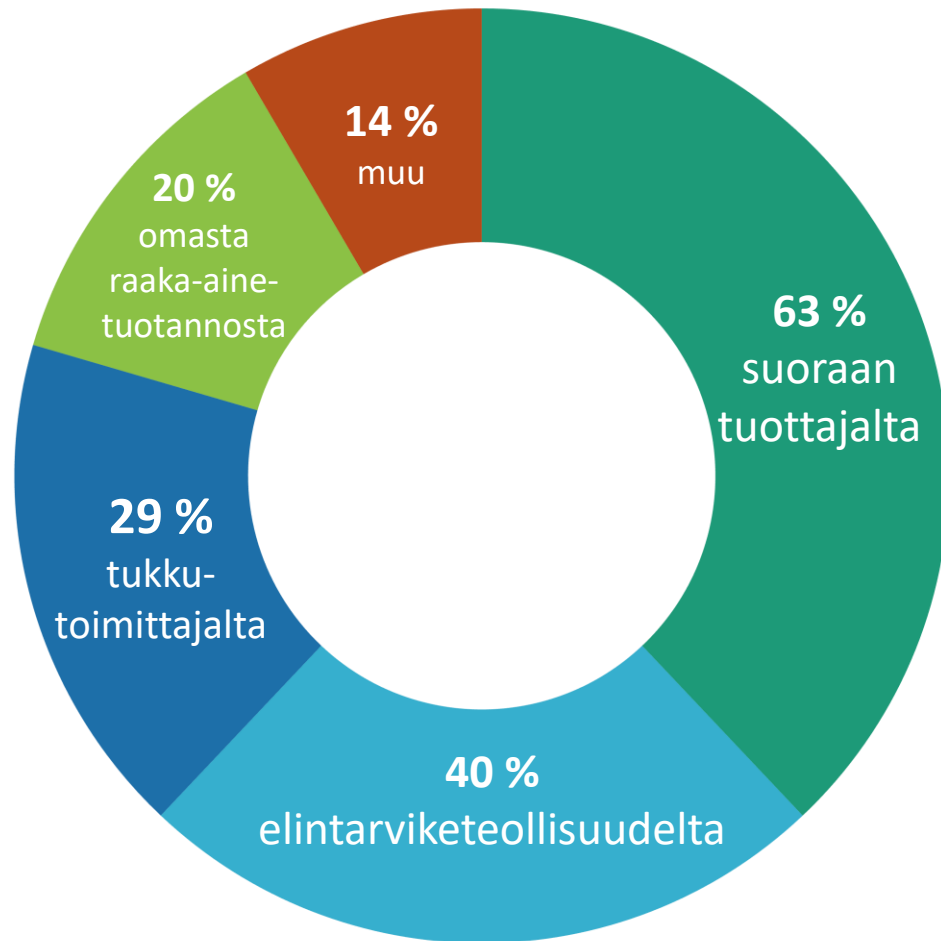
“Esteenä Horeca-tuotteiden osalta on tuotteen saaminen säännölliseen käyttöön asiakkailta. Menekki hyvin vaihtelevaa ja yksiköt tekevät yllättäviä muutoksia käyttämässään tuotteissa (mm. tukirahojen muutokset tuoteryhmistä toiseen).”

4. Muuta

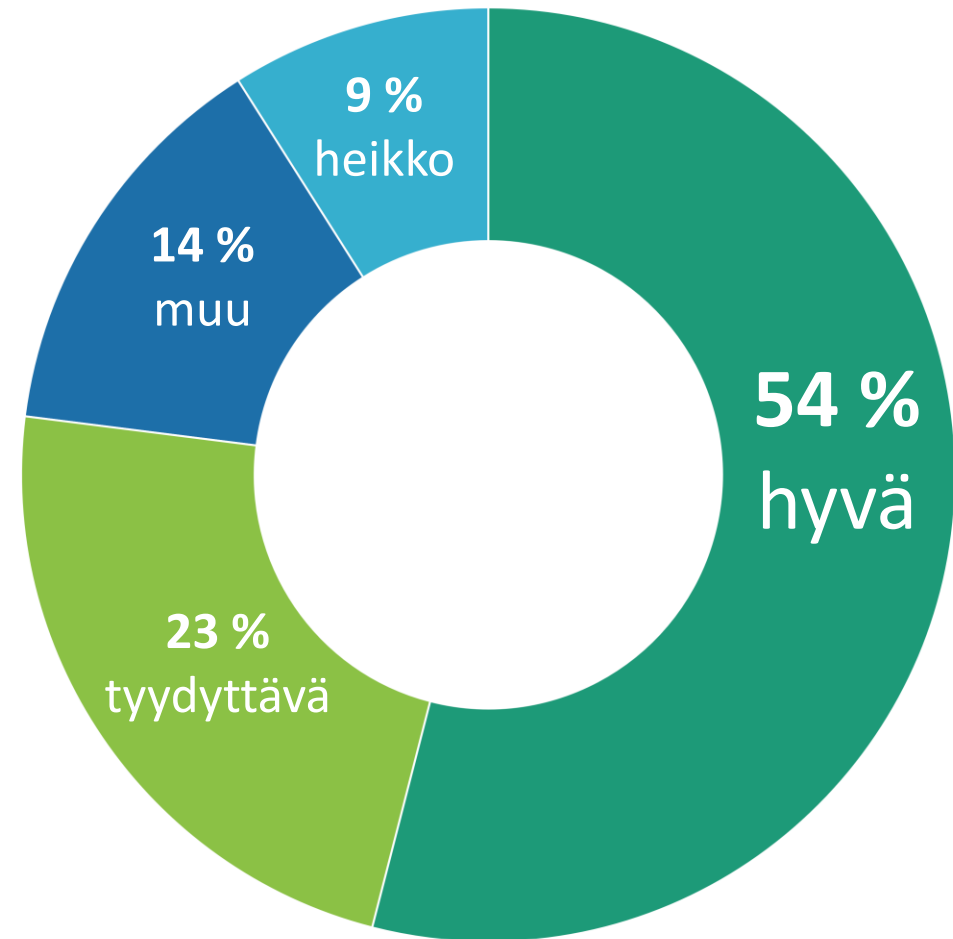
“Karttojen teon kalleus ja luomualueiden pirstaleisuus.”

