



TUOTTAJIEN JA KULUTTAJIEN MIETTEITÄ KESTÄVYYDESTÄ

28.11.2024 Kestävyydestä taloudellisia
tuloksia elintarvikeyrityksille - Kestävä
RuokaHäme hankkeen päätöstilaisuus

Sanna Lento, Hämeen ammattikorkeakoulu

KESTÄVÄ RUOKAHÄME -HANKE

KESTÄVÄ RUOKAHÄME -HANKE (1.1.2022-31.12.2024)

- Tavoitteena oli lisätä kanta- ja pääjäthämäläisten pienten elintarvikealan yritysten tietoisuutta kestävän kehityksen ja vastuullisuuden periaatteista, tuottaa uutta osaamista sekä auttaa verkostojen löytämisessä ja kehittämistoimenpiteiden käynnistämisessä.
 - Kestävyys, vastuullisuus ja yhteistyö läpileikkaava teema
- Hanketta toteuttivat Hämeen ammattikorkeakoulu ja ProAgria Etelä-Suomi ry.
- Rahoitus EU:n maaseuturahastosta.
- Sidosryhmätapaamisia ja työskentelyä eri teemojen parissa. Lisäksi kaikille avoin Kestävä RuokaHäme -Teams-ryhmä, jonka toiminta jatkuu.

KESTÄVYYDEN TEEMAT JA TEKEMINEN HANKKEESSA

1. Ruokamaakuntaidentiteetti

- Ruokamaakunnat esiin yritysten, tuotteiden, tarinoiden ja tilaisuuksien kautta.

2. Kansainvälisyys

- Kansainvälistymisen monet mahdollisuudet ja oman osaamisen esiintuominen esim. vierailukohteena. Yrityskohtaista viestintämateriaalia englanniksi.

3. Hiilijalanjälki

- Hiilijalanjälkilaskennan prosessin ymmärrys. Yrityksille tiedonkeruuta ja valmennusta.

4. Vastuullisuusviestintä

- Vastuullisuusstrategia ja viestinnän mallit yrityksille sekä yleinen vastuullisuusviestinnän opas.

5. Luomuelintarvikkeet

- Luomutreffejä yhteistyön edistämiseksi, sekä tiedon lisäämistä.

6. Terveelliset elintarvikkeet

- Elintarvikkeiden ravitsemus ja kuluttajan hyvinvointi tuotekehityksessä - työpajoja.



KESTÄVÄ RUOKAJÄRJESTELMÄ –KYSELY

KANTA- JA PÄIJÄTHÄMÄLÄISILLE RUOKASEKTORIN PK-YRITYKSILLE (N=52)

12/2023-1/2024

Siirtymistä kestäväään 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.

”

KESTÄVYYDEN TEEMAT YRITYSKYSELYSSÄ (JA NIIDEN ALLA TARKENTAVIA VAIHTOEHTOJA)

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

TULOKSET TARKEMMIN: <https://www.hamk.fi/wp-content/uploads/2024/02/Hameen-kestava-ruokajarjestelma-yrityskyselyn-tulokset-21.2.2024.pdf>

KYSELYN YHTEENVETO TIIVISTETYSTI

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

"Lakiuudistus, joka ohjaa kulutusta kestäviin vaihtoehtoihin. Kestävän kehityksen tuotteet eivät kilpaile hinnalla."

- 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.
- Kestävyystoimien taustalla vaikuttaa usko kestävän liiketoiminnan myönteisiin vaikutuksiin.
 - Tuo uusia kumppanuuksia, asiakkaita ja asiakasuskollisuuden vahvistumista, sekä uusia tuotteita ja palveluja.
- Haasteiden ja mahdollisuuksien tasapainottaminen edellyttää tukea eri tahoilta, myös lainsäädännöltä, sekä yritysten yhteistyötä ja sitoutumista kestävän kehityksen tavoitteisiin.



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

KEHITYSKOHTEET

- 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

TYÖPAJAKESKUSTELUIDEN KOONTI: MILLAINEN YHTEISTYÖ EDISTÄÄ KESTÄVYYSSIIRTYMÄÄ?

YHTEISTYÖMAHDOLLISUUKSIA MUIDEN RUOKASEKTORIN YRITYSTEN KANSSA TARVITSI 50 % VASTAAJISTA

- Pienryhmät – kokemusten vaihtoa – veturiorganisaatioita pienryhmille yhteistyössä rahoittavien tahojen kanssa
- Pilotit tarpeen, eli esimerkkejä onnistumisista tiloilla, yrityksissä
- Tuottajaorganisaatio-mallit
- Teollisuusyritys, joka on veturina – ohjaus ylhäältä päin
- Kauppa, joka on veturina – ohjaus ylhäältä päin
- Farmers' Market ravintolapuolella
 - pienet tavarantoimittajat näkyväksi – maineen luominen ravintolalle
- Urbaani maanviljely
- Verkostot ovat tärkeitä ja yhteistyö eri toimialojen kanssa. Tarvitaan kehittäjiä ja yrityksiä, ja pitkäjänteisyyttä.



MITEN KESTÄVYYS VIEDÄÄN YRITYKSEN TAVOITTEISIIN? LIIKETOIMINNASSA, ARVOISSA, YRITYKSEN JATKUVUUDEN KANNALTA?

