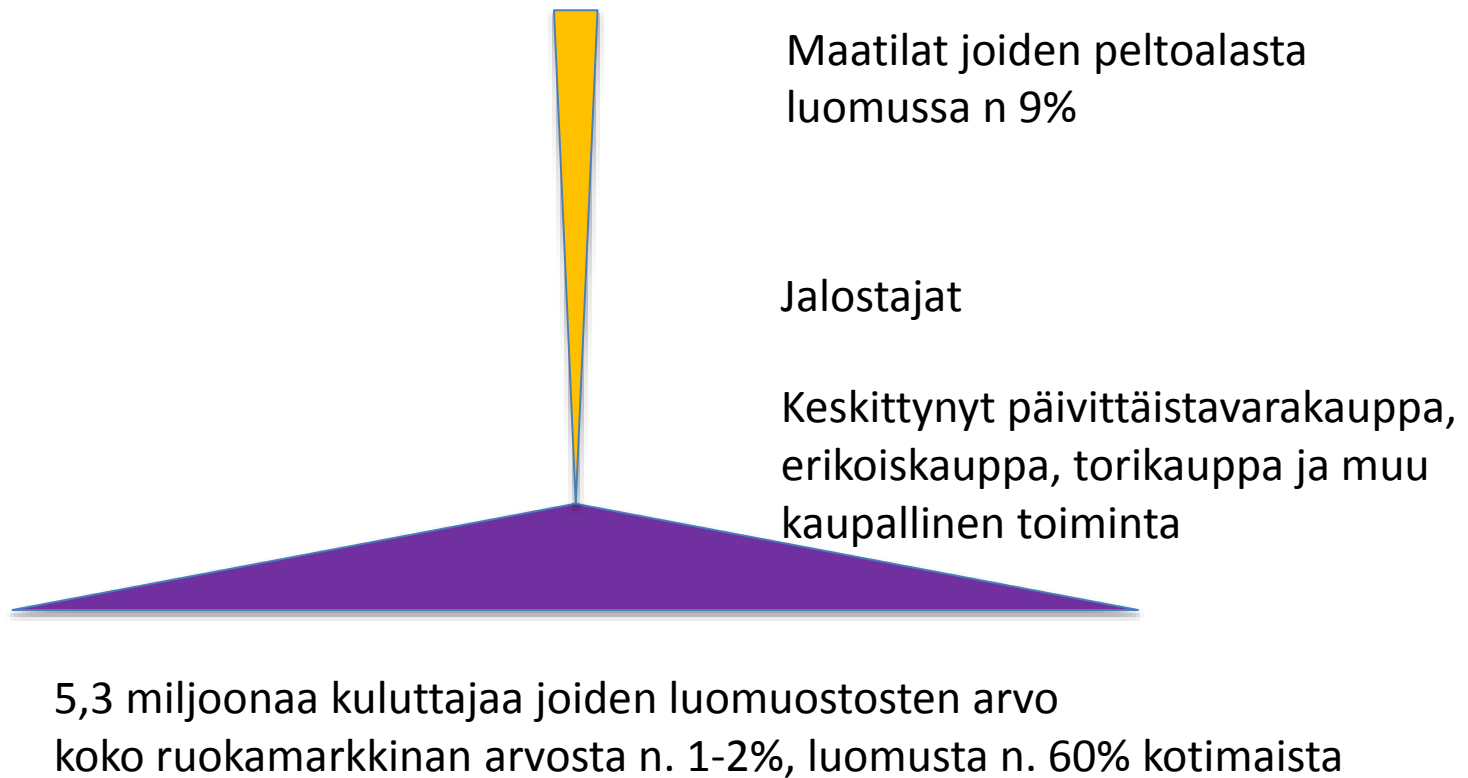


**17.02.2015 Mikkeli**

**Luomuruokaketjun  
vaihtoehtoisia toimintamalleja**

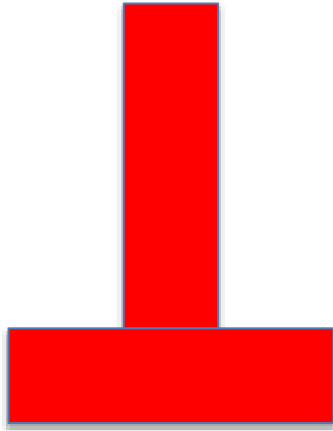
*Minna Mikkola  
Helsingin yliopisto  
Luomuinstituutti*