“Luomua merkittävämpiä sertifiointeja on tarjolla. Luomun merkitys tulee olemaan vain käytännössä kasvinsuojelu-/lannoiteainepuolella.”

Luomuraaka-aineita hankitaan pääsääntöisesti...



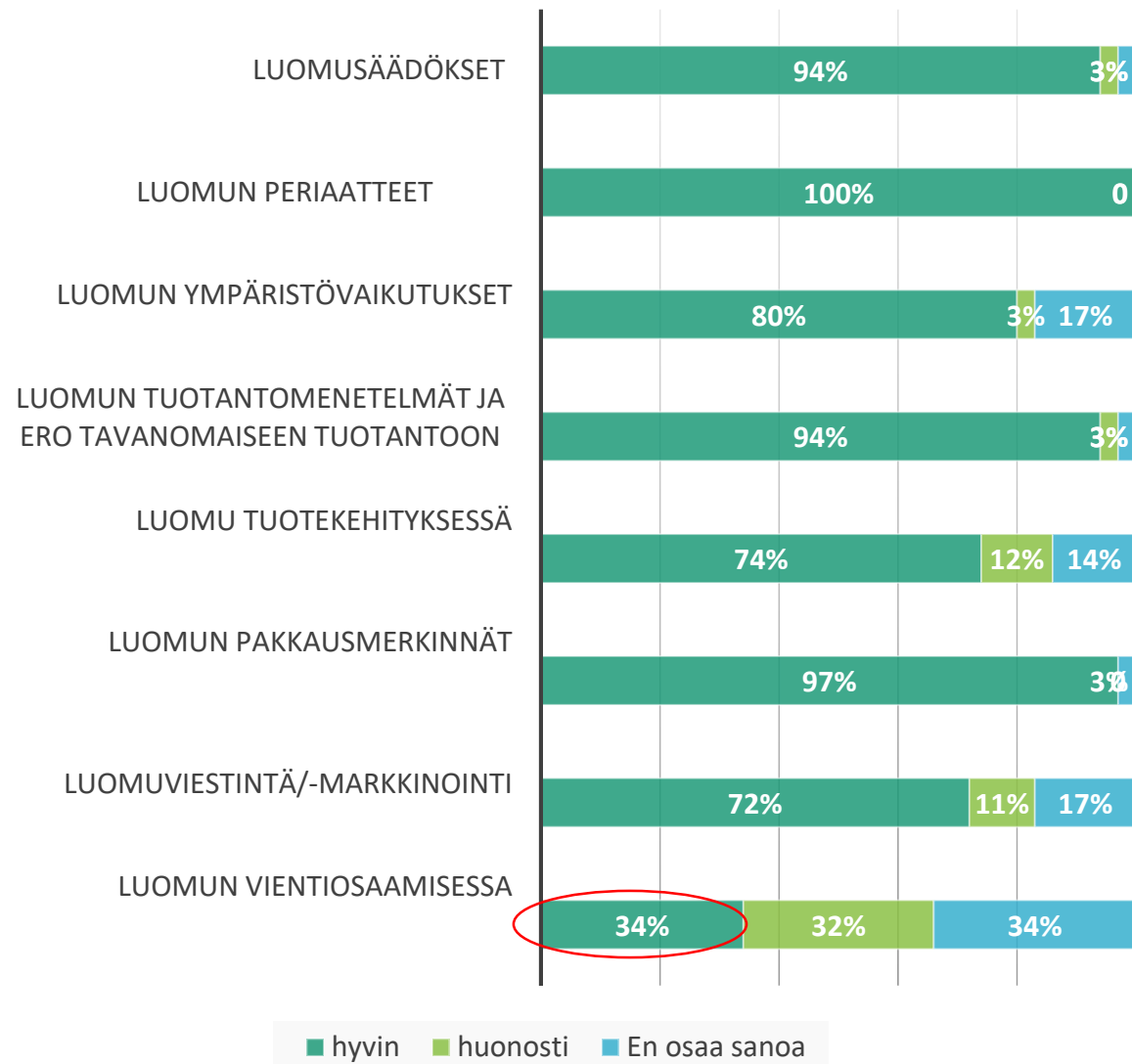
Luomuraaka-aineiden saatavuus koetaan...



