Elina Ussa

toimitusjohtaja

Panimo- ja virvoitusjuomateollisuusliitto

Ruoka 2030

Suomi-ruokaa meille ja maailmalle

Valtioneuvoston selonteko ruokapolitiikasta on tarpeellinen katsaus ruoan arvoketjuun ja suomalaiseen ruokapolitiikkaan. Selonteon visio on täyttä asiaa.

Vuonna 2030 suomalaiset kuluttajat syövät kestävästi ja eettisesti tuotettua kotimaista, maukasta, terveellistä ja turvallista ruokaa. Kuluttajilla on kyky ja mahdollisuus tehdä tietoisia valintoja.

Elintarvikkeiden kysyntään vastaa läpinäkyvä, osaava, joustava sekä kansainvälisesti kilpailukykyinen ja kannattava ruokajärjestelmä. Alan kasvua ja kehitystä tukee hyvin koordinoitu korkean tason tutkimus-, kehitys- ja innovaatio- sekä opetustyö. Alan markkinointi- ja vientiosaaminen on hyvällä tasolla. Suomi on vahva korkealaatuisten ja turvallisten elintarvikkeiden ja elintarvikeosaamisen vientimaa.

Panimo- ja virvoitusjuomateollisuus ry ei ole osallistunut selonteon valmisteluun. Muutamiin asioihin pyytäisimme kiinnittämään asian käsittelyssä huomiota:

Selonteko painottaa maatalouden ja huoltovarmuuden merkitystä. Selonteko ei anna mielikuvaa dynaamisesta toimialasta vaan seisahtuneesta – vanhaa kaipaavasta – arvoketjusta. Vahva tuotekehityksen osaaminen ja tehokas tuotantoketju raaka-aineista kuluttajatuotteiksi on liiketoiminnan ydintä. Kuluttajapinta on oleellinen osa elintarviketeollisuuden toimintaa; vastuullisuutta, innovaatioita, digitalisaatiota.

Kulutustottumusten muutokset ja erilaiset trendit muokkaavat ruoka- ja juomateollisuutta. Teollisuus kuuntelee, seuraa ja myös osallistuu aktiivisesti ruokapolitiikasta käytävään keskusteluun.

”Yhteisen ruokapolitiikan avulla tuetaan *ruokakansalaisuuden* kehittymistä.” Ruokakansalaisuus on vahva termi, joka tahtomattaankin käsittelee kuluttajia vanhakantaisesti yhtenäiskulttuurin hengessä. Kuluttajakunta on pirstaloitunut, eikä yhteneväistä käsitystä ruoan tai juoman terveellisyydestä, turvallisuudesta tai eettisyydestä ole.

1) Tärkeää on aktiivinen keskusteluyhteys yritysten ja viranomaisten välillä. Digitalisaatio tuo viranomaisten palvelut lähemmäs elinkeinonharjoittajaa. Turhia hallinnon vaatimuksia pitää edelleen vähentää. Esimerkiksi valvonnan osalta panimoissa käy

aluehallinnon eri tarkastajat tutkimassa tuotteet elintarvikelainsäädännön pakkausvaatimusten osalta. Alkoholijuomat ja alkoholittomat juomat tarkastetaan eri käynneillä saman lain edellyttämällä tavalla.

Oleellista on pitää toimintaympäristö mahdollisimman kannustavana – elinkeino osaa asiansa; innovoi, tuotteistaa ja kaupallistaa.

2) Useassa kohdassa esiin nousee riittämättömät markkina- ja kuluttajatiedot. Ravitsemus- ja terveystietojen puute lasten, nuorten (ja varmaan myös maahanmuuttajien ja ikääntyneiden) osalta on räikeä. Ajantasainen tieto hyödyntäisi niin terveysviranomaisia kuin myös teollisuutta. Liian paljon päätöksiä tehdään mielikuvien varassa. Lisäksi tärkeää olisi myös seurata Suomen ravitsemus- ja terveystietoja verraten niitä muihin EU-maihin.

3) Selonteossa pitäisi myös huomioida suomalaisen koulujärjestelmän vahvuus. Kotitalous ja terveystieto ovat harvoissa maissa oppiaineita. Koulujen kautta on mahdollista edelleen lisätä nuorten ymmärrystä ruokapolitiikasta; terveellisyydestä, monipuolisuudesta, eettisyydestä, hävikin vähentämisestä jne. Suomalaiset nuoret ovat koulutustasoltaan maailman kärkeä.

4) Ruoka- ja juomakulttuurin monipuolistumisesta on selonteossa oma kappale. Siinä kerrotaan, että viini ja erilaiset vedet ovat kasvattaneet suosiotaan ruokajuomina. Sanallakaan ei mainita olutbuumista, joka on todellinen juoma-alaa mullistanut muutos. Vielä kymmenen vuotta sitten Suomessa toimi parikymmentä panimoa. Tällä hetkellä luku on noin 85. Jos erilaisia oluita oli kymmenen vuotta sitten joitakin satoja kuluttajien saatavilla, on lukumäärä nyt moninkertainen. Kotimainen olut elää vahvasti. Joka viides Etelä-Suomen viljapeltohehtaari kasvaa mallasohraa. Mallasohran tuotannosta saa elantonsa noin tuhat maanviljelijää. Ketju pellolta kuluttajalle takaa suomalaisen oluen olevan aina lähituote.

5) Selonteossa korostetaan vesien olevan alihyödynnetty vientipotentiaali. Kuvaavaa on, että toisaalla selonteossa sanotaan, että kotimaisen vesijohtoveden arvostusta tulee nostaa, koska se on laadultaan parempaa kuin pullovesi. Arvostus omaa tuotantoa kohtaan on tärkeää. Eikä se toimi näin. Hullunkurista, että samaan aikaan kun vesien vientiin kannustetaan, sen merkitystä kotimaassa vähätellään, jopa teilataan.

Veden vienti täysille maailmanmarkkinoille vaatii erittäin vahvaa tuotteistamista. Pelkkä suomalaisuus ei yksistään riitä, vaan se suomalaisuus on myytävä kuluttajille. Tuotteistaminen vaatii resursseja. Kotimarkkinan on siis oltava vahva, jotta siitä voidaan ponnistaa vientiin. Tällä hetkellä Suomi on ainoa maa maailmassa, joka kerää pullotetulta vedeltä pakkausveron lisäksi myös virvoitusjuomaveroa. Jos vesien vientiä halutaan edesauttaa, on ylimääräinen virvoitusjuomavero poistettava.