



TAMPEREEN AMMATTIKORKEAKOULU  
Tampere University of Applied Sciences

# **LUOMU- JA LÄHIRUOAN KÄYTTÖ RAVINTOLA C:SSÄ**

Aatto Paasonen

Opinnäytetyö  
Kesäkuu 2012  
Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma  
Tampereen ammattikorkeakoulu

## TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma

PAASONEN, AATTO:  
Luomu- ja lähiruoan käyttö ravintola C:ssä

Opinnäytetyö 49 sivua, josta liitteitä 3 sivua  
Toukokuu 2012

---

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tarkastella luomuruoan ja lähiruoan tilannetta Suomessa eri kanteilta ja eri toimijoiden näkökulmista. Tamperelainen ravintola C oli kiinnostunut lisäämään luonnonmukaisesti tuotettujen raaka-aineiden ja lähiruoan osuutta keittiösään. Tutkimusongelmat liittyivät laadukkaiden luomu- ja lähiruoka raaka-aineiden saatavuuteen ja hintaan ja siihen olisiko näiden raaka-aineiden laajempi käyttö kannattavaa. Saako ravintola hyötyä imagolleen ja ovatko asiakkaat valmiita maksamaan korkeampaa hintaa laadukkaammista raaka-aineista? Tutkimus oli kvalitatiivinen ja tehtiin teemahaastatteluna.

Tutkimustuloksista käy ilmi että luomu- ja lähiruoan käyttö ravintoloissa on yleistynyt huomattavasti ja ravintolat tuntevat painetta näiden käyttöön. Kasvun uskotaan myös jatkuvan lähivuosina. Ihmisten kiinnostus ruoan alkuperää kohtaan on kasvanut. Pientuottajien näkökulmasta taas parhaan hinnan tuotteistaan saa ehdottomasti ravintoloilta joten ne ovat mieluisa myyntikohde. Ravintola voi hyötyä mainostamalla luomu- ja lähiruoan käytöstä. Yksityisissä ravintoloissa asiakkaat ovat valmiita maksamaan ruoan alkuperästä ja laadusta.

Ravintola C:n toimialueella Pirkanmaalla luomutuotanto on vahvaa ja luomutilojen lukumäärä on maan suurin verrattuna muihin maakuntiin. Alue vaikuttaa jopa olevan eräänlainen veturi Suomessa laadukkaan pientuotannon suhteen. Toimijoita, tapahtumia ja kauppoja on paljon: Ahlman, Kauppahalli, Pelloilta pöytään, Parasta Pöytään Pirkanmaalta, Läheltä Hyvää ja Food Is Art – Art Is Food- tapahtumat, Maitokauppa Armas, Lähiruokapuoti Lempi ja niin edelleen. Korkeatasoisia, yksityisiä ravintoloita on viime vuosina tullut useita ja esimerkiksi pääkaupunkiseudulta käy paljon asiakkaita ruokailemassa Tampereen ravintoloissa. Kehityksessä täytyy pysyä mukana ja ravintola C:n kannattaa rohkeasti jatkaa ja laajentaa yhteistyötään alueen pientuottajien kanssa.

---

Asiasanat: luomuruoka, lähiruoka, luomutuotanto, pientuottaja

**ABSTRACT**

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Tampere University of Applied sciences  
Degree Programme in Hotel and Restaurant Management

PAASONEN, AATTO:

The use of Organic food and local food in Restaurant C

Bachelors thesis 46 pages, appendices 3 pages

May 2012

---

The purpose of this thesis was to study organic farming and local farming in the world, in Finland and in the Pirkanmaa region. Restaurant C in Tampere was already using organic and local produce in their kitchen. They were interested in increasing its use. The thesis explored what possibilities and problems might arise from this. A thematic interview was conducted and the data were analyzed using qualitative content analysis.

The results indicated that the use of organic and local produce in restaurants is on the rise. The demand is high and it seems it will continue rising. People are more aware and interested in the origins of food than before. A restaurant can market itself as using organic and local produce, which can be beneficial. Customers are willing to pay a higher price for better quality.

Organic farming has a strong foothold in the Pirkanmaa region and there are many fine small farms producing high-quality items. The area even seems to be somewhat of a pioneer in the field of organic and local farming in Finland. There is a wide variety of players: farmers, markets, small shops, chefs and small, high-quality restaurants. There is a buzz around the restaurant-scene in Tampere and many people from the capital visit the restaurants here. Given all this Restaurant C should not hesitate to use more organic and locally produced ingredients in their kitchen.

---

Key words: organic farming, organic food, local food, locally produced food

## SISÄLTÖ

1 JOHDANTO .....	5
2 RAVINTOLA C:N TARINA.....	6
3 LUOMURUOKA.....	10
3.1 Luomun historiaa .....	10
3.2 Mitä on luomuruoka? .....	12
3.2.1 Kasvintuotanto .....	14
3.2.2 Eläintuotanto .....	15
3.3 Suomalaisten kuluttajien suhtautuminen luomuruokaan .....	17
3.4 Luomun käyttö ammattikeittiössä.....	20
3.5 Terveellisempi luomu.....	21
3.6 Luomun tulevaisuus .....	22
4 LÄHIRUOKA .....	23
4.1 Lähiruoka maailmalla.....	24
4.2 Lähiruoka Suomessa .....	27
4.3 Luomu- ja lähiruokaa Pirkanmaalla .....	34
4.4 Lähiruokan tuottajien osuuskuntatoiminta.....	36
5 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN .....	37
6 TUTKIMUSTULOKSET .....	38
7 JOHTOPÄÄTÖKSET .....	42
Liite 1: Kysymykset Ravintola C:n Christina Suomiselle ja Ilkka Isotalolle. ....	47
Liite 2: Kysymykset viidelle ravintola-alan ammattilaiselle. ....	49

## 1 JOHDANTO

Tämän työn tarkoituksena on tutkia luonnonmukaisesti tuotettua eli luomuruokaa ja lähiruokaa maailmalla, Suomessa ja Pirkanmaalla. Tarkoituksena on pureutua hieman luomutuotannon historiaan, katsoa miten nykyiseen tilanteeseen on päästy ja miltä tämän päivän luomutuotanto näyttää. Yritän myös hieman pohtia luomutuotannon tulevaisuutta.

Samoin tarkastellaan lähiruokaa, alkaen sen määrittelystä, joka ei ole yhtä selkeä kuin luomuruoan. Aiheita tarkastellaan eri toimijoiden näkökulmista: pienviljelijöiden, osuuskuntien, asiakkaiden, ruokakauppojen ja ravintoloiden.

Tampereen Rautatienkadulla on vuodesta 2008 toiminut pieni, korkealuokkainen ruokaravintola C. Ravintolan omistajat ovat alkaneet yhä enemmän kiinnostua luonnonmukaisesti tuotetusta ruoasta, lähiruoasta ja eettisesti tuotetusta ruoasta. Osa ravintolassa käytetyistä raaka-aineista on jo luonnonmukaisesti tuotettuja ja myös paikallisten viljelijöiden tuotteita käytetään. Omistajat ovat kiinnostuneita lisäämään luomu- ja lähiruoan osuutta ravintolassa. Nämä raaka-aineet ovat kuitenkin kalliimpia kuin tavanomaiset, tehomatalouden tuottamat raaka-aineet. Näin niiden käyttö aiheuttaa painetta hinnankorotuksiin. Ovatko pirkanmaalaiset ja suomalaiset ravintola-asiakkaat valmiita maksamaan korkeampia hintoja laadukkaammista raaka-aineista? Voiko luomu- ja lähiruokaa käyttää valtina pienen ravintolan markkinoinnissa, ja voiko se tuoda ravintolalle lisää asiakkaita? Ja löytyykö pientuottajilta halua myydä tuotteitaan ravintoloille, vai onko kauppa mieluisampi yhteistyökumppani?

Työn tuloksia voisivat hyödyntää tamperelaiset ravintolat jotka harkitsevat luomu- ja lähiruoan käytön lisäämistä ja ehkä myös pientuottajat jotka varmasti haluavat uusia väyliä jota kautta saada tuotteitaan markkinoille.

## 2 RAVINTOLA C:N TARINA

Ravintola C perustettiin Tampereen keskustaan Rautatienkadulle vuonna 2008. Sen perustajat ja omistajat ovat sommelier Christina Suominen ja keittiömestari Ilkka Isotalo. Vuonna 2011 C valittiin Suomen parhaaksi ravintolaksi, kunnia joka on perinteisesti mennyt pääkaupunkiseudulle ja joka saatiin edellisen kerran Tampereelle 1989 (Henrik's).

Isotalo kertoo että opiskelujen jälkeen alkoi viritä haave omasta ravintolasta. Suominen taas kertoo että vaikka hän on jo 30 vuotta tehnyt töitä ravintola-alalla, kaikkea patatiskistä ravintolapäällikön töihin, takaraivossa on aina kytenyt ajatus omasta ravintolasta. Ensin hän halusi kuitenkin opetella alaa ja kerätä mahdollisimman paljon kokemusta. Vuonna 2008 kun ravintola Perla tuli myyntiin Rautatienkadulla Christina Suominen ja Ilkka Isotalo tarttuivat tilaisuuteen ja C:n tarina sai alkunsa. (Isotalo & Suominen 2012.)

Isotalolle tärkein syy avata oma ravintola oli halu tehdä asiat omalla tavallaan. Hän ei halunnut kangistua kaavoihin vaan halusi luoda jotakin uutta ja oman näköistä. Tämän hän on kokenut melko hankalaksi, ja vasta nyt hän alkaa löytää omaa tyyliään ja ymmärtää mitä haluaa ruoallaan viestittää. Hän kokee että vielä on pitkä matka tyytyväisyyteen ja osaamisen tuomaan itsevarmuuteen. (Isotalo & Suominen 2012.)

Kun ravintolaa suunniteltiin, Christina Suominen oli jo tunnettu sommelier. Christinan etunimestä siis otettiin nimi ravintolalle. Näin toivottiin viini-ihmisten tulevan paikalle ja leviävän sanaa uudesta ravintolasta. Suominen kuvailee että nimi oli persoonallinen ja henkilökohtainen; hän seisoo tuotteensa takana ja asiakkaan edessä. (Isotalo & Suominen 2012.)

Ravintolaa luodessa molemmilla oli selkeä linja millaista tyyliä oltiin hakemassa. Isotalon sanoin ruoan tuli olla selkeää ja runsasta. Suominen kertoo että he molemmat ovat vahvoja osaajia ja kumpikaan ei jää ihmettelemään vaan opettelee. He arvostavat toisiaan, siksi ristiriidat jäävät vähiin vaikka eriäviäkin mielipiteitä on. (Isotalo & Suominen 2012.)

Alusta alkaen luomu- ja lähiruokaraaka-aineet olivat yhtenä vaihtoehtona mukana. Isotalo kertoo, että he halusivat kuitenkin lähteä täysin eri linjoille erottautuakseen edukseen Näsinneulasta. Vähitellen kasvoi ymmärrys siitä millaisia raaka-aineita hyvä ruoka vaatii, ja millainen vaikutus sillä on omaan ympäristöömme. Molemmat kertovat, että toimitukset lähituottajilta olivat pienelle paikalle helpommat; on mahdollisuus helpommin käyttää pientuottajien satunnaiseriä, liittää ne viikoksi listalle ja saada hyvä mieli tuottajalle, hänet tunteville ihmisille ja maksaville asiakkaille, ja sitä kautta myös itselleen. Isotalo kertoo, että heillä alkaa olla jo hyvä verkosto jonka kautta saa paikallisia huipputuotteita. (Isotalo & Suominen 2012.)

Ilkka Isotalon oppi-isä ja lähiruoan puolestapuhuja Heikki Ahopelto on ravintolan tärkeä yhteistyökumppani. Lähi- ja luomuruokaan Isotalo on kuitenkin herännyt vähitellen itseksseen. Hän kertoo veijarimaiseen tapansa käyttäneensä Heikin kontakteja häikäilemättömästi hyväkseen, Heikin suosiollisella avustuksella. Ahopellon Armasperheen kanssa ravintola tekee molemminpuolista yhteistyötä. C käyttää paljon Armasperheen tuotteita, ja Ahopelto taas on tuonut monia vieraitaan ruokailemaan C:hen. Nykyään C käyttää Armasperheen tinkimaitoa kaikessa ruoanvalmistuksessa ja kahvimaitona. C pyrkii käyttämään Armasperheen maitotuotteita mahdollisimman paljon ja tuomaan heidän brändiään esille. Armasperhe ja ravintola C ovat perustaneet yhteisen Catering-yrityksen, joten yhteistyö laajenee ja jatkuu. Ahopellon Maitokauppa Armas sijaitsee Tuomiokirkonkatu 17:ssä, vain kivenheiton päässä C:stä, joten yhteistyö sujuu helposti. (Isotalo 2012.)

C on mukana myös tamperelaisessa Food Is Art – Art Is Food - tapahtumassa. Se on tuonut ravintolaan runsaasti tamperelaisia asiakkaita etenkin helmikuun kulinaariviikoilla. Isotalo kertoo, että monet kuvittelevat C:n olevan kaupungin parhaana ravintolana sopimaton tavallisille ihmisille ja että kulinaariviikot pehmentävät tätä harhakuvitelmaa. Parasta Food Is Art -tapahtumassa on hänen mielestään yhteistyö ja tutustuminen muihin alan yrittäjiin ja keittiömestareihin. (Isotalo 2012.)

Isotalo kertoo että hänen oma suhtautumisensa lähiruokaan on ollut kuin vuoristorata. Lapsuudessaan hän söi lähiruokaa ja itse kasvatettua ruokaa. Tuolloin marketteihin alkoi ilmes-tyä puolivalmisteita ja valmisruokia ja niiden käyttö tuntui hienolta. Ravintola C:n avautu-

essa Isotalo ei kokenut lähiruoan olevan hänen juttunsa, sillä maailma on täynnä hienoja raaka-aineita ja hän on innostunut tuomaan niitä ihmisten ruoaksi. Vähitellen hän on alkanut arvostaa enemmän lähellä tuotettuja raaka-aineita ja etenkin ihmisiä niiden takana. Niitä ihmisiä joille raaka-aine ja sen ympäristöystävällinen tuottaminen on intohimo. Ilkka Isotalo on itsekin pienviljelijä ja tietää että ympäristöystävällinen viljely ei ole helppoa. Lähi- ja luomuruoan buumi on rohkaissut tuottajia tarjoamaan omia tuotteitaan. Se on samoin rohkaissut C:tä käyttämään näitä raaka-aineita ja kertomaan asiakkailleen niiden alkuperästä. Nykyään se on hyväksyttyä ja se tuo myös ravintolalle lisäarvoa. Myönteinen julkisuus helpottaa näiden raaka-aineiden käyttöä. (Isotalo 2012.)