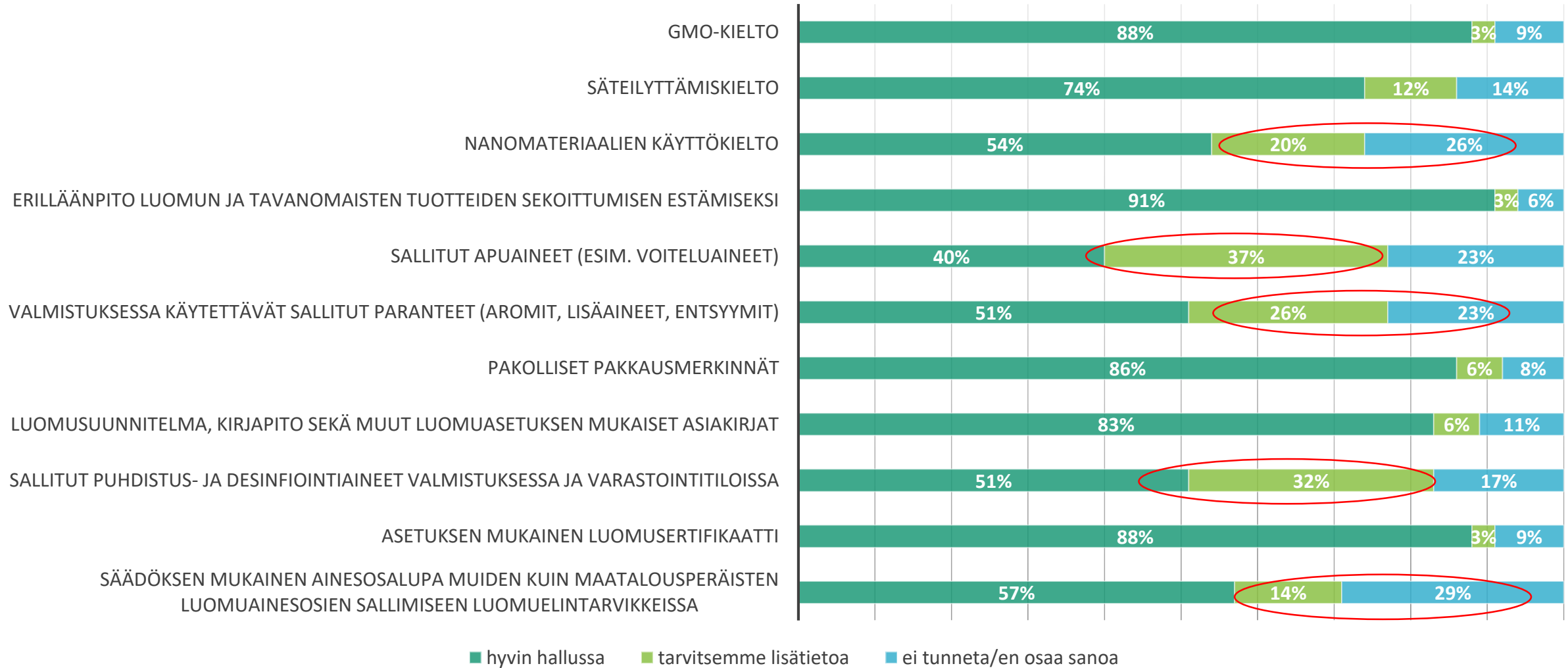


Luomuosaminen

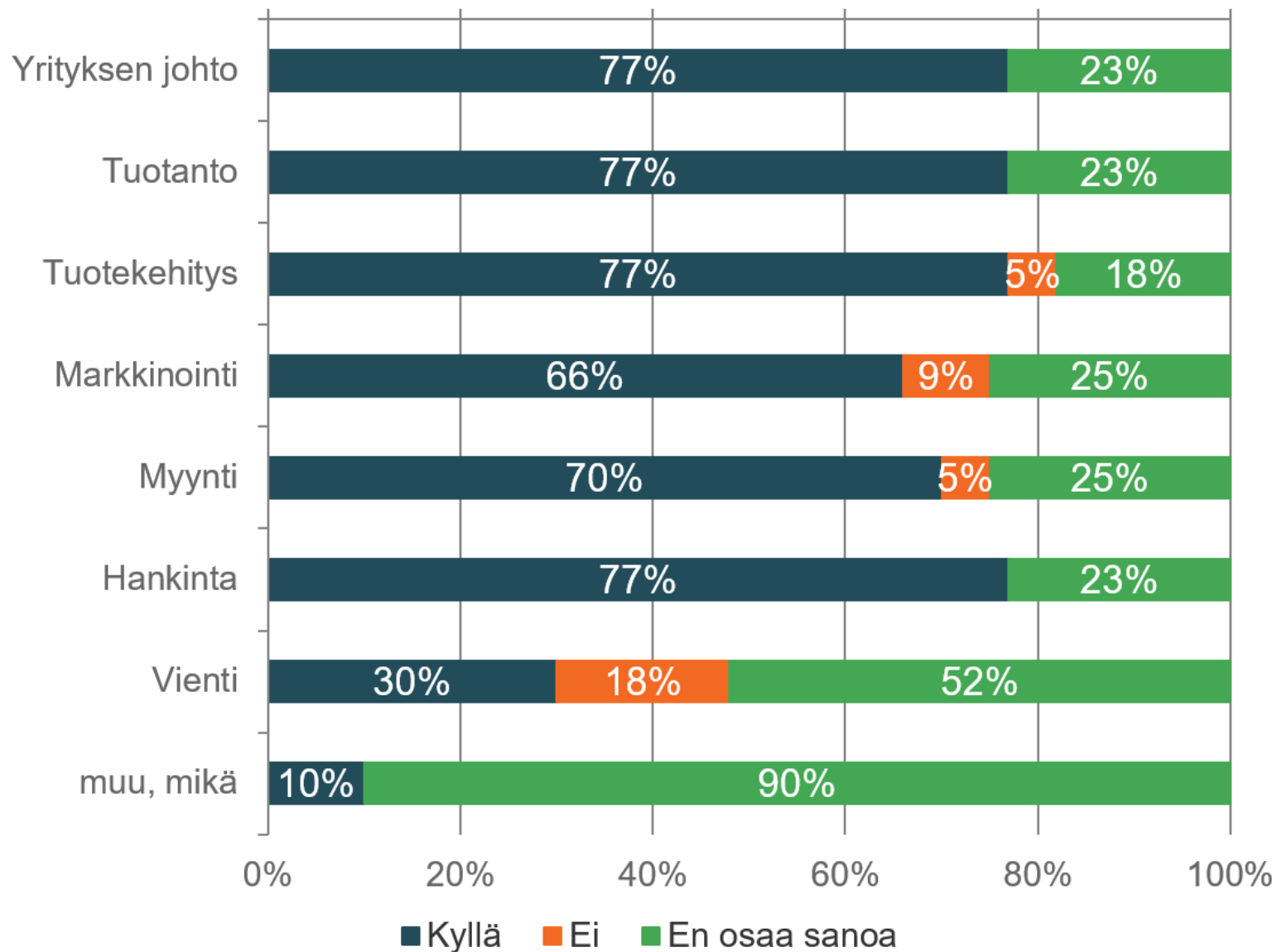
Vastaajat kokivat, että yrityksessä **luomuun liittyvät asiat ovat hallussa**