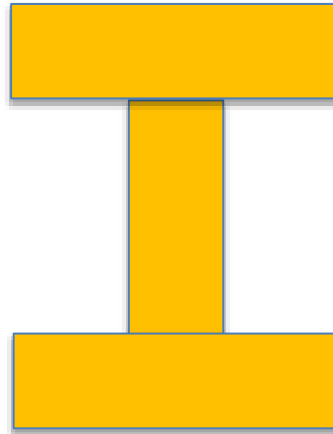
**Ruokaketjun rakenne Suomessa: tarjontaketjussa (keltainen kolmio) vähän toimijoita verrattuna kuluttajien (sininen kolmio) lukumäärään – samoin luomussa**

# Markkinat ja kestävä ruokaketju

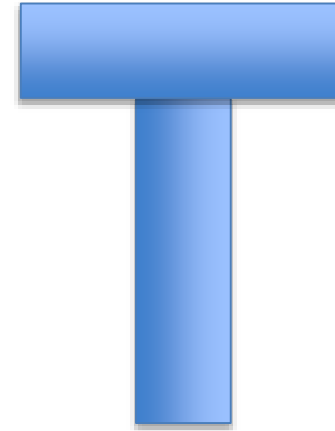
- 'Concerned consumers' – kuluttajat (ja poliitikot) huolestuneet ruoan turvallisuudesta, ruokaturvasta, ympäristön ja eläinten hyvinvoinnista
- Etsitään kestävää ruokaa (luomu, biodynaaminen, kasvisruoka, ravinteiden kierrätys, alhainen hiilijalanjälki, lähiruoka) joka vaihtoehto nykyiselle 'tehomaataloudelle'
- Markkinasuhtautuminen (olen riippumaton ostokseni seurauksista) kyseenalaistettu
- Historiallisesta tarjontalähtöisyydestä nykyiseen kysyntälähtöisyyteen josta neuvottelevaan ruokaketjuun
- Kuluttajat, kauppa, jalostajat, tuottajat keskenään tutkivat, arvioivat ja ohjaavat ketjun toimintaa nykyistä kestävämmäksi > neuvotteleva ketju