Isotalo kertoi minulle haluavansa lisätä ravintolassa lähiruoan ja luomuruoan käyttöä. Kysyessäni syitä tähän hän listaa seuraavia: ympäristön infrastruktuurin kehittäminen, luonnon monimuotoisuuden ylläpitäminen, puhtaan ruoan tarjoaminen, halu olla ylläpitämässä puhdasta maailmaa ja ympäristön kunnioittaminen. (Isotalo 2012.)

Kysyttäessä erityisen hyvistä raaka-aineista Isotalo kertoo Piipon puutarhasta Lempäälässä. Se on tila joka elää luomuviljelyssä, mutta jolla ei ole luomusertifikaattia. Tällaisia tiloja löytyy enemmänkin. Piipon puutarha toimittaa villiyrtejä, 20 eri tomaattilajiketta, perinneperunalajikkeita, vanhoja lehtikaalikantoja, ja esimerkiksi tomatilloa. ”Rekolan biodynaaaminen puutarha viljelee tänä vuonna meille, meidän pyynnöstämme, yrtejä ja juureksia. Heillä myös kasvaa jäätävä määrä uskomattoman hyviä yrtejä”, Ilkka Isotalo kertoo. (Isotalo 2012.)

Luomulihan tarjontaa Isotalo kaipaisi enemmän. Tällä hetkellä kaikki liha jota ravintola käyttää tulee ympäristöstä eli on lähiruokaa, ja lisäksi luonnollisesti tuotettua. Paikallista kalaa ravintola ostaa Kauppahallin Nygreniltä, joka myy saaliskalaa ympärökuntien järvistä. C tarjoaa myös ulkomailta tullutta kalaa, mutta ainoastaan WWF:n vihreältä listalta. Syksyllä ravut tulevat ravintolaan Pälkäne-vedestä. (Isotalo 2012.)

Lähi- ja luomuruoan viime vuosien buumista Ilkka Isotalo arvelee että se on alkanut jo kymmenen vuotta sitten, että tämä on pitkä buumi, ja että se on vasta alussa. Tarjonnan li-



sääntyminen on hidasta koska tuottajia on vähän, mutta kysynnän lisääntyessä tarjontakin lisääntyy. (Isotalo 2012.)

### 3 LUOMURUOKA

Luomutuotanto eli luomu on yksi vaihtoehtoisista maatalouden ja elintarvikkeiden tuotantomenetelmistä. Luomutuotannon tavoitteena on tuottaa riittävästi korkealaatuisia elintarvikkeita, kun tavanomaisessa tuotannossa tavoitellaan mahdollisimman suurta satoa. Keinotekoisien lannoitteiden ja torjunta-aineiden käyttö on luomuviljelyssä kiellettyä ja koko tuotantojärjestelmässä tulisi minimoida ympäristöön kohdistuvat haittavaikutukset. Yhteiskunnan vihertyminen on edistänyt luomutuotannon kehittymistä. Vihertymisellä tarkoitetaan ympäristönäkökulman aiempaa parempaa huomioon ottamista jokapäiväisessä toiminnassa. Maataloudessa tämä tarkoittaa sellaisia tuotantojärjestelmiä, jotka eivät saastuta ja joissa ei käytetä lainkaan tai käytetään vain hyvin vähän kemikaaleja. (Kakriainen, Mononen & Silvasti 2006, 131.)

#### 3.1 Luomun historiaa

Kakriaisen, Monosen ja Silvastin mukaan (2006)

Luomubuumi nähtiin 1990-luvulla, jolloin luomutilojen määrä moninkertaistui. Nopeaan kasvuun on useita syitä. Vuonna 1990 käyttöön otetulla siirtymävaiheen tuella on avustettu taloudellisesti luomuun siirtyviä tiloja. Yhteiskunnan vihertyminen ja erityisten ympäristömarkkinoiden synty ovat edistäneet myös luomutuotantoa. Lisäksi Euroopan Unionin yhteisen maatalouspolitiikan alaisuuteen siirtyminen vuonna 1995 paransi luomun kannattavuutta tavanomaiseen maatalouteen verrattuna. Samanaikaisesti myös Maa- ja metsätaloustuottajien keskusliitto MTK muutti asennoitumistaan luomutuotantoon aiempaa myönteisemmäksi, mikä oli viljelijöille tärkeä osoitus luomun institutionaalisesta hyväksymisestä Suomessa. (Kakriainen ym. 2006, 134.)

Luomuviljelyyn siirtymisen esteenä pidetään usein siirtymävaiheen ongelmia. Tämän ajanjakson tulojenmenetystä kompensoimaan on useissa maissa otettu käyttöön luomutuotannon siirtymävaihetuki. Ensimmäisenä tuki otettiin käyttöön Tanskassa vuonna 1987. Pian sen jälkeen esimerkkiä noudattivat Saksa, Sveitsi ja Ruotsi ja vuonna 1990 Norja ja Suomi. Vaikka luomutuotannon tuotantoehdot on yhdenmukaistettu, on joissakin maissa voimassa EU:n asetuksia tiukempia sääntöjä. Luomutilojen lukumäärä on Suomessa asettunut noin

5000 tuntumaan. Vuodesta 2005 alkaen kaikki luomuvalvonnassa olevat tilat ovat voineet hakea luomukotieläintukea. Vuonna 2005 luomukotieläintiloja oli 433. (Kakriainen ym. 2006, 138–139.)

Saksassa luomuviljelyllä on pitkä historia, ja se on luomutuotannon pioneerimaa. Jo 1920-luvulla Breslaun alueen viljelijät huomasivat viljelymaan rappeutumista viljavalla Sleesian alueella. Rappeutumisen syyksi he epäilivät keinotekoisien lannoitteiden käyttöä. Filosofin Rudolf Steinerin esittämä maan laadun heikkenemisen pysäyttämiseksi kehittämänsä biodynaamista viljelytapaa, jonka hän toivoi voivan toimia tavanomaisen maatalouden ohella laajasti koko Euroopassa. (Kakriainen ym. 2006, 139.)

Luomutuotannon periaatteet alkoivat kehittyä 1900-luvun alkuvuosikymmeninä pioneerien kehittäessä ja työstäessä vaihtoehtoisia viljelymenetelmiä. Toisesta maailmansodasta muodostui kuitenkin luomutuotannon kehittämisen käännekohta, eivätkä viljelijät enää sen jälkeen olleet kiinnostuneita siirtymään luomutuotantoon. Alan merkitys alkoi kasvaa uudelleen 1960-luvulla, kun teollisen maatalouden aiheuttamia ympäristöongelmia alettiin tunnistaa ja ne alkoivat lisääntyä. Luomutuotanto pysyi kuitenkin pienimuotoisena, kunnes ympäristöliikkeen ja ekologisen ajattelun nousu tekivät siitä 1970-luvulla suosittumpaa. Toinen luomutuotannon voimakkaan kasvun kausi ajoittuu Saksassa 1980-luvun lopulta vuoteen 2000. Vuonna 1980 luomutiloja oli maassa noin 2200 kappaletta. Vuoteen 1993 mennessä määrä oli noussut jo 12 500 tilaan. Vuonna 1989 käyttöön otettu luomutuotannon siirtymävaihetuki edisti luomutuotannon laajenemista. (Kakriainen ym. 2006, 139.)

Saksalaisen luomutuotannon toinen kasvuvaihe vastaa kehitystä muualla Euroopassa. Vaikka vaihtoehtoisesti tuotetuille elintarvikkeille oli syntynyt ympäristöliikkeen vaikutuksesta enemmän kysyntää, vielä suurempi vaikutus tuotannon laajenemiseen oli luomuviljelyyn siirtyvien viljelijöiden taloudellisella tukemisella. Luomutuotannon kolmannen kasvukauden on sanottu alkaneen vuonna 2001, jolloin Saksan maatalouspoliittiseen ohjelmaan sisällytettiin tavoite luomutuotannon vuosittaisesta viidenneksen kasvusta. (Kakriainen ym. 2006, 139–140.)

### 3.2 Mitä on luomuruoka?

Termi ”luonnonmukainen viljely”, josta luomu on lyhenne, on vakiintunut Suomessa käyttöön hieman poikkeavasti muusta maailmasta. Englannissa ja Yhdysvalloissa se on orgaanista, Saksan vaikutusalueella ekologista ja latinalaisperäisissä kielissä biologista tuotantoa. Nimitysten alkuperä juontaa osittain luomuviljelyn eri suuntauksista, joilla nykyään ei ole kovin suurta merkitystä. Ainoastaan biodynaaminen viljely on pysynyt omana koulukuntanaan Demeter- tuotemerkillä. (Kuluttaja 1999, 12.)

Osmo Rauhala kummastuttaa, ettei useampi Suomen viljelijöistä siirry luomutuotantoon. Kaupallisesti ajatellen se olisi järkevää, saahan luomutuotteista huomattavasti paremman hinnan. Luomuviljely on edullisempaa, koska lannoitteisiin ei tarvitse sijoittaa suuria summia. Kuluissa voi siis säästää, ja silti tuloja kertyy enemmän. Valtiota luulisi asian kiinnostavan, menehän puolet miljardin euron maataloustuesta ulkomaisille lannoiteyrityksille. Positiivista on, että vaikka Suomen maatalouspolitiikassa suhtaudutaan varautuneesti luomuviljelyyn, ilmastonmuutos on noussut päätöksissä tärkeään asemaan. Sen ansiosta luomuviljelykin voi saada tuulta alleen, sillä sen hiilijalanjälki on puolet tavalliseen viljelyyn verrattuna. Jostain syystä ei luomuviljelyn mahdollisuuksia ratkaisuna vieläkään haluta tunnustaa. (Ahopelto 2010, 78.)

1960-luvulla alettiin maataloudessa siirtyä tehotuotantoon ja väkilannoitteiden käyttöön. Näin perinteinen viljely jota oli harrastettu tuhansia vuosia ja jota nykytermeillä kutsuttaisiin luonnonmukaiseksi eli luomuviljelyksi, alkoi jäädä historiaan ja uudenlaisesta tehotuotannosta tuli normi. Hiukan myöhemmin, kun oli huomattu tehotuotannon luomat ongelmat, haluttiin siirtyä takaisin luonnolliseen maanviljelyyn. Sille keksittiin termi luonnonmukainen- eli luomuviljely. (Ahopelto 2010, 78.)

Siipikarjan lihaa ei Suomessa saa luomutuotettuna, mikä jättää ison aukon luomutuotteisiin. Siipikarjan tuotantoon vaadittavat isot tilat ja niiden ylläpito, muun muassa lämmityskustannukset talviaikana, nostavat kuluttajahintoja niin paljon, ettei luomusiipikarjantuotanto pysty kilpailemaan tehotuotannon hintojen kanssa. Toivottavasti alan ongelmiin keksitään ratkaisuja, jotta luonnonmukaisesti tuotettua siipikarjan lihaa saataisiin kaappoihin. Monet

asiakkaat arvostavat raaka-aineissa muutakin kuin halpaa hintaa. (Simonen & Takanen 2008, 13.)

Luomutuotteen tunnistaa EU:n virallisesta luomumerkistä eli Lehtimerkistä. Merkki on pakollinen jokaisessa vuoden 2012 heinäkuun alusta EU:n sisällä tuotetussa, valmistetussa tai pakatussa luomutuotteessa. Jokaisen luomutuotteiden viljelijän, valmistajan, valmistuttajan, pakkaajan, EU:n sisälle niitä tuovan ja tukkukauppaa harjoittavan toimijan on kuuluttava luonnonmukaisen tuotannon valvontajärjestelmään. (Luomu – Kaikkea hyvää! -esite.)

Valvonta takaa aidot luomutuotteet. Se mahdollistaa myös luomutuotteiden jäljitettävyyden. Luonnonmukaista maataloustuotantoa, vesiviljelyä, keruualueita, elintarvikkeiden valmistusta ja maahantuontia ohjaa ja valvoo Elintarviketurvallisuusvirasto, Evira. Käytännön valvontaan osallistuvat mm. TE-keskusten maaseutuosastot ja tuonnin osalta tulliviranomainen. Luonnonmukaisesti tuotettujen alkoholituotteiden valvonnasta vastaa Sosiaali- ja terveydenhuollon tuotevalvontakeskus (STTV). (Luomu – Kaikkea hyvää! -esite.)

Suomessa on lisäksi käytössä aurinkomerkki ja leppäkerttumerkki; leppäkerttumerkillä on tiukemmat kriteerit tuotteen kotimaisuusasteen suhteen. Suomessa on myös käytössä viisiportainen Portaat luomuun- järjestelmä. Vuonna 2009 Suomen pelloista jo 7 % oli luomuviljeltyjä. Maailman luomuviljelty pinta-ala on kaksinkertaistunut vuoden 2000 jälkeen. (Luomu – Kaikkea hyvää! -esite.)

Luomutuotteet voidaan jakaa neljään eri ryhmään:

1. Kasvituotteet
2. Eläintuotteet
3. Vesiviljelytuotteet
4. Luonnosta saatavat keruutuotteet

### 3.2.1 Kasvintuotanto

Kun viljelijä siirtyy kasvinviljelyssään luomutuotantoon, tuotanto alkaa aina siirtymävaiheella, joka kestää vähintään kaksi vuotta. Tänä aikana noudatetaan luomutuotannon ehtoja, mutta tuotteita ei kuitenkaan voi vielä myydä luomutuotteina. Tuotanto perustuu viljelykiertoon ja eloperäisiin lannoitteisiin, kuten kompostijätteeseen ja kompostoituu lantaan. Kasvinsuojelu perustuu ennaltaehkäisyyn ja luonnon omien menetelmien käyttöön. Näihin menetelmiin kuuluu viljelykierto; maassa ei kasvateta vuodesta toiseen samaa kasvia, koska tämä köyhdyttää maaperää ja eliökuntaa. Viljeltävää kasvia vaihdetaan kahden – neljän vuoden välein. Luomutilan viljelykiertoon kuuluvat nurmikasvit, erityisesti apila. Apilassa on erittäin pitkät juuret ja se sitoo paljon typpeä ilmasta maakehään. Jos luomutila pitää peltoaan viljelykauden tällaisen nurmikasvin tuotannossa se tarkoittaa huomattavaa tulonmenetystä perinteiseen viljelyyn verrattuna, kun pelto ei tuota mitään kasvia jonka viljelijä saisi myyntiin. Jos tilalla on lehmiä voi nurmikasveja käyttää niiden rehuksi. (Järvensivu 2011.)