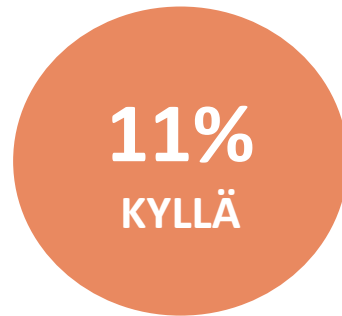
Kuinka hyvin yrityksessänne tunnetaan EU:n luomulainsäädäntö ja 1.1.2022 voimaan astuneen uuden luomuasetuksen muutokset sekä luomuun liittyvät erityispiirteet?



**Vastaajat kokevat, että
luomuosaamisen taso on
riittävä yritysten
tuotantoketjun eri osissa**



Huomioidaanko henkilöstön rekrytoinnissa luomuosaamisen taso?



Mitä luomuosaamista henkilöstöltä vaaditaan rekrytoidessa?

- Ei mitään, henkilöstö koulutetaan ja perehdytetään tehtävään. Erityistä huomiota kiinnitetään erillään pidon vaatimukseen sekä saastumisen ja sekoittumisen ehkäisyyn varastossa ja käsittelyssä.
- Ymmärtää, miten luomu eroaa tavanomaisesta
- Luomuperuskurssin suorittaminen
- Aiempi kokemus, jos luomun tuotevastaava

Henkilöstön luomukoulutus

- ✓ Yrityksen sisäinen koulutus:
 - Perehdytys työsuhteen alussa
 - Täydenniskoulutus työsuhteen aikana, kun vaatimukset, lainsäädäntö, toimintatavat tai raaka-aineet muuttuvat.
 - Osana yhtiön muita koulutuksia
- ✓ Räätelöidyt koulutukset ja ostopalvelut
- ✓ Luomuvalmistuksen läpikäynti (luomusuunnitelma), raaka-aineiden varastointi ja käsittely, luomutuotteen valmistus sekä omavalvonta.
- ✓ Luomutarkastuksen jälkeen käydään läpi poikkeamat



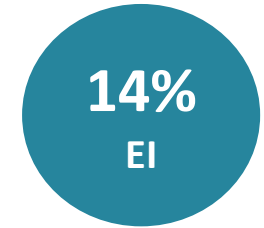
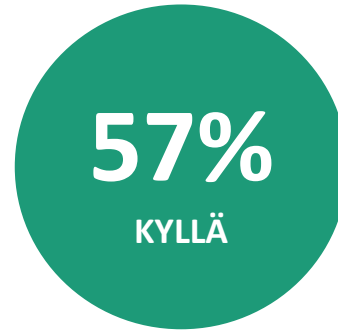
Koulutuksen järjestäjä

- ❖ tuote- ja laatupäälliköt sekä laatuosasto
- ❖ yrittäjä itse
- ❖ Valvira
- ❖ tuotteen valmistaja uuden tuotteen yhteydessä



Koulutus, neuvonta ja valvonta

Onko yrityksille suunnattu luomuelintarvikkeiden valmistamiseen, markkinointiin sekä valvontaan liittyvä ohjeistus ja tiedottaminen riittävää?



MITEN ALOITTAAN LUOMUTUOTTEIDEN VALMISTAMINEN?