Kysyntä  
Lähtöinen  
Ruokaketju  
Tavoite  
Miellyttää  
kuluttajaa



Neuvotteleva  
Ruokaketju  
Tavoite  
Etsitään yhdessä  
Kestäviä ratkaisuja

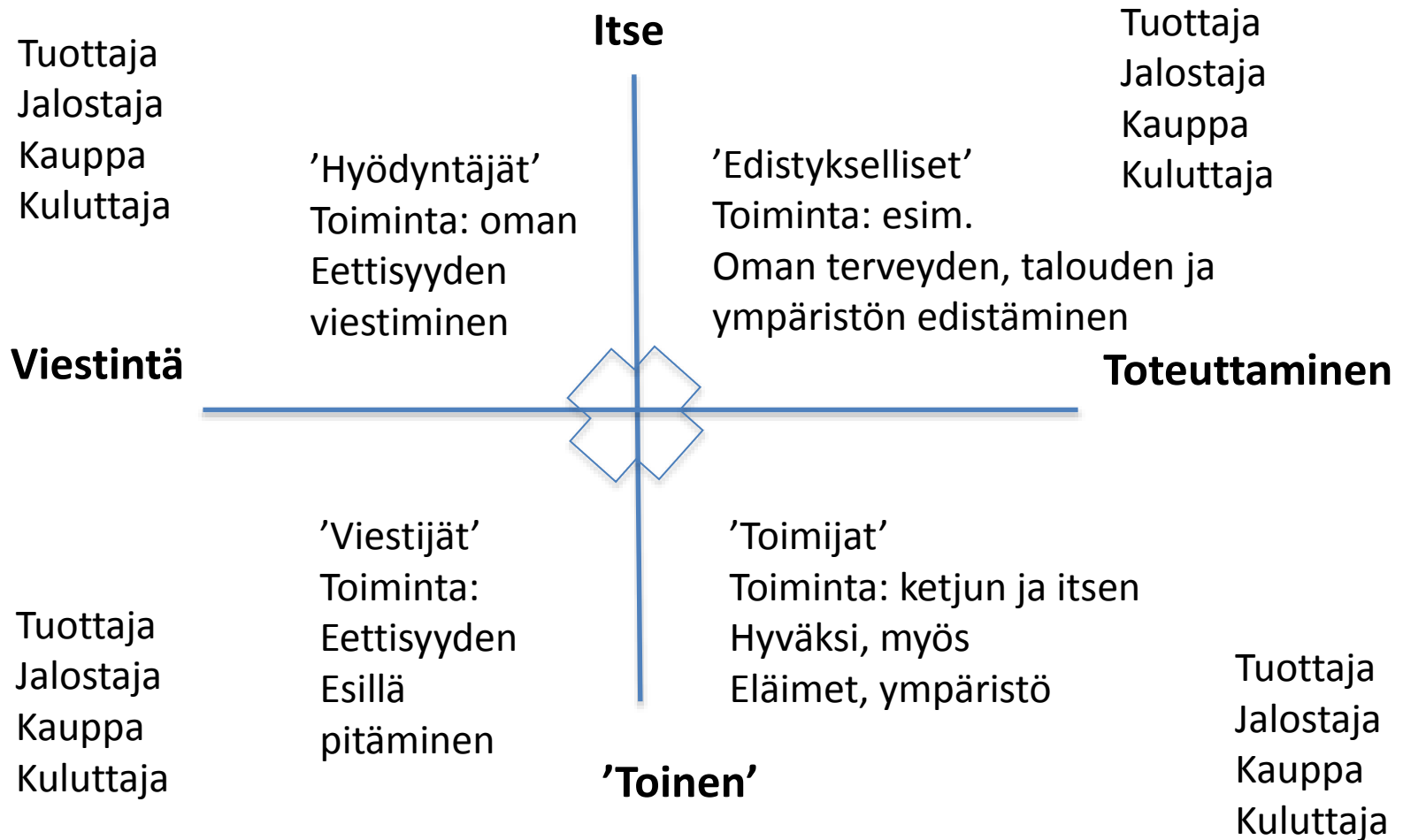


Tarjontalähtöinen  
Ruokaketju  
Tavoite  
Kulutettava  
Tuotannon mukaan

## Ruokaketjun vaihtoehtoisia toimintamalleja

# Ruokaketjun vaihtoehtoisuus

- Luomu ei tarjoudu samanarvoiseksi vaihtoehdoksi kuin tavanomainen ruoka vaan sitä paremmaksi (itselle ja 'toiselle')
- Markkinoille syntyy luomun aiheuttamia jännitteitä:
  - ruokaketjun toimijan vastuu itsen ja 'toisen' välille
  - ruokaketjun toimijan 'tekemisen' ja viestimisen ('puhumisen') välille
- Ketjua ja sen toimijoita voidaan tarkastella vastuun ja viestinnän kannalta



## Luomuruokatoimijoiden vastuun ja viestinnän jännitteitä

# Luomutarjonnan ja –kulutuksen vaihtoehtoisia toimintamalleja

- 1 Päivittäistavarakauppa
- 2 Erikoiskauppa
- 3 Maatilakauppa
- 4 Laatikkokauppa
- 5 Sähköinen kauppa
- 6 Tuotteistettu kaupunkiviljely
- 7 Ruokapiirit