Luomutilalla käytetään viljelyssä taudinkestäviä lajikkeita. Tuholaisten torjunnassa käytetään myrkkujen sijaan tuholaisten luontaisia vihollisia, esimerkiksi leppäkerttuja ja punkkeja. Viljelyssä käytetään luonnosta saatavia torjunta-aineita. (Järvensivu 2011.)

Ravintetäydennykseen ja maanparannukseen voidaan luomuviljelyssä käyttää luonnosta peräisin olevia kivijauheita kuten kalkkia, biotiittia ja raakafosfaattia. Niiden ravinteet ovat hidasliukoisia eli kasveille käyttökelpoisessa muodossa vasta maan pieneliötoiminnan kautta. Luomupellon ravinnehuuhtoumat vesistöihin pyritään minimoimaan. (Luomu – Kaikkea hyvää! -esite.)

Luomuviljely lisää luonnon monimuotoisuutta. Koska pellolle ei ruiskuteta kemikaaleja hyönteiset viihtyvät pellolla. Hyönteiset taas tuovat mukanaan linnut ja jyräjät ja nämä puolestaan houkuttelevat seudulle saaliseläimet. Näin luonnon monimuotoisuus pellolla ja sen ympäristössä lisääntyy huomattavasti. (Järvensivu 2011.)

### 3.2.2 Eläintuotanto

Luonnonmukaisessa eläintuotannossa eläimiä hoidetaan luomumenetelmin koko niiden eliniän ajan. Tavoitteena on pitkä tuotantoikä ja hyvä elinikäinen tuotos. Valittaessa eläinrotuja luomutuotantoon on otettava huomioon eläinten kyky sopeutua paikallisiin olosuhteisiin, niiden elinvoimaisuus ja taudinvastustuskyky. Rodut, jotka eivät kykene luonnolliseen lisääntymiseen, eivät ole sallittuja. Keinosiemennys sallitaan myös luomutuotannossa, mutta alkionsiirtoa ei. (Luomu – Kaikkea hyvää! -esite.)

Luomueläimet ruokitaan sellaisella luomurehulla, joka on eläinlajin luonnollista ravintoa. Esimerkiksi naudoilla, lampailla, vuohilla ja hevosilla se tarkoittaa, että päivittäisestä rehuannoksesta vähintään 60 % tulee olla karkearehua. Toisin kuin tavanomaisessa tuotannossa, myös sioille ja siipikarjalle annetaan päivittäin vatsaystävällistä karkearehua. Porsaasat ja vasikat taas juovat emän maitoa. (Luomu – Kaikkea hyvää! -esite.)

Luomutuotannossa eläimet saavat liikkua ja ulkoilla säännöllisesti. Eläimet saavat myös hoitaa jälkeläisiään lajilleen tyypillisellä tavalla. Esimerkiksi luomukanoilla on orsia ja luomusioilla on mahdollisuus tonkia. Lypsylehmät ovat vapaina useimmiten navetassa, jossa niillä on reilusti liikkumatilaa. Kaikki rehu mitä eläimille syötetään, on luomutuotantoa. Toisin kuin tehotuotannossa, se ei saa sisältää antibiootteja eikä hormoneja. GMO- eli geenimuunnellut ainesosat ovat kiellettyjä. (Luomu – Kaikkea hyvää! -esite.)

Eläinten sairastumiset ja tapaturmat pyritään ehkäisemään ennalta hyvän hoidon, kestävien eläinrotujen, monipuolisen ruokinnan ja luonnollisen hoitoympäristön avulla. Lääkkeiden käyttö eläinlääkäriin ohjeiden mukaan on sallittua, mutta lääkintäkertoja on rajoitettu ja vaaroajat ovat kaksinkertaiset tavanomaiseen tuotantoon verrattuna. Rajoitusten ylittyessä eläin voi tuottaa luomutuotteita vasta siirtymävaiheen jälkeen. (Järvensivu 2011.)

Poroon, riistaeläimiin ja luonnossa kasvaviin kaloihin ei sovelleta EU:n luomusäädöksiä. Vain kasvatettuja kaloja voidaan luomumerkitä. Riistaeläimet, jotka vaeltavat vapaasti, voivat syödä kasveja metsästä, jonka kasvattamiseen on käytetty väkilannoitteita. (Järvensivu 2011.)

”Eläimen elinaikanaan saamat virikkeet voivat vaikuttaa suoraan lihan paistominaisuuksiin”, kertoo kotieläinten hyvinvoinnin professoriksi nimitetty Anna Valros (2004) jutussa Eettinen liha entistä maukkaampaa (2004). Hänen mukaansa eläinten kohtelu vaikuttaa erittäin paljon niiden hyvinvointiin. ”Tämä otetaan nykyisin entistä enemmän huomioon. Eläin lukee ihmisen ruumiin- ja hajukieltä hyvin. Australialaisessa tutkimuksessa huomattiin, että tuottajan positiivinen asenne vaikuttaa tuottavuuteen jopa viidenneksen. Se on hyvä asia, koska siihen on helppo vaikuttaa. Käytöshän alkaa asenteesta.”

Professuurin erikoisalaksi on määritelty luomukotieläintuotanto. Valros toteaa, että luomusäädökset vaativat eläimille korkeampaa hyvinvointia, jopa parempaa kuin eläinsuojelulaissa. Eläintilassa pitää käyttäytyä ja liikkua rauhallisesti. Tärkeätä on välttää huutamista, koska luonnossa kova ääni merkitsee vaaraa. Valrosin esimerkki, että kahdesta pahasta lehmä ottaa mieluummin sähköpiiskaa kuin huudon, on vakuuttava. Tästä huolimatta selvittävää on luomutuotannossakin, kuten luomusikojen ulkoilu. (Suurtalousuutiset, 2004.)

Valros muistuttaa, että eläinten hyvinvointi on tärkeä markkina-arvo Suomessa, jossa perinteisesti on satsattu laadukkaaseen elintarviketuotantoon. Eläinten hyvinvointi on yhteiskunnallisesti tärkeä ja ajankohtainen aihe, koska kuluttajat ovat kiinnostuneita elintarvikkeiden alkuperästä ja eettisyydestä. ”Suurtalouksilla on paljon vaikutusmahdollisuuksia. Koulukeittiöissä voitaisiin ottaa huomioon raaka-aineen eettisyys, joka monille nuorille on tärkeä asia. Eettinen kuluttaja voi käydä katsomassa olosuhteita tilalla, valita suomalaisia raaka-aineita ja luomua, joka tuotetaan laadukkaammin.” (Suurtalousuutiset, 2004.)

Kuluttaja-lehdessä (36, 1999) luomusikoja kasvattava Paavo Rantanen kertoo että ”parhaiten käyvät kaupaksi fileet ja paistit eli kallein ja paras osa eläintä.” Ongelmana on, että posusta kuten naudastakin yli puolet on muuta kuin paistia, ja siitä teurastamot eivät ole valmiita maksamaan luomulisää. Niinpä luomujauheliha täytyy myydä tavallisena jauhelihana. Se suututtaa tuottajia. ”Luomussa tuotantokustannukset ovat suuremmat, koska luomurehu on kalliimpaa ja eläimet tarvitsevat isommat sisä- ja ulkotarhat. Lisäksi teurastamalla luomuliha on pidettävä muusta lihasta erillään. Totta kai luomu on kalliimpaa!”, Rantanen sanoo.



Nimenomaan possujen ruoka on kallista, koska siat syövät ohraa ja luomuohran viljely ei ole helppoa. Luomusikatiiloja onkin paljon vähemmän kuin luomunautatiloja – nautahan syö halpaa nurmea, jonka viljely on luomuviljelytiloilla joka tapauksessa välttämätön vaihe viljelykierrossa. Lisäksi luomumaidon kysyntä on jo huomattavaa ja kasvaa koko ajan, ja luomulehmät väistämättä synnyttävät joskus luomusonneja, jotka ovat niitä parhaita luomueläimiä. (Kuluttaja 1999, 36.)

Luomueläimiä hoidetaan maassamme lähes 700 tilalla. Luku on kasvanut tasaisesti vuodesta 2005 lähtien. Tavallisimmin tiloilla on emolehmiä. Keskimäärin luomutilalla on 37 emolehmää, 34 lypsylehmää tai 2700 munivaa kanaa. Lypsykarja-, lammas- ja sikatilojen yksikkökoko on kaksinkertaistunut ja emolehmätilojen ja kanaloiden koko kolminkertaistunut 2000-luvulla. (Anu Tuomola, Sari Hiltunen, Kirsti Järvensivu & ProAgria Pirkanmaa. 2012, 7.)

### 3.3 Suomalaisen kuluttajien suhtautuminen luomuruokaan

Suomalaisilla kuluttajilla näyttää olevan erittäin hyvä käsitys luomuruoasta. Luomuun myönteisesti asennoituminen ei kuitenkaan tarkoita, että ostotilanteessa todella valittaisiin luomutuote. Luomukuluttamista näyttää vaivaavan ympäristönsuojelussa yleisemminkin esiintyvä niin sanottu vapaamatkustajan ongelma. Tällä tarkoitetaan, että kuluttajat kannattavat luomutuotantoa ja luomutuotteita, mutta käytännön valintatilanteessa käyttäytyvät toisin. Periaatteessa luomuruoka koetaan hyväksi ja kannatettavaksi asiaksi. Tämä näkyy kyselyiden vastauksissa niin, että kuluttajat kertovat ostavansa luomutuotteita. Todellisessa valintatilanteessa valitaan kuitenkin edullisempi, tavanomainen tuote. Luomutuotteita kuluttamalla saatava ympäristöetu on riippuvainen kulutuksen kokonaismäärästä. Kuluttajan on arvioitava, kannattaako hänen käyttää aikaa ja rahaa kalliimpien ympäristöystävällisten tuotteiden hankkimiseen, sillä hän ei voi olla varma siitä, että muutkin tekevät niin. Yksin hän ei saa kulutuksen suuntaa muutettua, joten kuluttajan arvioitavaksi jää, onko olemassa

riittävästi samalla tavalla käyttäytyviä ihmisiä, jotta tavoiteltu muutos ympäristön tilassa voidaan saavuttaa. (Kakriainen ym. 2006, 142.)

Luomumarkkinoiden arvo Suomessa nousi vuoden 2010 82 miljoonasta lähes 120 miljoonaan euroon vuonna 2011. Luomutuotteiden osuus kaikkien ostojen volyymistä nousi yhdestä prosentista 1,4 prosenttiin. Kasvuprosentti oli siis jopa 40, mikä on ennätysellistä Suomessa. Joissakin Euroopan maissa on nähty vastaavia ja Suomi on selkeästi jäljessä luomumyynnissä niin luomuruoan kärkimaista, kuin myös keskiarvosta. (Niemi 2012.)

Myös kaupan alan voimakas ketjuuntuminen on ongelma luomutuotteiden kaupalle. Tämä selviää Finfood Luomun yksikönjohtajan Minna Kanténin haastattelusta Helsingin Sanomissa vuonna 2004. ”Luomuelintarvikkeiden tuottajat ovat yleensä niin pieniä yrityksiä, että niiden volyymit eivät riitä edes seurustelemaan pitkälle ketjuuntuneen kaupan kanssa. Myös luomukuluttajat ovat pisteittäin eri puolilla maata, yli 40 prosenttia Uudellamaalla. Se ei oikein sovi kaupan ketjuajatteluun. Kaupankin pitäisi vähän hellittää ketjukonseptiaan. Itse toivoisin luomukonseptia ketjukonseptin sisälle, jos seudulla on kysyntää.”

Suomessa luomutuotteita käyttävät pääosin keski- ja hyvätuloiset ihmiset sekä perheet, joissa lapset ovat pieniä eikä heitä ole monta. Kuluttajiin lukeutuvat myös nuoret kaupunkilaiset, jotka ovat valmiita uhraamaan aikaa ja vaivaa luomutuotteiden hankkimiseksi. Finfoodin barometrin mukaan tyypillisin luomukuluttaja on korkeasti koulutettu nainen, jolla on lapsia. Yleisesti ottaen naiset ostavatkin innokkaammin luomuruokaa kuin miehet. (Kakriainen ym. 2006, 142.)

Halukkuutta ja mahdollisuuksia luomutuotteiden käyttämiseen rajoittavat ensisijaisesti tuotteiden korkeammat hinnat ja joskus saatavuus. Tutkija Teuvo Kantasen mukaan kuluttajat eivät ole valmiita maksamaan luomutuotteista kovin korkeita hintoja. Luomutuotteiden ostamatta jättämiseen vaikuttavat myös monet muut tekijät. Osa kuluttajista ei edes tiedä, mitä luomutuotanto merkitsee. Heidän käyttäytymistään ohjaavat voimakkaat luomuun liittyvät kielteiset mielikuvat ja epäluottamus tuotantomenetelmää kohtaan. Luomutuotteet voivat saada kuluttajien mielissä myös elitistisen merkityksen, jolloin tuotteita ei mielletä arki-

seksi ruoaksi vaan esimerkiksi vain hemmotteluun tai herkutteluun sopivaksi erikoisuudeksi. (Kakriainen ym. 2006, 143.)

Luomukuluttajat ovat yleensä tietoisia ostoksensa erilaisista yhteiskunnallisista vaikutuksista, kuten positiivisista ympäristövaikutuksista ja eläinten hyvinvointiin liittyvistä tekijöistä. Lisäksi he arvostavat usein luonnonläheistä elämäntapaa ja maatalouden harjoittamisen perinteitä. Ympäristöstä huolehtiminen on luomukuluttajille tärkeää, mutta myös suomalaisen maatalouden tukeminen motivoi luomutuotteen valintaan. Luomutuotantoa pidetään usein pienimuotoisena maataloutena, joka on suuntautunut pääasiassa paikallisille markkinoille. Tärkeimmät luomuruoan käyttämisen motiivit näyttävät olevan henkilökohtaisia ja liittyvän pääasiassa oman kehon hyvinvoinnin ja terveyden edistämiseen. Luomuyönteisyys liittyykin usein terveystietoisuuteen. (Kakriainen ym. 2006, 143–144.)