LUOMUTUOTTEIDEN KEHITTÄMINEN ERI ASIAKASRYHMILLE

VALVONTAAN LIITTYVÄ OHJEISTUS

KULUTTAJAMARKKINOINTIIN KOTIMAASSA

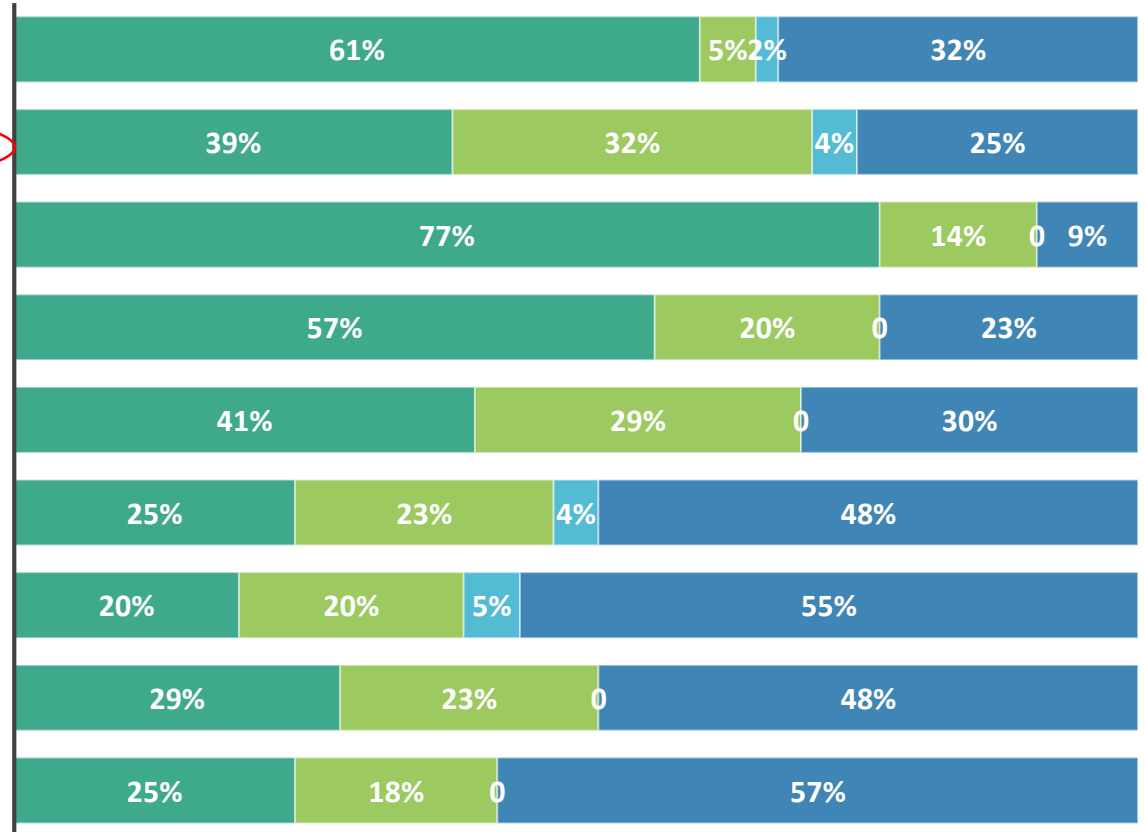
KOTIMAAN FOOD SERVICE MARKKINOINTIIN

KULUTTAJAMARKKINOINTIIN KV-KAUPASSA

VIENTI FOOD SERVICE MARKKINOINTIIN

PUOLIVALMISTEIDEN VALMISTUS KOTIMAAN TEOLLISUUDELLE

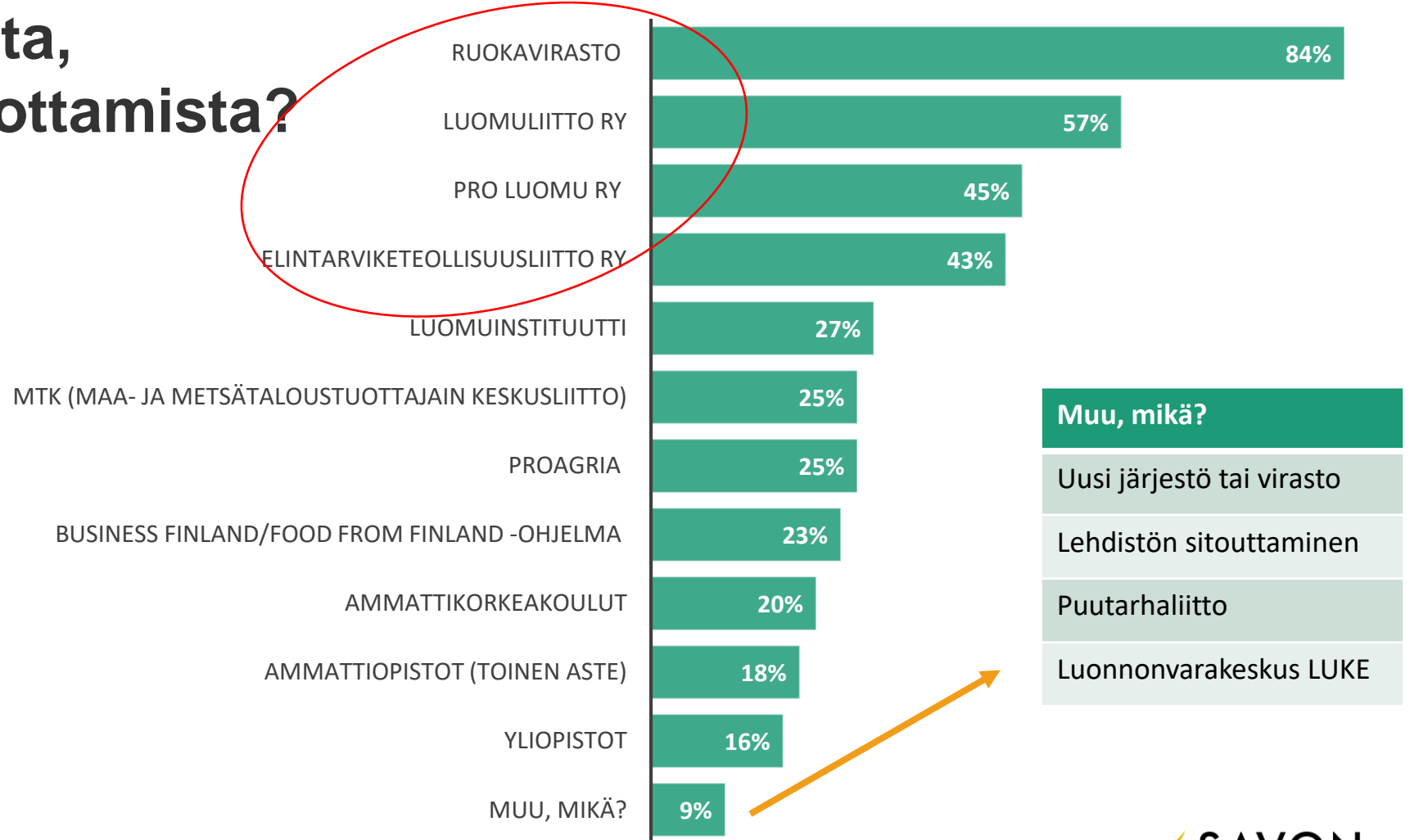
PUOLIVALMISTEIDEN VIENTIIN TEOLLISUUDELLE