# Luomuruokaketjun vaihtoehtoiset toimintamallit 1. Päivittäistavarakauppa

- Kauppa valitsee myytävät tuotteet ja tarjoaa kuluttajalle mahdollisuuden hyvin erilaisiin ja vaihteleviin valintoihin (esim. 10 000 tuotetta), markkinasuhdetta ja –identiteettiä sekä verkostoidentiteettiä rakennetaan mm. jäsenkortein
- Kauppa ostosympäristönä kehittää kuluttajasta näennäisen riippumattoman, mielihalujaan seuraavan ja rutinoidun asiakkaan mutta tarjoaa myös etsijän ja löytäjän osan
- Luomutuotteet tarjoavat poikkeavan viestin itsen ja toisen hyvinvoinnista, sertifiointista, vakaumuksen värittämistä taloudellisista suhteista
- Kauppa voi asemoitua: odotetaan kuluttajien kysynnän kasvua tai edistetään sitä markkinoinnin keinoin
- Kaupan haasteena on tuottaa katetta myös lähi- ja luomuruoan myynnistä





**Päivittäistavarakaupan maitohylly**



**Kuluttajan ympäristöön hylkäämä elintarvikepakkaus**

# Luomuruokaketjun vaihtoehtoiset toimintamallit 2. Erikoiskauppa

- Erikoiskauppa tarjoaa johdonmukaisen valikoiman ja näkymän paikallisiin tuotteisiin ja niiden tuottajiin
- Tuotevalikoima usein pienempi ja mahdollisesti myös sertifioimatonta luomua ja muuta kuin luomua kuten lähiruokaa ja 'reilua kauppaa'
- Lähituottajat ja heidän tilojensa sijainti tunnetaan, kauppias tuottamassa 'yhteisöllisyyttä'
- Kuluttajat voivat tavata heidät face-to-face, verkoston integroituminen ja identiteetti kestävyuden ympärille
- Sosiaalisten yhteyksien, oman ruokailun hallinnan ja palveluliiketoiminnan kasvualusta



**Erikoiskaupan valikoimaa**



**Erikoiskaupan kahvila**



**Sisäänkäynti erikoiskauppaan**

# Luomuruokaketjun vaihtoehtoiset toimintamallit 3. Maatilakauppa

- Maatilan yhteydessä myydään omia luomutuotteita ja/tai (jatko)jalosteita
- Kiertävä maatilatori jonne myyjät ja ostajat saapuvat
- Kannattavaa vain riittävän suurella volyymillä
- Usein monia muitakin liiketoimintamalleja kuten kahvila-ravintoloita, kotieläimiä, antiikkia, heloja, taidetta, käsitöitä
- Asiakkailta (etenkin lapsiperheiltä) mahdollisuus myös osallistua maatiloilla viihtymiseen, oppimiseen ja palkattuun työhön esim. korjaamalla satoa



**Årstiderne, Tanska, laatikkokaupparyitys jolla myös maatilakauppa**  
**<http://www.aarstiderne.com/Om-aarstiderne/De-to-garde/Gaardbutikkerne>**



# Luomuruokaketjun vaihtoehtoiset toimintamallit 4. Laatikkokauppa

- Laatikkokauppa mahdollisuus vailla kiinteää kauppapaikkaa taajamien keskustoissa
- Vaatii logistiikkaa
- Asiakkaat sitoutuvat ostamaan kasvislaatikoita pitkällä aikajänteellä
- Laatikoiden sisältö laajenee usein lähiluomusta globaaleihin luomutuotteisiin ja kasviksista lihaan ja viineihin
- Asiakkaat saavat tukea ruoanvalmistukseen
- Tuottajille mahdollisuus tasapainoilla kysynnän ja oman sekä yhteistyötilojen tarjonnan välillä

## MåltidsKasser

### - ny inspiration til hverdagsmaden

I en MåltidsKasse får du alle råvarer leveret til døren. [Opskrifter](#) følger med.

Bag kasserne står [Aarstidernes kokke](#): Thomas Hess, Sanne Venlov og Søren Ejlersen.

Find den kasse, der passer til dig herunder eller [se menuen for kommende uger](#). **OBS!**

**Bemærk at ny uge starter søndag!**

**Klik på plusset herunder for at se ofte stillede spørgsmål om MåltidsKasserne**

<http://www.aarstiderne.com/MaaltidsKasser>

## Kasser

Her kan du se vores mest populære økologiske [frugtkasser](#), [grøntsagskasser](#), kødkasser og fiskekasser. De er alle gode begynderkasser, så du nemt kommer i gang med dit abonnement.