Kuluttajien mielestä luomuruoka toteuttaa kyllä luonnonmukaisuuden ja paikallisuuden ajatusta, mutta toisaalta tavanomaisissakaan kotimaisissa elintarvikkeissa ei uskota olevan vahingollisia jäämiä esimerkiksi kasvinsuojeluaineista. Niitä pidetään yhtä lailla puhtaina ja laadukkaina, joten luomustatus ei tuota kuluttajien mielessä kovin suurta lisäarvoa jo muutenkin puhtaalle kotimaiselle elintarvikkeelle. Sen vuoksi on helppo valita edullisempi tavanomainen tuote. Kuluttajat kuitenkin uskovat luomutuotannon kasvuun eivätkä pidä sitä ohimenevänä muoti-ilmiönä. Kaupan alalla luomuruoan kannattavuuteen suhtaudutaan melko kriittisesti, sillä materiaalivirrat ovat pieniä, luomutuotteiden hinnat tavallista korkeampia ja luomuelintarvikeketjussa on vähän eri tuotannon osien välistä yhteistoimintaa. (Kakriainen ym. 2006, 144.)

Kuluttajien toive tuotteiden jalostamisesta ja luomuideologian tavoite suorasta kuluttajan ja tuottajan välisestä kontaktista on osittain ristiriitainen, sillä tuottajat harvoin jalostavat tuotteensa itse. Suomessa helppo- ja nopeakäyttöisiä jalosteita kaipaavat samat kuluttajat, jotka mieltävät luomutuotteet usein käsittelemättömiksi ja siten mahdollisimman aidoksi ruoaksi. (Kakriainen ym. 2006, 152.)

### 3.4 Luomun käyttö ammattikeittiössä

Monessa ammattikeittiössä käytetään luonnonmukaisesti tuotettuja raaka-aineita päivittäin. Täyden luomustatuksen saamiseksi ravintolan täytyy kuitenkin kuulua Eviran luomuvalvontajärjestelmään ja noudattaa kaikkia luomujärjestelmän ehtoja. Tulevaisuudessa EU ei enää velvoita ammattikeittäjiä luomuvalvonnan piiriin luomustatuksen saamiseksi. Tämän takia jäsenmaat ovat luomassa omia kansallisia järjestelmiään valvomaan ammattikeittiöiden luomutoimintaa. Ravintola ei kuitenkaan tarvitse täyttä luomustatusta mainostaakseen käyttävänsä luomuraaka-aineita ruoanvalmistuksessa. (Simonen & Takanen 2008, 22.)

Luomuraaka-aineiden käyttäminen on ravintolalle selkeä lisäarvo. Luomuruoalla on kysyntää, ja ravintolat sekä hotellit voivat sitä käyttämällä vastata myös ekologisia arvoja kunnioittavien asiakkaiden vaatimuksiin. Niinpä moni korkean tason hotelli on siirtynyt luomuaamiaiiseen, ja monet ravintolat luomumenuihin. Maailmalla on jopa sairaaloita ja päiväkohteja, jotka tarjoavat luomuruokaa. Myös Suomessa monet päiväkodit ovat innostuneet käyttämään luomuraaka-aineita. (Simonen & Takanen 2008, 22.)

Luomun valintaan vaikuttavat monet tekijät. Monet kokit arvostavat luomutuotteiden makua, tuoksua ja laatua, mutta toisaalta ammattikeittiöissä ongelmia saattaa syntyä epätyytyväisen saatavuuden takia. Hintataso asettaa oman haasteensa luomuraaka-aineiden käytölle. Ammattikeittiöt hyödyntävätkin mielellään sesonkeja. Se takaa raaka-aineiden tuoreuden ja ravitsemuksellisen laadun säilymisen sekä pakkausmateriaalien vähäisemmän käytön. Myös kuljetuskustannukset laskevat, koska ruoka tuodaan lähempää. Yleensä hinta on sesongin aikana huomattavasti edullisempi. (Simonen & Takanen 2008, 22.)

EkoCentria on yhdessä Finfood Luomun kanssa tuottanut ammattikeittiöille ohjeet luonnonmukaisen toiminnan aloittamiseksi ja kehittämiseksi. Portaat Luomuun -ohjelma ohjeistaa ravintolat siirtymään luomuruoan käyttöön vaiheittain. Jokaisella ohjelman portaalla luonnonmukainen toiminta laajenee. Aluksi ravintola käyttää vain yhtä luomutuotetta, kun viimeisellä portaalla se on ottanut käyttöön useita luomuraaka-aineita. Tässä vaiheessa ravintola noudattaa muitakin ympäristöä säästäviä toimintatapoja, kuten jätteiden lajittelua.

Jokaisella portaalla ravintola saa lisää opastusta, kuinka toimintaa kehitetään luonnonmukaisempaan suuntaan. (Simonen & Takanen 2008, 22.)

Luomun Toimialaraportin (2010) mukaan ammattikeittiöistä 16 % käytti vuonna 2009 luomuruokaa vähintään kerran viikossa. Luomuruokaa käytetään useammin ravintoloissa, joista 28% ilmoittaa käyttävänsä luomutuotteita vähintään kerran viikossa. Julkisen sektorin keittiöistä vastaava osuus on 13 %.

Luomutuotteiden käyttö ammattikeittiöissä lisääntyi vuonna 2011 Taloustutkimuksen mukaan. Vastanneista yrityksistä 43 prosenttia käytti luomutuotteita jonkin verran vuonna 2010 ja vuonna 2011 luku oli jo 61 prosenttia. Päivittäin luomutuotteita käytti 6 prosenttia keittiöistä. Fazer lisäsi luomutuotteiden käyttöä helmikuun alusta lähtien, jolloin lähes 550 yrityksen henkilöstö- ja oppilaitosravintolaa Suomessa liittyi Portaat luomuun -ohjelmaan. (Niemi 2012).

### 3.5 Terveellisempi luomu

Tullilaboratorio keräsi Eviran pyynnöstä 2002–2005 näytteitä kotimaisista luomuelintarvikkeista ja tavanomaisista elintarvikkeista. Luomuista 1,6 prosentista löytyi jäämiä kasvin-suojeluaineista, muissa jäämiä oli 30,6 prosentissa. Luomutuotteissa jäämiä ei sallita. Torjunta-ainejäämiä sisältäneet luomuelintarvikkeet päätyvät kyllä myyntiin, mutta eivät luomutuotteina. Ulkomaisissa luomutuotteissa jäämiä oli viidessä prosentissa. Ylivoimaisesti eniten torjunta-aineita löytyi tavanomaisista ulkomaisista elintarvikkeista, joista 63 prosenttia sisälsi jäämiä. (Helsingin Sanomat, 2007.)

Huvikummun päiväkodissa on syöty luonnonmukaisesti tuotettua ruokaa vuodesta 1996 ja syödään yhä. ”Huvikummun lapset ovat Ylivieskan muita päiväkotilapsia terveempiä. Sairauspoissaoloja on heillä selvästi vähemmän”, päiväkodista tutkimusta tehnyt apulaisrehtori Tuula Taskinen Ylivieskan tekniikan ja sosiaalialan oppilaitoksesta kertoo. ”Luonnonmukaisesti tuotettuun ravintoon siirtymisellä yritetään ehkäistä sairauksia lisäämällä lasten

vastustuskykyä”, päiväkodin johtaja Marja-Leena Myllymäki sanoo. (Helsingin Sanomat, 2000.)

### 3.6 Luomun tulevaisuus

Maabrändi-valtuuskunnan loppuraportissa 2010 todetaan seuraavasti: ”Sisävesien puhdistaminen edellyttää voimakkaita toimenpiteitä ennen kaikkea maa- ja metsätaloudessa. Siksi valtuuskunta esittääkin, että Suomen maataloudessa ryhdyttäisiin painottamaan luomutuotantoa huomattavasti nykyistä enemmän. Tavoitteena on, että vuoteen 2030 mennessä vähintään puolet tuotannosta olisi luomua. Tavoitteen saavuttaminen edellyttää laajaa maatalouden, tutkimuksen, teknologian, elintarvikealan ja kaupan yhteistyötä. Mahdollisuutena on, että Suomesta tulee globaalisti tärkeän asian edelläkävijä sekä imagollisesti, tutkimuksellisesti että kaupallisesti.” (Tuomola ym. 2012, 23.)

Kasvi- ja kotieläintuotannon nykyistä voimakkaamman integraation katsotaan olevan välttämätön edellytys luomutuotannon koko potentiaalin hyödyntämisessä. Maataloustuella ja sen kohdentamisella on keskeinen merkitys eri tuotantotapojen ja tuotantosuuntien kannattavuudelle ja viljelyhalukkuudelle. (Tuomola ym. 2012, 23.)

Myös Pirkanmaalla on todellisia mahdollisuuksia lisätä luomutuotantoa ja luomutuotteiden kulutusta. Tavoitteena on, että sekä maakunnan luomutuotanto että luomutuotteiden käyttö kasvavat vuosittain kymmenen prosenttia vuoteen 2020 saakka. Tuotekehittäjä Eeva Teuvo Tampereen Ateriasta kertoo, että ”Tampereen kaupunki tekee johdonmukaisesti ympäristöystävällisiä, kestävästä kehitystä edistäviä päätöksiä resurssiensa sallimissa rajoissa. Luomun Portaat -ohjelman avulla olemme saaneet keinoja luomun osuuden nostamiseen. Ensi vuoden (2012) tavoitteena on, että lähiruuan määrää on lisättävä.” (Tuomola ym. 2012, 23–26.)

## 4 LÄHIRUOKA

Tehotuotannon ja keskittämisen aikakautena paikallisten tuotteiden käyttö on unohtunut. Paikallinen ruoantuottaminen on kuitenkin nousemassa todelliseksi vaihtoehdoksi tehomaataloudelle ja pysyväksi trendiksi. (Ahopelto 2010, 9.)

Heikki Ahopellolle lähiruoka ei tarkoita kilometrien syynäämistä. Lähiruoka on ennen kaikkea yhteistyötä, suoraa kaupankäyntiä tuottajien kanssa ilman turhia välikäsiä. Tärkeintä siinä on yhdessä tekeminen joka on molempia osapuolia hyödyttävää. Lähiruoka on sitä, että tuote on parhaimmillaan siirtyessään tuottajalta suoraan loppukäyttäjälle. Ja sitä, ettei siihen ole tarvinnut lisätä säilöntäaineita pitkää kuljetusta tai säilytystä varten. (Ahopelto 2010, 12.)

”Paikallinen” on myös kulttuurinen käsite, jonka teoreettinen ja empiirinen olemus ei ole vakio. Millaisia erilaisia merkityksiä ja määritelmiä paikalliselle ruoalle voidaan antaa? Paikallisen ruoan yhteiskuntapoliittista paikkaa määrittelevät erilaiset toimijat, kuten viljelijät, elintarviketeollisuus, kuluttajat, kansalaisjärjestöt sekä valtionhallinto ja kunnat. (Jokinen & Puupponen 2006, 114.)

Pekka Jokinen ja Antti Puupponen pohtivat artikkelissaan Paikallisuus kestäväen ruoantuotannon perustana? (2006, 127-128) lähiruoan yhteiskuntapoliittista asemaa.

Paikallisille ruokajärjestelmille osoitetaan yleisessä keskustelussa monenlaisia eli taloudellisia, ympäristöpoliittisia ja kulttuurisia odotuksia, mutta lähiruoan yhteiskuntapoliittinen asema vaikuttaa kuitenkin sangen epäselvältä. Koska tässä artikkelissa esitellyt tulokset rajoittuvat vain viljelijöiden näkökulmaan, jää vastaamatta, mitkä toimijat ja millaiset sosioekonomiset tekijät todella määrittelevät lähiruokaa ja millaiset tekijät itse asiassa määrittelevät paikallisen ja ylipaikallisen rajoja paikallisessa ruokajärjestelmässä. Paikallisten ruokamarkkinoiden liikkeellepaneva dynamiikka, verkostojen ja yhteisöiden rakentuminen ja vaikutukset ovat vielä myös sangen tuntemattomia. (Jokinen & Puupponen 2006, 127–128.)

Paikallisen ruoan yhteiskuntapoliittiseen asemaan vaikuttaa myös sitä kohtaan osoitettu vaatimaton teoreettinen ja käytännöllinen tutkimuskiinnostus. Mielenpidekartoitusten perusteella tiedetään, että luomuruoan kuluttajat arvostavat myös paikallisesti tuotettua ruokaa.

Lähiiruokaa ja luomuruokaa pidetään siis kuluttajien keskuudessa tavanomaisin menetelmin tuotettua ruokaa parempana. (Jokinen & Puupponen 2006, 128.)

#### 4.1 Lähiiruoka maailmalla

Muutamissa ulkomaisissa tapaustutkimuksissa on asetettu kyseenalaiseksi paikalliseen ruokaan lähtökohtaisesti liitetyt myönteiset ominaisuudet. Tällä kohdin paikallisen ruoan ja luomuruoan välinen ero vaikuttaakin merkittävältä. Esimerkiksi Andrew Gilgin ja Martin Battershillin (1998) mukaan ranskalaiset kuluttajat eivät ole kovinkaan kiinnostuneita siitä, millaisilla menetelmillä viljelijöiden itsensä myymät tuotteet ovat syntyneet. Kuluttajat pitävät laatua ja paikallisuutta tärkeinä asioina, mutta he tyytyvät vakuuttumaan niistä markkinoinnin luomien mielikuvien perusteella. Luomutuotteiden kuluttajat taas vaativat tietoa myös ruoan tuotantotavoista. (Jokinen & Puupponen 2006, 117.)

Maatalouden ympäristökysymyksiin perehtyneen Michael Winterin (2003) mukaan englantilaisten kuluttajien tärkein syy ostaa paikallisia tuotteita on halu tukea paikallisia viljelijöitä ja paikallista taloutta. Esimerkiksi tuotteiden tuoreus tai yksityiskohtainen tieto tuotteiden alkuperästä ovat vähemmän tärkeitä syitä. Sen sijaan luomutuotteita ostetaan terveyteen, ruoan turvallisuuteen ja ympäristöön liittyvillä perusteilla. Tästä Winter päättelee, ettei paikallinen tuotanto ehkä olekaan ekologisesti kestävä ruoantuotannon symboli. Kyseessä voi olla pikemminkin paikallisuutta korostava maailmankatsomus, joka ilmenee kuluttajien sympatiana oman seudun viljelijöitä kohtaan. Tällöin paikallisten tuotteiden suosimista ei pitäisi samaistaa kovin yksinkertaisilla tavoilla kysymyksiin ruoan turvallisuudesta ja tuotannon ympäristöystävällisyydestä. Avoin tutkimuskysymys siis on, voidaanko ruoan paikallisuuden ja laadun korostaminen tulkita selväksi siirtymäksi kohti sellaista ruokajärjestelmää, joka olisi sekä globalisoituneen järjestelmän vastavoima että myös ekologisesti kestävä maatalouden airut. (Jokinen & Puupponen 2006, 117-118.)