Onko mielestäsi yrityksille saatavilla riittävästi luomuun liittyvää tietoa ja koulutusta?

riittävästi huonosti erittäin huonosti ei koske meitä

Minkä tahon tulisi mielestäsi antaa yrityksille luomuun liittyvää ohjeistusta, koulutusta ja tiedottamista?





Koulutustarveselvitys ruokapalveluiden luomusaamisen erityistarpeista

Luomupetuksen nykytila ja koulutuksen kehittämistarpeet (LUKOKE) -hanke

Kyselyyn vastasi **13 ruokapalvelun edustajaa**



Alle 10% Pirkanmaa, Päijät-Häme, Etelä-Savo, Pohjois-Savo, Keski-Suomi

Ei vastauksia: Varsinais-Suomi, Satakunta, Kanta-Häme, Kymenlaakso, Etelä-Karjala, Pohjois-Karjala, Etelä-Pohjanmaa, Pohjanmaa, Keski-Pohjanmaa, Kainuu, Lappi, Ahvenanmaa

Annoksia vuorokaudessa

100 - 199	1	7,7%
200 - 499	2	15,4%
500 - 999	2	15,4%
1 000 - 1 999	1	7,7%
2 000 - 4 999	3	23,0%
5 000 - 9 999	0	0,0%
10 000 - 14 999	1	7,7%
yli 15 000	3	23,1%



Vastauksissa edustettuna erilaisia ruokapalvelutoimijoita



92 %

Julkinen ateriapalvelu:

Koulut, päiväkodit, korkeakoulut, vanhushuolto, sote

31 % lounasravintola

23 % kahvila

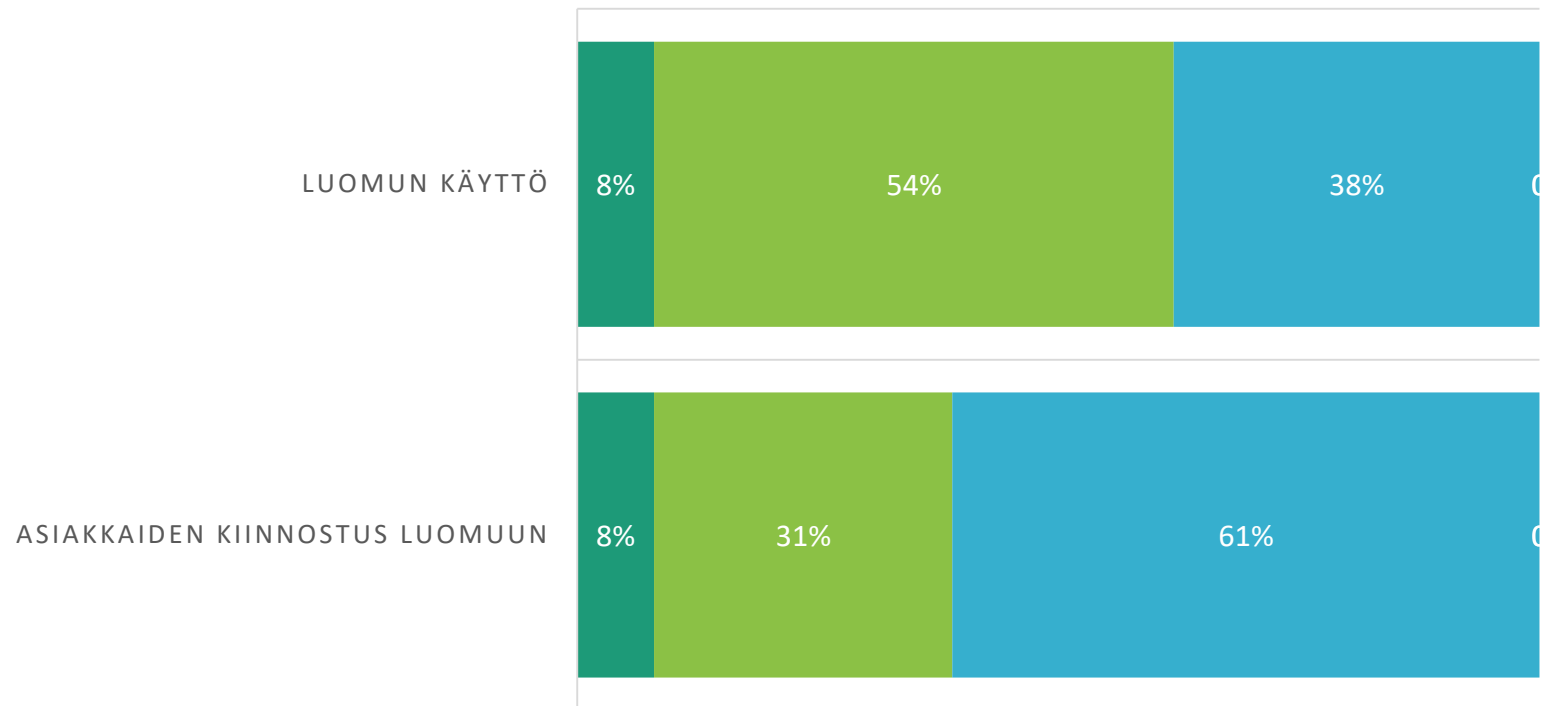
8 % A la Carte -ravintola

Luomun kehityssuunnat ruokapalvelun näkökulmasta

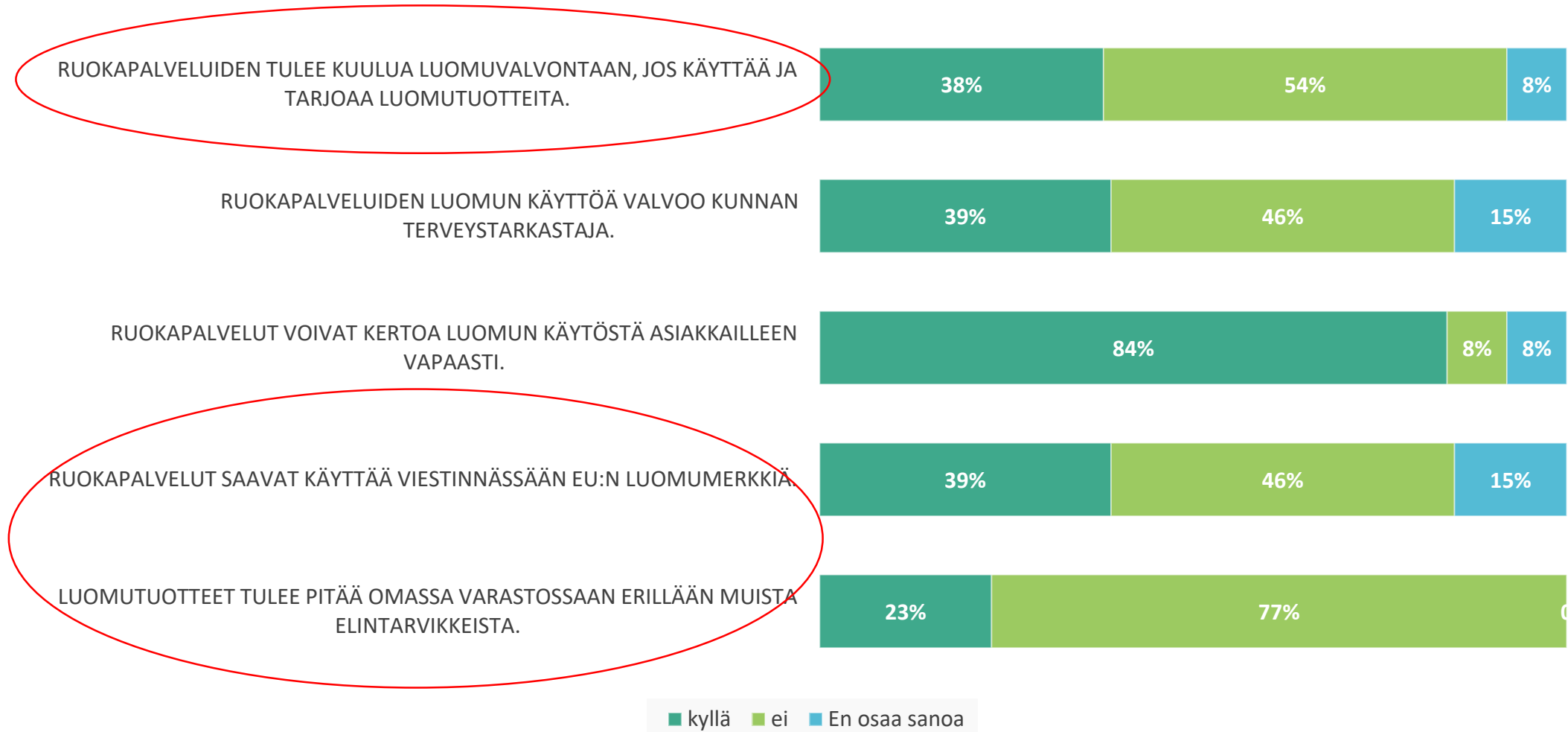
62 %

vastaajista arvioi, että ruokapalvelun luomun käyttö kasvaa jonkin verran tai kasvaa voimakkaasti

■ kasvaa voimakkaasti ■ kasvaa jonkin verran ■ pysyy ennallaan ■ vähenee ■ en osaa sanoa



Ruokapalveluiden luomun käyttöön ja siitä viestimiseen liittyviä tietyjä säädöksiä. Mitkä seuraavista mielestäsi koskevat ammattikeittiötä?