[Frugtkasser](#)

[GrøntKasser](#)

[MixKasser](#)

[Fiskekasser](#)

[KødKasser](#)

<http://www.aarstiderne.com/Kasser>

# Luomuruokaketjun vaihtoehtoiset toimintamallit 5. Sähköinen kauppa

- Voi toimia kaupan ainoana tai rinnakkaismyyntikanavana
- Usein päivittäistavarakaupan, erikoiskaupan, maatilakaupan ja laatikkokaupan ohella
- Kasvaa jatkuvasti mutta ei ole saavuttanut samanlaista menestystä kuin muiden alojen sähköinen kauppa
- Eniten ostetaan säilyviä ja kuivia tuotteita
- Laajenemismahdollisuus tuoretuotteisiin kun asiakkaat oppivat luottamaan niiden laatuun
- Logistiikka vaatii yhteistyötä ja hyviä ratkaisuita

# Introducing Ambronite

A Healthy and Time Saving Solution.

Get Better Results From Organic and All Natural Ingredients.



This leads to our core principles in recipe development:

All the essential nutrients to fuel your body and mind by fulfilling daily nutrition recommendations

Carefully selected high-quality organic ingredients

No artificial additives, flavourings, preservatives or other nasties

10 Ambronite Supermeals in handy one-meal packaging.

Net weight of each one-meal bag is 4.2 oz / 119g

Everything you need to conquer the universe.

Rock on, adventurer! (Shipping in February 2015)

<http://ambronite.com>

# Luomuruokaketjun vaihtoehtoiset toimintamallit 6. Tuotteistettu kaupunkiviljely

- Tuottajan ammattitaito mahdollistaa kaupunkiviljely-yrityksen
- Tuottaja tekee perusmaataloustyön ja asiakas hoitaa viljelmää
- Asiakkailta mahdollisuus sosiaalisiin suhteisiin, elämyksiin omalla paikkakunnalla, tuoreeseen ravintoon vailla lisäkuluja verrattuna kaupasta ostettuihin tuotteisiin
- Tuottajalla mahdollisuus kannattavaan liiketoimintaan jossa viestinnällä keskeinen osa



Inhaber:

Dipl.-Ing. Max von Grafenstein

Telefon: 030-231-868-70

E-Mail: [mvg \(at\) bauerngarten.net](mailto:mvg@bauerngarten.net)

**Kaupunkiviljely-yrittys Bauerngarten in Berlin**

<http://www.bauerngarten.net>

# Luomuruokaketjun vaihtoehtoiset toimintamallit 7. Ruokapiirit

- Amerikkalainen kumppanuusmaatalous (CSA) – malli jossa sitoudutaan maataloustuotteiden pitkäjänteiseen ostamiseen
- Ruokapiirien suosio kasvussa mutta logistiikka jää piiriläisille
- Ruokapiirien tarjonta rajallista eivätkä piiriläiset aina halua sitoutua omaan työhönsä
- Vaatii motivoituneita 'pyörittäjiä' ja tarjoaa kasvualustaa sosiaalisille suhteille ja uudelle liiketoiminnalle

# Tulevaisuuden vaihtoehtoiset toimintamallit

- Tarvitaan hallittua rakenne- ja identiteetin muutosta jossa luomu kasvaa kannattavasti neuvottelevana ruokaketjuna
- Luomu tarjoaa ruokaturvaa ja ruoan turvallisuutta - joka on toimijoiden itse kustannettava
- Luomutuotteilla on mahdollisuuksia laajeta – vrt lähes 50% osuus arvosta joissakin päivittäistavarakaupan myymälöissä
- Suurin tuotevirta periaatteessa saavutettavissa nykyisessä päivittäistavarakaupassa
- Erikoiskaupalla muutosagentin laajenemismahdollisuudet yhteiskunnan rakennemuutoksessa
- Muut vaihtoehtoiset toimintamallit erittäin tärkeitä hajautetussa ruokaketjussa
- Tuottaja ja kuluttaja lähentyvät toisiaan ja mahdollistavat yhteisöllisyyden kasvun ja joustavan talouden muun kansantalouden sisällä



Kiitos huomiostanne ja  
keskustelusta!