Laadukkaan ruoan kysynnän kasvu voidaan nähdä paradoksina modernissa ja yhä globalisoituvammassa ruokateollisuudessa. Globaalit yritysmahdit noudattavat Yhdysvaltain elin-



tarvikealan mallia lisäämällä mahtiaan ruoan markkinoinnissa ja tuottamisessa, samalla kun kuluttajien vaatimus ”perinteisistä” ruokatuotteista joita itsenäiset tuottajat tarjoavat, tuntuu olevan täysin vastakkainen kuin se standardisointi jota teollistuminen ja globalisoituminen tarjoavat. Tämä tilanne tuntuu tarjoavan kuluttajille kolmiosaisen elintarvikealan spektrin, kuten näemme alla taulukossa 1, jossa globalisoidun ja standardoidun tuotteen intensiivinen maanviljely on toisessa päässä, ja toisessa ympäristöystävällisen viljelyn laadukas tuote. (Gilg & Battershill 1998, 27.)

TAULUKKO 1. Teollistettu ruokajärjestelmä ja kuluttaja

	Teollinen malli	Hybridi malli	Pienen markkinaraon malli
Tarjonta	Voiton motivoimat maanviljelijät jotka käyttävät teollistunutta viljelyä joka perustuu ansaintalogiikkaan	Maanviljelijät joita motivoi voitto ja behavioristiset tekijät	Maanviljelijät joita ohjaavat behavioristiset uskot mutta joita rajoittaa tarve pysyä maksukykyisinä
Tuottajat	Monikansalliset yhtiöt jotka tuottavat standardisoituja pitkälle prosessoituja tuotteita massamarkkinoille, sivumarkkinana tuore ruoka	Pienemmät yritykset jotka tuottavat sekoi-tuksen standardisoi-tuja ja pienen markkinaraon tuotteita	Tarve pysyä maksukykyisinä kannustaa viljelijöitä kasvattamaan tuotteidensa arvoa pyrkimällä tietuille markkinoille
Kuluttajat	Suurimpaan osaan kuluttajista vaikuttaa hinta ja ostamisen helppous ja suurin osa heidän ostamastaan ruoasta on pitkälle prosessoitua	Huomattava vähemmistö asiakkaita perustaa ostonsa laatuun ja tuoreuteen ja yli puolet heistä laittavat ruokaa perinteisesti	Kuluttajien vähemmistö, joita ohjaavat ideologiset uskomukset vaativat että heidän ruokansa on tuotettu korkeiden ympäristö-, etiikkaym. standardien mukaisesti
Catering- sektori	Pikaruoka ym. paikat jotka käyttävät keskitetysti tuotettua ruokaa joka vain lämmitetään paikallisesti	Ravintolat ja pubit jotka tarjoavat sekoi-tuksen ulkopuolella tuotettuja valmisruokia ja ”erikoisuuksia”	Erikoisliikkeet jotka tuottavat ruokansa lähes täysin paikallisista ja erikoisista lähteistä

## 4.2 Lähiruoka Suomessa

Heikki Ahopellon mukaan lähellä on kaikkialla. Jokaisella alueella on omat erityispiirteensä, joihin vaikuttavat muun muassa perinteet ja mikroilmasto. Suomessa on upeita raaka-aineita, niin tuotettuja kuin luonnonantimiakin. Niitä hyödyntämällä emme häviä ruoan korkeakulttuureille lainkaan vaan voimme saada aikaan kansainvälisen vertailun kestävästä ruokaa. (Ahopelto 2010, 14.)

Ahopellon mukaan meidän täytyy kuitenkin toimia vastuullisesti. Herkutella ei saa hinnalla millä hyvänsä, ei maan tai eläinten hyvinvoinnin kustannuksella. Meidän tehtävämme on säilyttää tämä maa myös lapsillemme ja luoda kestävä pohja jatkuvuudelle. Ostamalla ruokaa suoraan tuottajilta voimme tukea heidän toimintaansa ja sitä kautta auttaa kehittämään suomalaista ruokakulttuuria. (Ahopelto 2010, 14.)

Ahopelto kokee, että kustannustehokkuuden ja optimoinnin sokeuttamina meiltä on kadonnut maalaisjärki. Kokonaiskuvasta on tullut jollain tavalla toisarvoista. Sama pätee tämän hetken lempitermiin, hiilijalanjälkeen, joka on tärkeä mutta sulkee ulkopuolelleen monta asiaa. Tärkeämpää on huomioida kokonaisuus sosiaalisine, kulttuurisine ja ekologisine puolin kuin tuijottaa ainoastaan kunkin tuotteen hiilijalanjälkeä. Numeroihin on helppo turvautua, mutta vaikeampaa ja hyödyllisempää olisi kehittää ratkaisuja, jotka ottaisivat tuotannon ja maanviljelyn huomioon suuremmissa mittakaavassa. Ahopellon mukaan lähiruoka tarvitsee paljon pieniä puroja yhden suuren virran sijaan. Paikallistuotanto ei voi koskaan kasvaa yhdeksi suureksi virraksi, koska silloin sen koko ideologia kärsisi. (Ahopelto 2010, 15.)

Pienyrittäjyyttä pitäisi tukea ja yrittäjinä toimivia tai yrittäjiksi aikovia ihmisiä tulisi auttaa kaikin mahdollisin keinoin sekä ruoan tuotannossa että jakelussa. Samalla kun valtion tukemilla ruokatuotannon edistämishojelmilla pyritään luomaan kotimaiselle pientuotannolle kysyntää, tuottajien tilanne käy koko ajan mahdottomammaksi sekä lisääntyvän byrokratian että vaihtelevan paikallistason viranomaistoiminnan takia. (Ahopelto 2010, 73.)

Heikki Ahopellon mukaan lähiruoossa ei ole kyse kilometrien laskemisesta eikä maantieteestä, vaan yhteistyöstä tuttujen kotimaisten tuottajien kanssa. Kaikkialle Suomeen tarvitaan enemmän kokkien ja tuottajien yhteistyötä, josta molemmat voivat hyötyä. Tuottajat uskaltaisivat kehittää omaa toimintaansa, ja kokit saisivat laadukkaita tuotteita ilman välikäsiä. Vain yhdessä tekemällä voi aitoa pohjoismaista makumaailmaa ylläpitävä pientuotanto saavuttaa sille kuuluvan arvostuksen. Siten voimme vaalia perinteitämme ja luoda myös uutta suomalaista keittiötä. (Ahopelto 2010, 119–147.)

Jos paikallisen ruoan yhteiskuntapoliittinen paikka ja politiikan päämäärät eivät vaikuta kietyneiltä, on johdonmukaista, että myöskään politiikan keinot eivät ole kovin selviä. Lähiruoka ei ole vielä juurtunut suomalaisiin maatalous-, ympäristö- ja maaseutupoliittisiin ohjelmiin. (Jokinen & Puupponen 2006, 128.)

Maulavirta, Nurmi & Lindgren kirjoittavat teoksessaan Lähiruokaa (2010, 8)

Suomessa aletaan vihdoinkin ymmärtää, että ruokakulttuuri on osa kulttuurimme kokonaisuutta ja suomalaista identiteettiä. Hallitusohjelmaan perustuva Suomalaisen ruokakulttuurin edistämishanke on laaja ja arvokas hanke. Sen rinnalla tarvittaisiin myös konkreettisia tekoja, jotka eivät miljoonia maksa: työtä alueturastamoiden, pienten juustoloiden ja pientuotannon logistiikan puolesta. Ilman niitä ruoan pien- ja lähituotanto tyrehtyy. (Maulavirta, Nurmi & Lindgren 2010, 8.)

Lähi- ja pientuotannon suosio on synnyttänyt Suomeen joukon erikoisliikkeitä. Tampereella hyvinä esimerkkeinä ovat lähiruokapuoti Lempi ja maitokauppa Armas. Niiden suosio on kasvattanut toivoa maan- ja luonnonläheisemmästä ruokakulttuurista. Pientuotannon oma myyntiverkosto ei perustukaan pelkästään tuottolaskelmiin, vaan myös yhteiseen ajatukseen: Puhtaiden makujen puolesta. (Maulavirta ym. 2010, 10.)

Maulavirta kertoo perinteisistä suomalaisista lajeista (2010, 86). ”Alkavan vuosikymmenen suomalaisia sankareita ovat maatiaiset – tuotantoeläintemme alkuperäisrodut ja kasvistemme alkuperäislajit, -lajikkeet ja alueelliset kannat.” Maatiaisista tai kotoperäisiä eläinrotuja ovat kolme nautarotuaamme, jotka ovat itäsuomen-, pohjoissuomen- ja länsisuomenkarja. Lisäksi meiltä löytyvät suomenlammas, suomenvuohi, ahvenanmaanlammas ja kainuunharmas, monet kanan rotuhaarat ja suomenhevonen. Tutuimpia maatiaiskasveja ovat puikulat ja monet muut perunat, useat juureslajit, omenat ja marjat. Maatiaisten uudelleen löyty-

minen tuo julkisuuteen koko suomalaisen ruokakulttuurin ainutlaatuiset ja ruokana hienot symbolit. Ne ovat kansainvälisestikin parasta mitä voimme ulkomaisille vieraillemme tarjota. (Maulavirta ym. 2010, 86.)

Heikki Ahopellon tapaan Maulavirta hehkuttaa Kyyttöä, joka edustaa maatiaisrotujen kärkijoukkoa. Siitä on tullut mediajulkkis ja alkuperäisyyden paras esimerkki. Viisi vuotta sitten sille vielä naurettiin: pieni eläin ei juuri lihaa anna, ja maitotuotoskin on muita rotuja pienempi. Murea mutta luinen liha sekoitettiin muuhun naudanlihaan ja hienosti juustoutuva maito tavalliseen maitoon. Vuoden 2007 jälkeen kyytönlihan tuottajahinta on moninkertaistunut, ja monia hienoja kyytönmaitojuustoja on ilmestynyt kaappoihin. (Maulavirta ym. 2010, 86.)

Nupopäinen kyyttö eli itäsuomenkarja on yksi kolmesta alkuperäisrodustamme. Se oli jo kuolemassa sukupuuttoon, kun Miina Äkkijyrkkä tukijoineen onnistui pelastamaan yhden puhtaan rotuhaaran. Keinosiemennysasemat painostettiin jakamaan asiakkaille kyytön spermaa, ja kyyttöjen elävä geenipankki sijoitettiin Sukevan vankilaan. Samankaltainen tarina löytyy lapinlehmän historiasta. Sen turvapaikkana on ollut Pelson vankila. (Maulavirta ym. 2010, 86.)

Maulavirta jatkaa (2010, 86),

Kasvava suosio on jo käytännössä pelastanut alkuperäisrotumme. Niiden lihaa saa jo erikoismyymälöistä, ja uusia hienoja juustoja ilmestyy myyntiin koko ajan. Ravintoloissa ne ovat suurinta herkkua. Nyt tehdään kovasti töitä maatiaiskasvisten, muun muassa kaskinauriin ja ryvässipulin puolesta. Toivon että Suomi sivistysmaana palauttaa ne viljelyyn ja omaan arvoonsa. Maatiaiset palaavat, ja suomalaiset rakastavat niitä. (Maulavirta ym. 2010, 86.)

Pienjuustoloiden tuotteet myyvät nyt enemmän kuin koskaan, ja suosio jatkaa kasvuaan. Osaltaan suosioon vaikuttaa varmasti pientuotannon yleinen arvonnousu. Pääsyy on kuitenkin pienjuustoloiden itsensä tekemä kehitystyö ja henkilökohtainen omistautuminen juuston tekemiselle. Juustontekijöiden osaaminen on kasvanut, ja siten ovat kehittyneet juustojen laatu, maku, rakenteet ja kokonaisuus. (Maulavirta ym. 2010, 129.)

Suomalainen ruokakulttuuri on mennyt eurooppalaisempaan suuntaan myös juustojen osalta. Asiakkaat tuntevat juustoja entistä paremmin ja ovat tottuneet voimakkaampiin makuihin. Siksi juustolatkin uskaltavat kehittää maukkaampia tuotteita. Merkittävä osa niistä on luomujuustoja, joita myös kysytään paljon. Uusimpia menestyjiä ovat alkuperäiskarjojen, ennen kaikkea kyyttöjen ja lapinlehmän maidosta valmistetut juustot. Yksi edelläkävijöistä on Saloniemen juustolan Riitta Saloniemi, joka valmistaa vuohijuustojensa rinnalla kyyttönmaitojuustoja merkkituotteina. Saloniemi kertoo ylpeänä, kuinka heillä koko tuotantoketju löytyy omalta tilalta, vasikan syntymästä maidon lypsämiseen ja juustonvalmistukseen. (Maulavirta ym. 2010, 129.)

Myös Maulavirta (2010, 129) on huomannut Ahopellon uurastuksen juustorintamalla. ”Tampereen suunnalla on keittiömestari Heikki Ahopelto kehittänyt kahden arvostetun juustolan kanssa niin sanottuja kypsiä juustoja kyytön ja lapinlehmän maidosta. Innostus on ollut suurta, ja uudesta valkohomejuustosta saattaa tulla todellinen huipputuote”.

Yhdenmukaistavan ylikansallisen ruokajärjestelmän vastavoimana on Suomessa vahvistunut keskustelu ruoan laadusta ja tuotannon ympäristökriteereistä. Luonnonmukaisesti tuotetun ruoan ohella myös paikalliselle ruoalle annetaan julkisessa keskustelussa ja poliittisissa ohjelmissa merkityksiä, jotka tukevat ekologista ja sosiaalista kestävyyttä. Suomalaisessa keskustelussa paikallista ruokaa kutsutaan yleensä lähiruoksi. Siitä puhuttaessa käytetään esimerkiksi seuraavantapaisia ilmauksia: vähemmän voimaperäisen prosessin tuotos, ympäristöystävällinen, tuotettu lähellä kuluttajaa ja ilmaisee paikan omaa perinnettä. (Jokinen & Puupponen 2006, 113–114.)

