

IN/27.5.2010

Maa- ja metsätalousministeriö

kirjaamo@mmm.fi

Luomutietohankeraportti

Maa- ja metsätalousministeriö on pyytänyt kirjeellään 10.5.2010 Päivittäistavarakauppa ry:n (PTY) lausuntoa Luomutietohankeraportista. PTY kiittää lausuntopyynnöstä ja esittää kunnioittavasti seuraavan:

Luomutuotannon lisäarvon kirkastaminen kuluttajalle

Tärkein luomun suosion kasvua Suomessa jarruttanut tekijä on se, ettei luomutuotannon lisäarvo tavanomaiseen tuotantoon nähden ole kuluttajalle selvä. Suomessa tavanomainen tuotanto esitetään ”melkein luomuna”, jolloin itse luomu ei enää kiinnosta kuluttajaa yhtä paljon kuin raportissa mainituissa tietyissä muissa Euroopan maissa.

Raportissa toivotaan yksityisen rahoituksen nousevan nykyistä merkittävämpään rooliin menekinedistämässä. Jalostavalle teollisuudelle on luonnollista tukea luomutuotemerkkejään myös yleisen luomun menekinedistämisen avulla. Kaupan perustehtävänä sen sijaan on tarjota kuluttajalle mahdollisimman laaja valikoima laadultaan ja hinnaltaan kilpailukykyisiä tuotteita, joista kuluttaja tekee valintansa omien arvojen ja mieltymystensä mukaan. Kaupan yrityksillä on mahdollisuus osallistua hankkeisiin, joissa viestitään kuluttajalle luomun lisäarvotekijöistä, mutta pääosa hankerahoituksesta tulisi kerätä muilta tahoilta. Luomun lisäarvotekijöiden kirkastaminen kuluttajalle on toisaalta edellytys sille, että kaupan yritykset saavat myönteistä palautetta asiakkailtaan luomua tukevasta toiminnastaan.

Luomun lisäarvon kirkastaminen kuluttajalle on havaittu tärkeäksi myös Kuule Oy:n Luomu brändiksi ja kauppaan –hankkeessa, johon rahoitusta on haettu MMM:ltä, PTY:ltä ja Elintarviketeollisuusliitolta.

Luomun lisäarvo perustuu kuluttajan tiedon tasoon elintarviketuotannon terveys- ja ympäristövaikutuksista. Valistustehtävä kuuluu julkisille tahoille, eli valtiolle ja kunnille. Luomuviestinnän julkisen tuen tulisi olla suhteessa luomun myönteisiin taloudellisiin ja yhteiskunnallisiin vaikutuksiin ja kehittymismahdollisuuksiin.

Luomun kehittämisen ja luomuviestinnän uudet toimintamallit

Raportissa esitetään luomualan kehittämiseksi kaksi mahdollista toimintamallia, joissa kummassakin Luomuliitto nostetaan keskeiseen asemaan. Näkemyksemme mukaan raportissa kiirehditään liian nopeasti nimeämään kehittämisestä vastaava taho ja vaihtoehtoja annetaan liian vähän. Kauppa ja teollisuus nähdään valistustoimien kohteena ja rahoittajana.

IN/27.5.2010

Raportin keskeisenä periaatteena tuodaan esille, että vain sataprosenttinen luomuorganisaatio voi tuoda luomun vahvuuksia suhteessa tavanomaiseen tuotteeseen riittävästi esiin. Tämä pitää jossain määrin paikkansa. Uuden toimintamallin tulisi kuitenkin olla neutraali esimerkiksi suhteessa luomutuotannon alkuperään ja luomuketjun toimijoihin. Esimerkiksi Luomuliitto on suomalaisten luomuviljelijöiden edunvalvoja, joka on sitoutunut omaan luomumerkkiinsä.

PTY esittää harkittavaksi luomun kehittämisen ja luomuviestinnän toimintamallia, joka keskittyisi vain luomun edistämiseen ja jossa olisivat edustettuina kaikki elintarvikeketjun toimijat elintarviketalouden kansallisen laatustrategian tapaan. Luomuliitolla olisi tässäkin mallissa merkittävä rooli alan aktiivisena ja hyvin järjestäytyneenä toimijana.

Luomun kysynnän ja tarjonnan kohtaaminen

Luomun lisäarvon täsmentymättömyys kuluttajalle on aiheuttanut sen, ettei luomutuotteiden kysyntä kaupassa ole kehittynyt nykyistä korkeammalle tasolle. Kun kuluttajakysyntä on vähäistä, kauppa ei löydä markkinoilta myöskään tarjontaa, jonka avulla kuluttajakysyntää voitaisiin kehittää. Raportti on liian tuotantolähtöinen, eikä löydä ratkaisuja kuluttajakysynnän synnyttämiseksi. Kuluttajan tarpeet ja toiveet luomutuotteiden suhteen tulisi tunnistaa niin, että teollisuus voisi investoida kilpailukykyisten tuotteiden kehittämiseen suuriin tuoteryhmiin koko valtakunnan jakelun tasolla. Nykyisessä tuotantorakenteessa kaupan on haettava markkinoilta paikallisia luomutuotteita, joiden saatavuus ja toimitusvarmuus ovat ajoittain heikkoja. Kuluttajan tarpeiden tunnistaminen on haastavaa kuluttajan kyselyissä ilmaisemien luomun ostoaikeiden ollessa säännönmukaisesti huomattavasti suurempia kuin todellinen ostokäyttäytyminen.

Luomuvalvonta

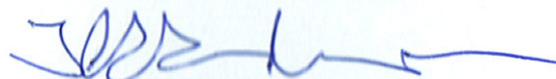
Raportissa todetaan luomuvalvontajärjestelmän kustannustehokkuus luomuviljelijöiden kannalta. Kaupan osalta luomuvalvonnan edellyttämä taselaskenta jakelukeskuksissa on kallis ja ylimitoitettu toimenpide.

Kunnioitavasti

Päivittäistavarakauppa ry



Osmo Laine
Toimitusjohtaja



Ilkka Nieminen
Johtaja