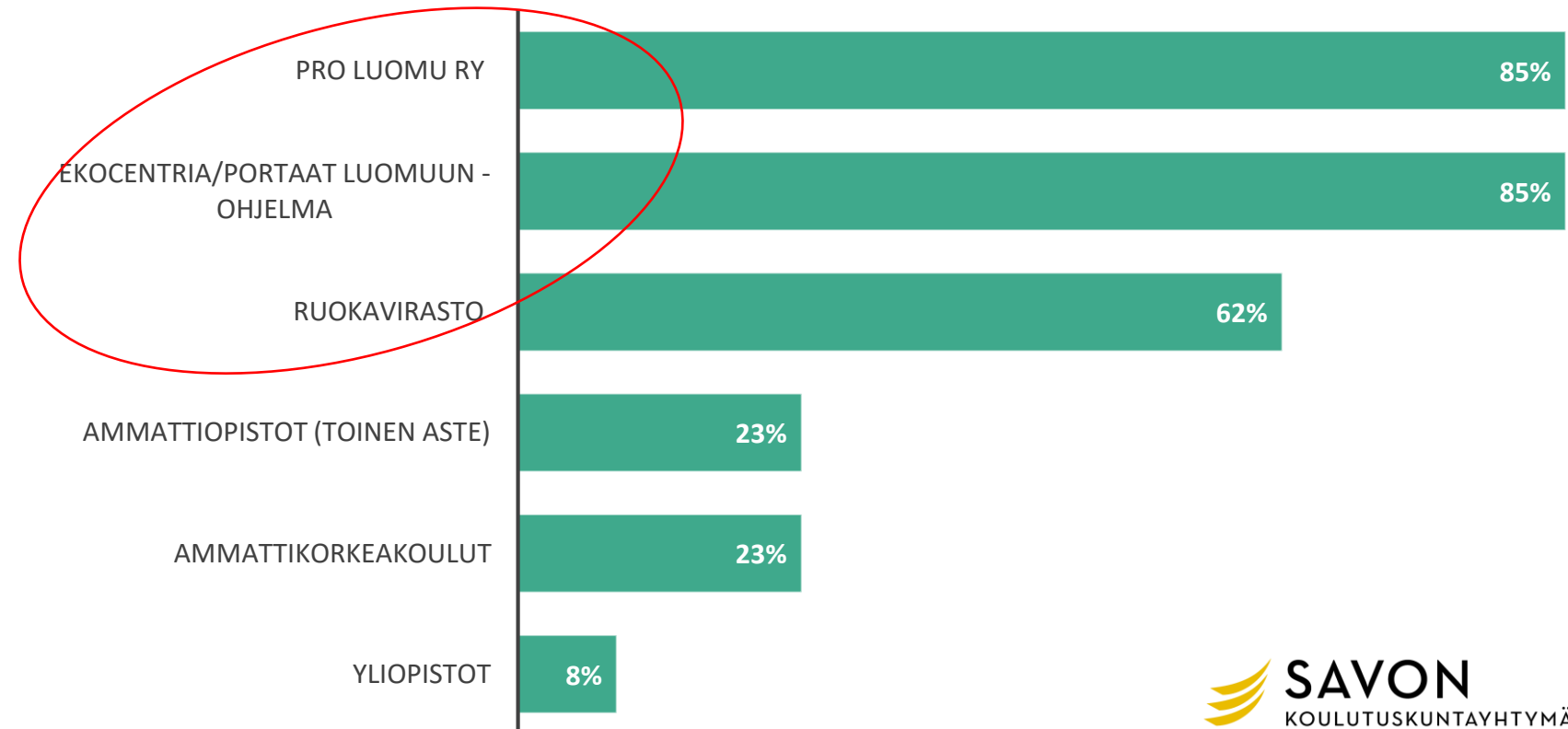


Onko ruokapalveluille saatavilla riittävästi luomuun liittyvää tietoa ja koulutusta?

69%
KYLLÄ

31%
EI

Minkä tahon tulisi mielestäsi antaa ruokapalveluille luomuun liittyvää ohjeistusta, koulutusta ja tiedottamista?



Yhteenvedoa

- luomu nähdään tärkeänä osana yritysten toimintaa
- food service markkinat nähdään kasvavana potentiaalina luomutuotteille
- pitää panostaa luomutuotannon lisäarvosta sekä positiivisista vaikutuksista viestimiseen tutkitun tiedon avulla
- tulee panostaa tuotakehitykseen eri asiakasryhmille
- tarvitaan lisää osaamista luomuun liittyvistä erityispiirteistä
- Luomun perustiedot tulee olla kaikilla elintarvike- ja ammattikeittiöalan ammattilaisilla hallussa
- tulee lisätä yhteistyötä kaikkien ketjun toimijoiden kanssa myös valvontaviranomaisen