- Omien tavoitteiden asettaminen kestävän ruokajärjestelmän edistämiseksi
 - Yrityksellä on tavoitteet kestävän ruokajärjestelmän edistämiseksi, esim. päästöjen vähentämiseksi ja hiili- tai ympäristöjalanjäljen pienentämiseksi. 37 %.
 - Yrityksellä on selkeä liiketaloudellinen toimintastrategia 54 %.
- Omat asenteet ja arvot kohdillaan
- Hyötynäkökulmia ei vielä nähdä?
- Asiakasnäkökulma ymmärretään, mutta ei liiketoiminnallista. Ei näy hinnoissa?



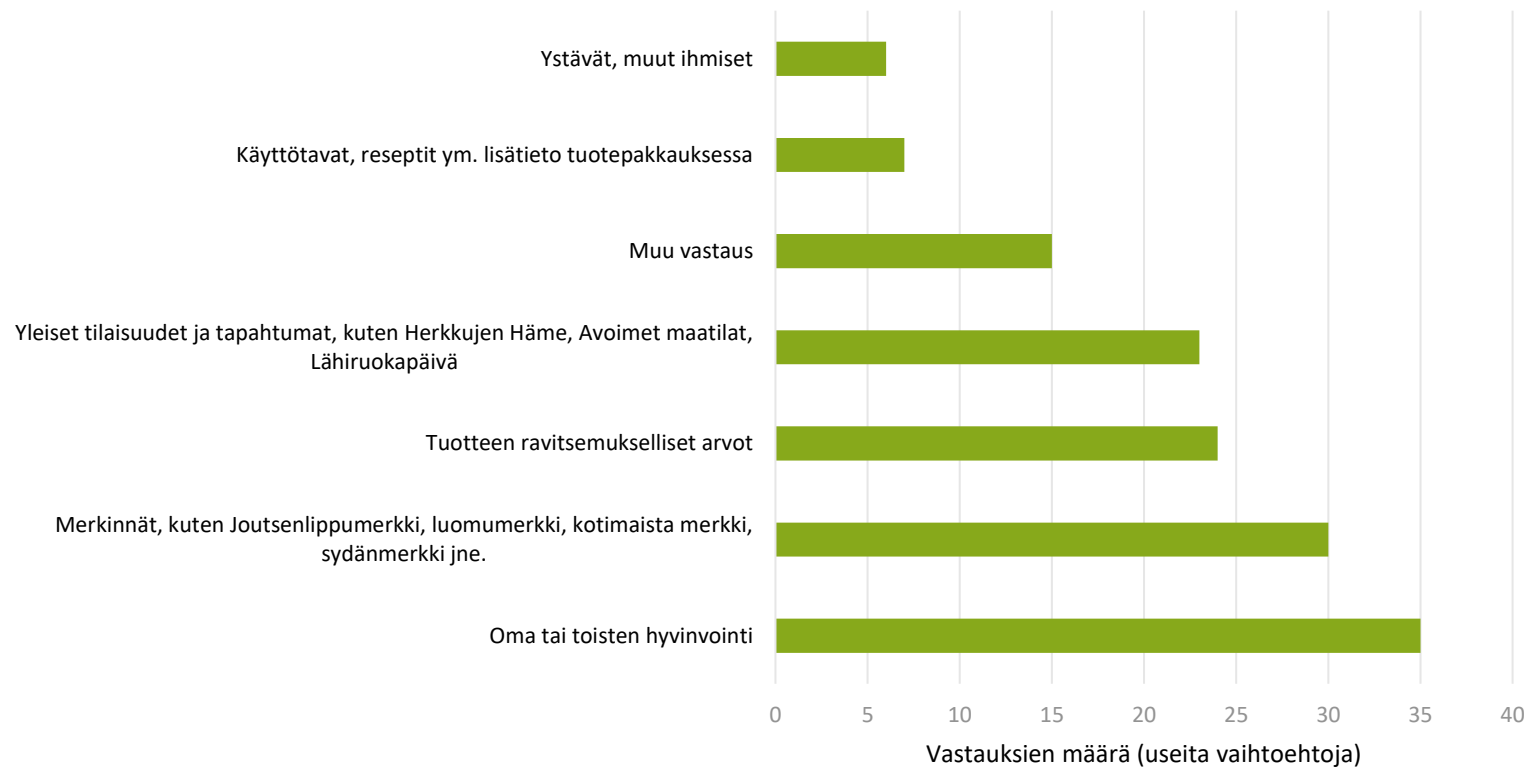
KULUTTAJIEN MIETTEITÄ – HERKKUJEN HÄME –TAPAHTUMA HÄMEENLINNAN TORILLA 4.9.2024, KYSELY/HAASTATTELUT (50 VASTAAJAA)



KULUTTAJIEN MIETTEITÄ – HERKKUJEN HÄME 4.9.2024

KYSELY/HAASTATTELUT (50 VASTAAJAA)

Mikä motivoi tai motivoisi sinua ostamaan terveellistä ja kestävästi tuotettua ruokaa?



Muut arvot, jotka motivoivat ostamaan kestävä ruokaa:

- Tuttuus, tuttu tuottaja, luottamus
- Raha menee tuottajalle tai lähialueelle, työllisyys.
- Maailman tilanne, omavaraisuus, turvallisuus.
- Lähellä, lähiruokaa
- Luonnon hyvinvointi, ympäristö
- Ei prosessoitua. Tuoreus. Irtotuotteet.
- Hyvää, maku, laatu
- Hinta