Suomalaisessa julkisessa keskustelussa lähiruoka ja luonnonmukaisesti tuotettu ruoka usein samastetaan ja nimetään sitten kestäväksi ja vaihtoehtoiseksi ruoantuotannoksi. Tämä lähiruoan ja luomuruoan rinnastus ilmenee myös käytännöllisissä yhteyksissä, esimerkiksi suurkeittiöiden toiminnoissa. Paikallisen ruoan ei kuitenkaan tarvitse olla luomua, ja sama pätee toisinpäin. Paikallinen ruokajärjestelmä on tietyssä tilassa esiintyvä, spatiaalinen ilmiö, kun taas luomu viittaa ensi sijassa tuotantotapaan ja -menetelmään. Luomu on normitettua, standardoitua ja tuettua; lähiruoka on myös normitettua ja tuettua mutta vain osana niin sanottua tavanomaista tuotantoa. Toisin kuin lähiruoalla luomuruoalla on suhteellisen

vakiintunut ympäristöpoliittinen asema, ja sen vuoksi luomuruoan ympäristövaikutuksia seurataan. Luomuruoan kulttuurisen aseman vahvistumisessa yhteiskunnallisen liikkeen merkitys on ollut suuri. Lähiruoassa liikkeen rooli ei ole yhtä selvä, ja lähiruokaa vahvistavia tekijöitä ovat esimerkiksi kuluttajien muuttuva ajattelu ja heikentyvä luottamus ylikansalliseen elintarvikekauppaan ja -politiikkaan. (Jokinen & Puupponen 2006, 116–117.)

Antti Puupponen teki vuonna 2002 tapaustutkimuksen, jossa hän haastatteli kahdentoista Jyväskylän ympäristössä sijaitsevan maatilan viljelijöitä. Usein toimeentulo hankitaan tiloilla monesta lähteestä, ja lähiruokatoiminta on vain yksi toimeentulon osa. Sivutoimisuus näyttää olevan leimallista lähiruoan tuotannolle. Tiloille voidaan hankkia tuloja perinteisestä maataloudesta, tilan ulkopuolisesta palkkatyöstä sekä useista liittämisselinkeinoista, joihin lähiruokatoimintakin sisältyy. Lähiruokatilojen toimintaa voidaankin pitää monimuotoisena. (Jokinen & Puupponen 2006, 118.)

Tutkimuksessa selvisi että viljelijöiden motiivit tuottaa lähiruokaa ovat moninaisia. Yleisinä vaikuttimina ovat kuitenkin olleet Suomen EU-jäsenyyden tuomat muutokset. Maataloustuotteiden markkinahinnathan romahtivat jäsenyyden myötä. Lähiruoan tuotanto on kannustanut tuottajia orientoitumaan maatalouden harjoittamiseen yrittäjämäisemmin kuin perinteisessä tuotannossa. Lähiruoan tuottaja joutuu aktiivisesti itse etsimään asiakkaita tuotteilleen ja miettimään erilaisia markkinointistrategioita. Myös kaupallisen osaamisen ja koulutuksen merkitys korostuu. (Jokinen & Puupponen 2006, 120.)

Lähiruoan tuottajille löytyi kolme erilaista asiakasryhmää: yksityishenkilöt, kaupat ja suurkeittiöt. On mielenkiintoista että tässä Jyväskylän ympäristöön sijoittuneessa tutkimuksessa ravintolat eivät olleet asiakasryhmä lähiruoan tuottajille. Tuottajien mukaan ei voida nimetä tiettyä ihmistyyppiä, joka erityisesti olisi kiinnostunut lähiruoasta – esimerkiksi sukupuoli, ikä tai sosioekonominen asema ei takaa kiinnostusta. Erityisen kiinnostuneiksi mainitaan kuitenkin lapsiperheet, joita saattaa houkuttaa ruoanhankinnan yhteydessä eläinten ja maa-laismaiseman katselu. Moni tuottaja toivoo myös saavuttavansa vakiintuneen asiakaskunnan. Tuottajan ja kuluttajan tuttavuussuhteesta voikin tulla lähiruoan arvoa lisäävä luotettavuus- ja turvallisuustekijä, joka ilmentää sosiaalista juurtumista. (Jokinen & Puupponen 2006, 121-122.)

Tutkimuksessa olleiden tuottajien kokemusten mukaan lähiruoan saaminen kauppohen valikoimiin on vaivalloista ja kestää kauan. Ketjuuntuneisiin kauppohen on vaikea päästä ulkopuoliseksi tavarantoimittajaksi. Kun keskinäisiin sopimuksiin on lopulta päästy ja tuotteille on ilmennyt jatkuvaa kysyntää, on järjestely osoittautunut puolin ja toisin varsin toimivaksi. Osa kauppohen elintarvikkeita toimittavista tuottajista kertoo kuitenkin, että kauppohen kanssa syntyy jatkuvasti erimielisyyksiä esimerkiksi tuotteiden hinnoista: kauppiaiden katsotaan helposti nostavan ulosmyyntihinnat korkeiksi. Tuottajat pelkäävät tämän heikentävän tuotteiden kysyntää, ja korkeasta myyntikatteesta hyötyy usein pelkästään kauppias. (Jokinen & Puupponen 2006, 122.)

Suurimmat odotukset tulevaisuuden suhteen liittyvät kunnallisiin suurkeittiöihin. Tähänastiset kokemukset ovat niin tuottajilla kuin keittiöilläkin pääosin positiivisia. Keittiöt tarvitsevat tuotteita paljon, joten menekki on suuri. Keittiöille hyödyt taas syntyvät esimerkiksi läheltä toimitettujen tuotteiden pienestä hukkaprosentista ja turhan pakkausmateriaalin välttämisestä. Keittiöiden toiminnassa lähiruoan suosiminen voi tuoda tulevaisuudessa huomattavia kokonaistaloudellisia etuja. Kaupoissa ja suurkeittiöissä on usein epäily, pystyykö pientuottaja toimittamaan tuotteet sovitusti. Toisaalta lähellä sijaitsevilla tuottajilla on toiminnassaan sellaista joustavuutta, että he pystyvät toimittamaan tuotteita myös muulloin kuin etukäteen sovittuina aikoina ja jopa nopeammin kuin suuryritykset. (Jokinen & Puupponen 2006, 122–123.)

Mitä lähiruoka sitten viljelijöiden itsensä mielestä on? Tuottajat ajattelevat lähiruokaa omalla tulonlähteenään. Lähiruoan tuotannolla on kyetty säilyttämään elinkelpoisina sellaisia maatiloja, joille ei muuten olisi sijaa EU:n tehoataloudessa. Siten lähiruoan tuottamisella on myös syviä maaseudun kulttuuriin ja elinvoimaisuuteen liittyviä vaikutuksia. Talonpoikaisen elämäntavan yksi keskeinen arvo on toiminnan jatkuvuus. Tuottamalla lähiruokaa ja yhdistämällä toimintaan muita liitännäiselinkeinoja tilat ovat pystyneet pitämään kiinni tästä arvosta. (Jokinen & Puupponen 2006, 123.)

Edelleen Jokinen ja Puupponen pohtivat lähiruoan olemusta (2006, 124–125). Ehkä kaikkien syvimmässä merkityksessään lähiruoka nähdään kokonaisuutena, joka on osa paikallista identiteettiä. Lähiruokaan siis liitetään sellaisia paikallisuuden ominaispiirteitä, joita ei



löydy muualta. Lähiruoasta voi täten muodostua paikallista turismia hyödyttävä tekijä. Tässä yhteydessä tulee esille myös lähiruoan merkitys paikallisten ruokaperinteiden säilyttäjänä ja elvyttäjänä. Keski-Suomesta ei oikeastaan juuri löydy keskisuomalaiseksi tunnustettavaa tuotetta, mutta esimerkiksi Lappiin liitetään helposti mielikuva poronlihasta tai lakoista. Lähiruoassa siis riittää työskarkaa tulevaisuuden brändien tekijöillekin.

Artikkelissaan ”Ruoka liikkeessä” (2001, 47) Tiina Silvasti ja Tuija Mononen pohtivat ruokatuotteen koko elinkaaren ympäristövaikutusta. He epäilevät pitävätkö suuret ruokatalot ja kauppa- ja elintarvikkeiden tuottajat luonnonmukaisesti tuotettuja tuotteita ympäristöpoliittisesti vakavasti otettava vaihtoehtona vai ennemminkin markkinointikikkana. Syksyllä parhaaseen kotimaisen omenan satoaikaan voi kauppoista ostaa saksalaisia luomuomenoita. Kaukaa tuotujen luomuomenoiden todellinen ympäristöystävällisyys jää kyseenalaiseksi. Silloin kun ruoan ”ekologista laatua” arvioitaessa ei oteta huomioon koko elintarvikkejärjestelmää, vaan ainoastaan tuottaja-kuluttaja-akseli, syntyy helposti ajatusvirhe, ja ympäristöystävällisyyden vaatimus asetetaan vain alkutuotannolle. Samalla ruoan käsittely- ja kuljetusprosessien aikana syntyvät ympäristöhaitat sivuutetaan. Näin luomumerkillä on mahdollista tarjota vastuullisen kuluttamisen kokemusta, myydä ja ostaa ”hyvää omaatuntoa” silloinkin, kun tuotteen kuljettamisesta ja käsittelystä on aiheutunut niin suuri ympäristökuormitus, että valinnan varsinainen ekologisuus on vähintään kyseenalainen.

Kustannustehokkaaseen kuljetukseen vaaditaan suuria määriä elintarvikkeita. Siksi paikallisten tuottajien juurekset ja vihannekset matkaavat yleensä satoja kilometrejä etelään keskusvarastoihin, ennen kuin ne päätyvät takaisin esimerkiksi saman kunnan suurkeittiöihin. Ruotsinkielinen ammattikoulu, Yrkesakademin i Österbotten, on etsinyt vaihtoehtoja pitkille kuljetusmatkoille edistääkseen lähiruoan käyttöä. Oppilaitoksen Kornäsin toimipisteeseen on perustettu keskus, jonne paikalliset viljelijät tuovat tuotteitaan, ja jossa ne esikäsitellään. Kolme kertaa viikossa logistiikkaopiskelijat pakkaavat pakettiauton ja vievät yrtit, vihannekset ja juurekset kolmen kunnan yhdeksään suurkeittiöön. (Tikkanen 2012.)

Projektinjohtaja Kristina Linde Pohjanmaan Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskuksen rahoittamasta hankkeesta kertoo, kuinka ennen suurkeittiöihin saattoi mennä viisi autoa tuomaan tuotteita. Nyt lähialueen tuotteet saadaan vietyä yhdellä autolla. Se helpottaa sekä

tuottajien että suurkeittiöiden työtä. Vaikka toimintaidea vaikuttaa melko yksinkertaiselta, on se vaatinut paljon töitä. Linde kertoo, kuinka ei riitä, että keskuksessa on joku pilkkomassa vihanneksia. Vaaditaan ammattitaitoinen henkilökunta, jotta logistiikka, laskutus ja tilausten hoitaminen saadaan toimiviksi. (Tikkanen 2012.)

Projektinjohtaja Kristina Linde kertoo, että projektissa on onnistuneesti kannustettu suurkeittiöitä käyttämään sesonkituotteita, ja suunnittelemaan ruokalistat niiden mukaan. Mukana on vanhustentalojen, koulujen ja terveyskeskusten keittiöitä. Lisääkin tulijoita olisi ollut, mutta kaikkia ei vielä voitu ottaa mukaan. Keskus aloitti toimintansa noin vuosi sitten. Tarkoituksena on, että konsepti saadaan kehitettyä sellaiseen muotoon, että jokin yksityisyritystä voi sen ostaa ja jatkaa toimintaa. (Tikkanen 2012.)

#### 4.3 Luomu- ja lähiruokaa Pirkanmaalla

Pirkanmaa on omaleimainen ja vahva luomuelintarvikkeiden tarjonnan maakunta erityisesti viljan ja kasvihuonetuotannon osalta. Puutteita on edelleen luomulihan, tuoreiden luomujuurikkaiden sekä luomukasvisten monipuolisessa saatavuudessa. Luomupeltopinta-ala on yli 10 prosenttia maakunnan peltoalasta. Tilalukumäärä on maan suurin verrattuna muihin maakuntiin. (Tuomola ym. 2012, 9.)

Pirkanmaa on luomukauranviljelyn ykkönen Suomessa pinta-alalla laskettuna. Myös rypsialat ovat maan suurimpia. Pienet markkinat ovat heiluttaneet luomuviljan hintoja. Esimerkiksi kauran tonnihinta putosi lyhyessä ajassa 300 eurosta puoleen tasaantuen sen jälkeen 200 euron yläpuolelle. Halukkuus sopimusviljelyyn on ollut vaihtelevaa; monet ovat yrittäneet ulosmitata parasta mahdollista hintaa. Koko ketjun toimivuuden kannalta luomutiloilla on erityistä tarvetta suunnitelmallisuuteen. Yksi keino tähän on sopimustuotantoon kannustaminen. Öljykasvien sopimusviljely on ollut yleisempää johtuen puristamojen läheisyydestä ja vakaammasta hintatasosta. (Tuomola ym. 2012, 10.)

Tampereen Kauppahallin kauppiaasyhdistyksen kahtena viimeksi kuluneena vuotena järjestämät Pellolta pöytään -tapahtumat ovat mahdollistaneet kuluttajan ja tuottajan kohtaamisen Tampereen kauppahallissa ja toreilla. Tapahtumien teemana on ollut erityisesti lähellä tuotettu ruoka. Parasta Pöytään Pirkanmaalta -hankkeen ja Aamulehden yhdessä organisoimat Läheltä Hyvää -tapahtumat ympäri Pirkanmaata syyskesällä 2011 kokosivat lähiruosta kiinnostuneita kuluttajia sekä lähiruoantuottajia yhteen. Kuluttaja haluaa nähdä tuottajan ja kuulla ”tarinan” ostamansa tuotteen takana. Tuottajia taas on opastettu uuden elintarvikelain käytäntöihin, tuoteturvallisuuteen sekä tuotteiden esillepanoon mm. toritapahtumissa. (Tuomola ym. 2012, 11.)

Kuluttajan mahdollisuudet ostaa ja käyttää luomuraaka-aineita ovat Pirkanmaalla oleellisesti parantuneet viime vuosina. Tähän ovat vaikuttaneet sekä jalostuksen ja tuotekehityksen että kauppapaikkojen lisääntyminen. Luomu- ja lähiruuan noste näkyy myös ammattikorkeakoulujen opiskelijoiden kiinnostuksessa tehdä luomu- ja / tai lähiruokaan liittyviä opinnäytetöitä. Pirkanmaan luomu- ja lähiruokahankkeen aikana restonomiopiskelijoiden opinnäytetöitä ohjattiin kaksi kappaletta. Molempien opinnäytetöiden tekijät olivat Tampereen ammattikorkeakoulun opiskelijoita. (Tuomola ym. 2012, 11-22.)

”Pirkanmaan kuntapäätäjien asenteet luomu- ja lähiruokaa kohtaan”- opinnäytetyön loppuseminaarin paneelissa ilmeni, että valtuustossa istuvien päätäjien tietoisuus kilpailutuksesta ja hankintalaista on vain tyydyttävä. Tarjouspyynnössä asetettavia mahdollisuuksia lähituotteille tai luomulle ei osittain edes tiedetty. Monet kunnat ja kaupungit kuuluvat hankintarenkaisuun ja kilpailutus on täten ”ulkoistettu”, mikä saattaa vaikeuttaa lähi- ja luomuruoan käyttöä julkisissa keittiöissä. (Tuomola ym. 2012, 22.)

Tanja Kärpän ”Tutkimus luomu- ja lähiruuan käytöstä maaseutumatkailuyrityksissä ja seurakuntien ruokapalveluissa Pirkanmaalla”, antoi pohtimisen aiheita siihen, miksi niin vähän lähi- ja luomuruokaa hyödynnetään matkailuyritysten ruokapalveluissa. Siellä tuottaja – käyttäjä- ketju olisi mahdollisimman lyhyt. Matkailuyrityksessä ruoka on kuitenkin yksi menestystekijä ja mahdollisuus hyödyntää paikallista ruokakulttuuria ja raaka-aineita. (Tuomola ym. 2012, 22.)

#### 4.4 Lähiruoan tuottajien osuuskuntatoiminta

Jos ruoantuotannosta saatavat tulot eivät ole kovin suuret, tilalla ei myöskään ole varaa palkata ulkopuolista työvoimaa. Käsityömainen valmistus vaatii paljon työtä. Tällöin tilan työt voivat kasautua vain yhdelle ihmiselle, ja moni tuottaja valittaakin aikapulaa. Tuottajien keskinäinen verkostoituminen on havaittu hyväksi vastaukseksi tuotannon pienuuden aiheuttamaan haasteeseen. Osuuskuntatoiminnasta saadut edut vaikuttavat suurilta. Tuottajat voivat yhdessä sopia, kuka tuottaa mitään. Näin vältetään keskinäinen kilpailu, ja toisaalta asiakkaille voidaan varmistaa tuotteiden saatavuus. Osuuskunnassa voidaan myös hoitaa toiminnan kannalta välttämättömiä tehtäviä tehokkaammin kuin yksin yritettäessä. Yksi henkilö voi hoitaa markkinoinnin ja toinen kirjanpidon, jolloin muut viljelijät voivat keskittyä ruoantuotantoon ja tuotekehittelyyn. (Jokinen & Puupponen 2006, 125–126.)

Osuuskunnan toiminnalle ei myöskään ole ongelma, vaikka tilat sijaitisivat kaukana toisistaan. Esimerkiksi tilaukset ja muut tilojen ja asiakkaiden väliset sopimukset voidaan hoitaa tietokoneen avulla. Asiakkaille näyttää olevan erityisen tärkeää, että tilaukset ja laskut voidaan lähettää yhteen paikkaan, josta ne lähtevät edelleen eteenpäin. Osuuskunnassa voidaan myös tehdä yhteistyötä muiden tilojen kanssa, ja tilat voivat hankkia yhteisiä koneita. Näin voidaan sekä helpottaa työvoimapulaa että säästää rahaa hankinnoissa. (Jokinen & Puupponen 2006, 126.)

Pernajassa Kuninkaantie- reitin varrella toimii ympäri vuoden luomutilausravintola, jossa on myös 38 yöpymispaikkaa. Ravintolan kasvualustana on Isnäsin kylän kymmenen osakkaan osuuskunta, itse asiassa kokonainen luomukylä. Kantava voima Janne Länsipuro Labbyn kartanosta on sitä mieltä, että usean tuottajan osuuskunta on lähiluomun ehdottomasti suositeltavin muoto. ”Voimme erikoistua, voimme jakaa resursseja”, hän nostaa esiin etuja. (Vitriini, 2002.)

## 5 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää erinäisiä asioita ja asenteita liittyen luomuruoan ja lähiruoan käyttöön ja sen kehittämiseen ravintola C:ssä. Tutkimus on kvalitatiivinen. Ovatko ravintola-asiakkaat valmiita maksamaan korkeampia hintoja ruoasta jossa on käytetty luomu- ja lähiraaka-aineita? Voidaanko luomu- ja lähiruoan käyttöä hyödyntää ravintolan markkinoinnissa, ja voidaanko sillä saada lisää asiakkaita? Myyvätkö pientuottajat mielellään tuotteitaan ravintoloille? Nämä olivat tutkimusongelmat joiden pohjalta tein joukon kysymyksiä, jotka jakautuvat yhdeksään kysymysryhmään (liite 2). Vastaajiksi valitsin viisi ravintola-alan ammattilaista. Lisäksi yksi heistä on luomuruoan asiantuntija ja toinen tunnettu lähiruoan suurlähettiläänä varsinkin Pirkanmaan alueella. Lähetin haastattelun heille sähköpostitse 13.4. - 9.5. välisenä aikana. Vastaukset neljältä haastateltavalta sain sähköpostitse 18.4. - 7.5. välisenä aikana. Viides haastateltava Heikki Ahopelto pyysi minua tekemään kyselyn puhelimitse. Tein puhelinhaastattelun 21.5.

Tein haastattelun teemahaastatteluna. Kysymyksissä oli seuraavat neljä teemaa:

1. Luomu- ja lähiruoan käyttö ravintoloissa menneinä vuosina, nyt ja tulevaisuudessa?
2. Mikä on asiakkaiden ja toisaalta mikä ravintola-alan ammattilaisten suhtautuminen luomu- ja lähiraaka-aineisiin? Entä pienviljelijöiden suhtautuminen ravintoloihin?
3. Tuoko luomuruoan ja lähiruoan käyttö lisäarvoa ravintolalle?
4. Mitä hyviä luomu- ja lähiruoka raaka-aineita löytyy ravintoloiden käyttöön Pirkanmaalta ja muualta Suomesta?

Yhden vastaukset olivat hieman suppeampia, toisen taas pidempiä. Kaksi vastaajista vastasivat yhteisesti. Kaksi vastaajista listasivat myös useita hyödyllisiä Internet-sivuja joista löysin mielenkiintoista tietoa ja joista osaa käytin myös lähteenä työssäni. Heikki Ahopelton haastattelu oli erittäin antoisa ja vastausmateriaalia varsinkin lähiruoan suhteen kertyi runsaasti. Analysoin vastauksia etsien yhtäläisyyksiä ja mahdollisia eroavaisuuksia.

## 6 TUTKIMUSTULOKSET

Ensimmäinen teema koski luomu- ja lähiruoan käyttöä. Luomu- ja lähiruoan käyttö ravintoloissa on viime vuosina yleistynyt huomattavasti. Yksi vastaajista muistuttaa että lähiruokakäsitettä ei ole mikään virallinen taho täsmentänyt, ja onkin paljon eri käsityksiä siitä mitä se tarkalleen ottaen on. Heikki Ahopellon työ koetaan tärkeäksi Pirkanmaan alueella, ja monet keittiömestarit ovat hänen esimerkistään kiinnostuneet uudella tavalla ruoan alkuperästä ja laadusta. Myös Markus Maulavirta ja Maija Silvennoinen mainitaan esimerkkeinä keittiömestareista jotka ovat puhuneet kotimaisten raaka-aineiden puolesta. Ahopellon mukaan lähiruokaa ei 1990-luvun alkupuolella ravintoloissa käytetty ja lähiruoalla oli uskottavuusongelma. Nyt se on haluttavaa, ja kaikki ravintoloitsijat tuntevat painetta, että lähiruokaa pitäisi olla tarjolla.

Kysyttäessä lähiruoan käytön tilanteesta ravintoloissa nykyään, vastaajat muistuttavat yksityisten ja ketjuravintoloiden erosta. Ketjuravintoloissa lähituotteita ei juuri näy. Yksityisissä ravintoloissa asiakkaat ovat kiinnostuneempia ruoan alkuperästä ja laadusta ja ovat valmiita maksamaan niistä enemmän. Nämä ravintolat pystyvät käyttämään luomu- ja lähiraa-ka-aineita.

Kaikki vastaajat uskovat luomuruoan ja lähiruoan käytön kasvavan lähivuosina niin ravintoloissa kuin ruokakaupoissa. Tiettyjä varauksia kuitenkin on sen suhteen miten käyttö kehittyy ravintoloissa: arvellaan että jotkut huippuravintolat saattavat jo löytää uusia tuulia luomu- ja lähiruoan sijaan ja toisaalta arvellaan, että moni asiakas ei ole valmis maksamaan ravintolassa enempää esimerkiksi lähellä tuotetusta pihvilihasta kuin ulkomaisesta. Haastateltavat muistuttavat, että kaupan alalla ketjumarketit ovat jo heränneet voimakkaasti lähijä luomuruoan kasvavan kysynnän suhteen, ja arvelevat ettei kestä kauan kun ravintolaketjut tulevat perässä. Kotimaiselle huoltamoketjullekin on jo tulossa lähiruokaa.

Toinen teema käsitteli eri toimijoiden suhtautumista luomu- ja lähiruokaan. Kaikki vastaajat olivat yhtä mieltä siitä, että asiakkaat kysyvät ravintoloissa luomu- ja lähiruokaa, osavat arvostaa niitä ja ovat kiinnostuneita ruoan alkuperästä. Myös ulkomaisten asiakkaiden mainittiin vaativan nykyään luomuruokaa. Yhtä mieltä oltiin myös siitä että kaiken ravinto-

lahenkilökunnan, myös tarjoilijoiden, täytyy olla asiantuntevia ruoan suhteen, tietää luomuruoasta ja seistä tarjoiltavan ruoan takana. Mielenkiintoinen eroavaisuuskin löytyi. Useat haastatellut pitivät tarinaa ruoan takana tärkeänä ja tarinan käyttämistä myynnissä positiivisena. Sen sijaan Heikki Ahopelto ei voi sietää tarinoiden ylikorostamista. Hänen mukaansa *”yksityiskohdilla myynti on ihan hanurista.”*

Vasta jos asiakas alkaa kysellä tarkemmin, aletaan kertoa tarinaa.

Kysyttäessä keittiömestareiden suhtautumista luomu- ja lähiruokaan, vastaukset jakautuivat tasaisesti ja yhtenäistä linjaa ei tunnu vastauksista löytyvän. Osa oli sitä mieltä että sukupolvien väliltä ei löydy eroa suhtautumisessa. Erään vastaajan mukaan

*”Esimerkiksi Jaakko Kolmonen on koko ajan puhunut kotimaisen ja paikallisen ruokakulttuurin ja raaka-aineiden puolesta, asia vaan ei ollut aikaisemmin trendikäs.”*

Ahopelto sen sijaan arvelee että

*”Uusi sukupolvi niin kuluttajina kuin keittiömestareina on huomattavasti valveutuneempaa. Nuoret tulevat viemään sen (lähiruoka) ihan eri tasolle.”*

Haastatellut arvelevat että vanhanaikaisia asenteita löytyy edelleen luomuruoan suhteen. He myös kehuvat keittiömestareiden viime vuosina tekemää työtä. Työtä on tehty kotimaisen ruoan arvostuksen puolesta ja rakennettu omia verkostoja, joiden kautta saadaan laadukkaita raaka-aineita.

Kaikki vastaajat olivat yksimielisiä siitä, että pientuottajat saavat ehdottomasti parhaan hinnan tuotteistaan ravintoloilta ja että tässä mielessä ne ovat pientuottajille kauppaa mieluisampi yhteistyökumppani. Todetaan että ravintoloissa pientuottajat saavat näkyvyyttä tuotteilleen ja näin ollen yhteistyö ravintolan kanssa on parasta mahdollista brändin rakentamista. Eräät vastaajat kertovat että aikaisemmin

*”Vallalla on ollut ”myytti”, jonka mukaan kauppojen kanssa olisi kovin hankala toimia.”*

Tilanne on kuitenkin parantunut ja nyt kauppiat ovat hyvin kiinnostuneita lähiruoasta. Vastaajat kertovat että

*“Kauppiaille ja ravintoloitsijoilla on ongelmana se, että heillä ei ole aikaa etsiä hyviä paikallisia tuottajia, joten tuottajien on oltava itse hyvin aktiivisia ja kerrottava tuotteistaan ja miksi niitä kannattaisi ottaa valikoimaan.”*

Vastaajat kertovat Ahlmanilla tekevänsä työtä näiden asioiden eteen, ja toivovat että kaikki alan toimijat jotka ovat kiinnostuneita pirkanmaalaisista lähiruokatuottajista, ottaisivat yhteyttä heihin. Kysyttäessä kumman kanssa on helpompi toimia, ravintolan vai kaupan, vastaukset hajoavat taas mielenkiintoisesti. Yksi sanoo ravintolan, toinen taas arvelee että myyminen ravintolaan on työlästä. Ahopelto sanoo että parhaimmillaan kaupan kanssa on helpompi toimia, mutta ravintolat ovat huomattavasti joustavampia. Vastaukset kertovat että kuljetuksissa ravintoloihin löytyy monenlaisia eri tapoja. Ahlmanin vastaajat kertovat lopuksi että

*”Tällä hetkellä tuottajat hoitavat kuljetukset suurimmaksi osaksi itse. Keskitetympää logistiikkaa kaivataan ja siihen pyritään parhaillaan luomaan uusia vaihtoehtoja ja hankkeemme neuvottelee parhaillaan yhteistyötä kahden lähiruokatuotannon kehittämiseksi kiinnostuneen organisaation kanssa. Pystymme kertomaan tästä lisää syksyllä 2012, kun nyt aluillaan olevat toimenpiteet ovat edenneet.”*

Kysyttäessä omia mielipiteitä lähes kaikki vastaajat toivoivat että julkiset ruokapalvelut vastaisivat kuluttajien vaatimuksiin ja lisäisivät luomuruoan ja lähiruoan käyttöä. Yksi vastaaja ennustaa että

*”Kuluttajan maksuhaluisuus eettisesti ja lähellä tuotettuja tuotteita kohtaan kasvaa yhä.”*

Toinen muistuttaa että

*”Tehotuotanto saa ihmiset sairaiksi, eläimet kärsimään ja uusiutumattomat luonnonvarat ehtymään. Tuontiruoka siirtää Suomeen ravinnon niiltä alueilta, missä se olisi tärkeää, kuten kehitysmailta.”*

Hän veikkaa että luomutuotantoon on pakko siirtyä, koska ihmiset, eläimet ja luonto voivat huonosti. Heikki Ahopelto arvelee että monen ihmisen suhde ruokaan ja luontoon on muut-



tunut hyvin etäiseksi. Tämä pätee myös moneen keittiötyöntekijään, suhde ruokaan ja ruoanlaittoon on ”ulkoistettu”. Ahopelto kertoo kokemuksestaan lähiruoan parissa että

*”Kun lähdet tuonne luontoon ja maaseudulle se kolahtaa jokaiseen. Yhtään en ole tavannut johon se ei olisi kolahtanut.”*

Kolmas teema oli luomu- ja lähiruoan tuoma mahdollinen lisäarvo ravintolalle. Vastaajat arvelivat, että ravintolalle on hyödyllistä mainostaa käyttävänsä luomu- ja lähiruokaa. Samalla muistutettiin että asiakkaita ei saa johtaa harhaan ja ruoan pitää olla juuri sitä mitä mainitaan. Luomuruoasta vähintään 95 % tulee olla luonnonmukaisesti tuotettua. Täten turvallisempaa voi olla mainita ruokalistalla jonkun annoksen komponenteista olevan luomutuotettua, esimerkiksi Luomuherefordin välikyljys.

Neljännessä teemassa kysyttiin laadukkaita luomu- ja lähiruoka raaka-aineita. Vastauksissa nousi esiin hyvin laaja kirjo raaka-aineita. Kausiruoka nostettiin myös esiin. Useaan otteeseen mainittiin villiyrtilit, viljellyt marjat ja sienet, suomalaiset maatiaisrodut kuten suomenlammas ja hevonen, kaikki maitotuotteet ja juurekset.

## 7 JOHTOPÄÄTÖKSET

Työn tarkoituksena oli tutkia luomu- ja lähiruokaa monilta eri kanteilta ja eri toimijoiden näkökulmista. Tavoitteena oli myös miettiä ravintola C:n tilannetta luomu- ja lähiruokan käytön suhteen. Voitaisiinko käyttöä jatkossa lisätä? Mitä mahdollisuuksia ja ongelmia tämä avaisi?

Luomutuotanto ja luomuruoka ovat asioita jotka herättävät ihmisissä suuria intohimoja, useimmiten puolesta mutta joskus myös vastaan. Jotkut käyttämistäni lähteistä, kuten luomu- ja lähituotannon puolestapuhujat, keittiömestarit Markus Maulavirta ja Heikki Ahopelto, ovat selvästi hyvin innostuneita aiheista. Heidä voisi kutsua idealisteiksi. Heidän objektiivisuutensa voidaan asettaa kyseenalaiseksi ja joihinkin heidän kommentteihinsa täytyy suhtautua tietyllä varauksella. Mielestäni tällä alalla kuitenkin täytyy olla hiukan idealisti ja innostunut asiastaan. Luonnonmukainen viljely ja paikallinen pientuotanto ovat alusta asti joutuneet taistelemaan ennakkoluuloja, vanhakantaisia asenteita ja innokasta byrokratiaa vastaan. Ala on kuitenkin kehittynyt huimin harppauksin ja suurelta osin juuri näiden idealististen pioneerien ansiosta. 2012 luonnonmukainen tuotanto ja lähiruoka ovat jo varteentotettavia vaihtoehtoja joille kukaan ei enää hymähtele vähättelevästi. Monet tätä työtä varten haastatellut ihmiset kuten Ilkka Isotalo ja Heikki Ahopelto arvelevat, että tämä ei ole ohimenevä trendi vaan kasvu jatkuu ja nyt ollaan vasta ilmiön alussa.

Monet käytetyistä kirjallaisista lähteistä ovat muutaman vuoden takaisia. Monella muulla alalla tämä ei olisi ongelma, mutta luomutuotannon kehitys ja kysynnän kasvu on ollut Suomessa viime vuosina niin suurta, että moneen näkemykseen täytyy suhtautua tietyllä varauksella. Asiat ovat voineet jo kehittyä huomattavastikin kirjoituksen ajankohdasta. Ala elää niin voimakkaasti että kukaan tuskin pystyy vakuuttavasti esittämään olevansa täysin ajan tasalla.

Teoriasta kävi selväksi ja samoin vastasivat haastatellut, että ala on suuressa nosteessa. Ihmiset suhtautuvat yleensä ottaen positiivisesti luomu- ja lähiruokaan. He arvostavat sitä, he osaavat vaatia sitä, ja yleinen käsitys oli että monet ovat valmiita maksamaan siitä enemmän kuin tavanomaisesti tuotetusta ruoasta. Varauksena voi pitää mielessä niin kutsutun

vapaamatkustajan ongelman (sivu 17), jonka mukaan ihmiset suhtautuvat periaatteessa ja kyselyissä positiivisesti luomuruokaan, mutta todellisessa valintatilanteessa valitsevat kuitenkin edullisemman, tavanomaisesti tuotetun vaihtoehdon. Kirjoituksesta on kuitenkin kulunut jo kuusi vuotta joten luulen että ihmisten asenteet ovat jo tänä aikana menneet eteenpäin luomuruoan hyväksi. Kun lisäksi ottaa huomioon että suuri osa ravintola C:n asiakaskunnasta on hyvin toimeentulevia kaupunkilaisia jotka suhtautuvat luomu- ja lähiruokaan keskimääräistä positiivisemmin, voi mielestäni esittää arvion että ravintola voi hyvillä mielin lisätä luomu- ja lähiraaka-aineiden käyttöä. Jos sen tuloksena hintoja pitää korottaa, voidaan uskoa asiakkaiden olevan valmiit maksamaan laadukkaammasta tuotteesta hieman korkeampaa hintaa.

Toinen mielenkiintoinen asia on kotimaisten kuluttajien suhtautuminen suomalaiseen luomutuotettuun ruokaan, esimerkiksi kasviksiin, verrattuna normaaliin, tehotuotettuun kotimaiseen tuotantoon. Perinteinen käsitys on ollut se, että kuluttajat pitävät normaalisti tuotettua kotimaista ruokaa niin puhtaana ja turvallisena (sivu 19), että luomutuotteen ostamiselle ei nähdä riittävää perustetta. Arvioni kuitenkin on, että tämä suhtautuminen kotimaiseen tehotuotantoon on saattanut muuttua negatiivisemmaksi muutaman viime vuoden aikana. Asiasta olisi mielenkiintoista saada tuoretta tutkimustietoa.

Kuten työstä ilmenee, ravintola ei tarvitse täyttää luomustatusta mainostaakseen luomuruoan käyttöä. Myös ravintola C voisi mainostaa itseään luomuruokaa käyttävänä, ja ehkä tuoda esiin pientiloja jotka tuottavat raaka-aineita ravintolaan. EkoCentrian ja Finfood Luomun harjoittama Portaat Luomuun -ohjelma voisi myös sopia C:lle. Ravintolan pyörittäminen kahden omistajan voimin on hyvin kiireistä ja asiantuntijoiden tarjoama apu luomuruoan käytön lisäämisen suhteen voisi olla arvokasta.

Pirkanmaalla pientuottajatoiminta on vahvaa ja luomuruoka ja lähiruoka tuntuvat olevan hyvässä nosteessa. Ahlman, Aamulehti, ProAgria Pirkanmaa ja muut toimijat järjestävät varsinkin kesäisin innostavia tapahtumia: Pellolta Pöytään, Läheltä Hyvää ja Parasta Pöytään Pirkanmaalta. Monet korkeatasoiset, pienet, yksityiset ravintolat kuten C, Bertha ja Neljä Vuodenaikaa käyttävät laadukkaita, lähellä tuotettuja raaka-aineita ja Food Is Art – tapahtuma kerää ravintoloita ja hyvän ruoan ystäviä yhteen. Eurooppalainen Ruokatori ke-

rää massoittain hyvän ruoan ystäviä yhteen Hämeenpuistoon ja Keskustorille. Lähiruoka-kauppa Lempi ja Maitokauppa Armas mahdollistavat tamperelaisille luomuruoan ja lähiruoan saatavuuden vuoden ympäri. Uusi Armas pikaruokala avataan kesäkuun alusta Kauppahalliin. Kaikki tämä osoittaa että luomuruoka ja lähiruoka ovat suosittuja Pirkanmaalla ja pysyvät kuluttajien mielissä. Ravintola C voi siis luottavaisin mielin panostaa luomu- ja lähiruokaan. Ja jos mieliä pysyä kehityksessä mukana ja vieläpä sen aallonharjalla, on syytä panostaa luomuun ja lähiruokaan vahvasti ja seurata herkeämättä mitä alalla tapahtuu.

## LÄHTEET

Ahopelto, H. 2010. Lähellä. Otava.

Gilg, A. W. & Battershill, M. 1998. Quality farm food in Europe: a possible alternative to the industrialised food market and to current agri-environmental policies: lessons from France. Food Policy, Vol. 23, No. 1.

Riitta Vainio. Helsingin Sanomat. 25.3.2000. Osa luomuruuasta häviää tavallisen raaka-aineen joukkoon.

Riitta Astikainen. Helsingin Sanomat. 29.12.2004. Luomua ei tahdo löytyä.

Sami Simola. Helsingin Sanomat. 27.9.2007. Luulon ja tiedon luomu.

Isotalo, I. keittiöpäällikkö. 2012. Haastattelu 19.4.2012. Haastattelija Paasonen, A. Tampere.

Jokinen, P. & Puupponen, A. Paikallisuus kestävän ruoantuotannon perustana? Teoksessa: Mononen, T. & Silvasti, T. 2006. Ruokakysymys : Näkökulmia yhteiskuntatieteelliseen elintarviketutkimukseen. Helsinki: Gaudeamus, 113-130.

Järvensivu, K. Luento 27.4.2011. Luomu- ja lähiruokahanke.

Kakriainen, S., Mononen, T. & Silvasti, T. 2006. Luomutuotteiden kuluttamisen motiivit Suomessa ja Saksassa. Artikkelit teoksessa Ruokakysymys: ... s.131 – 155. Helsinki: Gaudeamus.

Kuluttaja. 36-37. Katri Simonen. Missä viipyy luomu? 5/1999.

Kuluttaja. 12-15. Marja Nuora. Luomun salat julki. 6/1999.

Luomu – Kaikkea hyvää! –esite. Kurmakka- Organic Food Oy.

Kurmakka – Organic Food oy & Sampsa Heinonen. 2010. Luomun Toimialaraportti 2010. Luettu 3.5.2012. <http://www.luomu.fi/wp-content/uploads/2012/01/LuomuToimialaraportti2010.pdf>

Maulavirta, M., Nurmi, S. & Lindgren, C. 2010. Lähiruokaa – makuja maaseudulta. Hämeenlinna: Readme.fi.

Mononen, T. & Silvasti, T. 2006. Ruokakysymys : Näkökulmia yhteiskuntatieteelliseen elintarviketutkimukseen. Helsinki: Gaudeamus.

Niemi, E. 2012. Lisää luomua ammattikeittiöissä. Luettu 8.5.2012. <http://www.luomu.fi/tietopankki/lisaa-luomua-ammattikeittioissa>

- Niemi, E. 2012. Luomumarkkinat kasvavat nopeasti. Luettu 8.5.2012.  
<http://www.luomu.fi/tietopankki/luomumarkkinat-kasvavat-nopeasti>
- Anu Tuomola, Sari Hiltunen, Kirsti Järvensivu & ProAgria Pirkanmaa. 2012. Pirkanmaan luomu- ja lähiruokahankkeen loppuraportti. Luettu 4.5.2012.  
[http://www.pirmk.fi/tiedostopankki/index.tpl?sivu\\_id=302](http://www.pirmk.fi/tiedostopankki/index.tpl?sivu_id=302)
- Silvasti, T. & Mononen, T. 2001. Ruoka liikkeessä. Yhteiskuntapolitiikka vol. 66 1/2001. Porvoo: Stakes.
- Simonen, P. & Takanen, O. 2008. Luomu & Tila Reseptejä Suomesta. Porvoo: WSOY.
- Suominen, C. sommelier. 2012. Haastattelu 23.4.2012. Haastattelija Paasonen, A. Tampere.
- Suurtalousuutiset. Anja Hiltunen. 4/2004. Eettinen liha entistä maukkaampaa.
- Tikkanen, K. 2012. TILAA ELÄMÄLLE POHJANMAALTA: Lähellä tuotettu tuoreena pöytään. Luettu 7.5.2012.  
<http://www.maaseutu.fi/fi/index/viestinta/uutiset/lahellatuotettutuoreenapoytaan.html>
- Vitriini. Marjuska Helanko. 7/2002. Elite käyttää lähiluomua.
- Winter, M. 2000. Strong policy or weak policy? The environmental impact of the 1992 reforms to the CAP arable regime in Great Britain. *Journal of Rural Studies* 16.

## LIITTEET

Liite 1: Kysymykset Ravintola C:n Christina Suomiselle ja Ilkka Isotalolle.

1. Kertokaa omasta taustastanne, mikä oli polku joka johti yrittäjyyteen.
2. Mitkä olivat syyt aloittaa oma ravintola?
3. Mistä tuli ravintolan erikoinen nimi C?
4. Olitteko samoilla linjoilla minkälaisen ravintolan halusitte luoda – jouduitteko tekemään paljon kompromisseja?
5. Oliko ennen ravintolan perustamista ja alkuvaiheessa puhetta lähiraaka-aineiden tai luomun käytöstä ruoassa tai luomuviinien käytöstä?
6. Miten Heikki Ahopellon filosofia raaka-aineiden ja ruoan suhteen on vaikuttanut Ilkkaan? Millainen on ollut yhteistyö Armas-maitokaupan kanssa? Millaiseksi olette kokeneet Food Is Art- tapahtumat? Teettekö yhteistyötä Ahlmanin kanssa?
7. Mikä on Christinan suhtautuminen luomuviineihin? Millainen näyttää olevan lähivuosien kehitys alalla? Mikä on ravintola-asiakkaiden suhtautuminen luomuviineihin nyt ja miten veikkaat sen kehittyvän lähivuosina?
8. Miten Ilkan suhtautuminen lähiruokaan ja luomuruokaan on muuttunut uran aikana? Ovatko suhtautumiseen vaikuttaneet muut ihmiset? Onko lähi- ja luomuruoan buumi vaikuttanut omaan suhtautumiseen?
9. Ilkka haluaa lisätä ravintolassa lähi – ja luomuruoan käyttöä. Mitkä ovat syyt tähän? Laatu? Imagonkohotus? Tarjota asiakkaille mitä he pyytävät? Eettiset, filosofiset, luontoystävälliset syyt?
10. Mitkä ovat nykyiset kontaktinne Pirkanmaan lähi- ja luomutuottajiin? Miten ne ovat syntyneet? Oletteko tyytyväisiä nykyisiin kontakteihinne? Haluaisitteko lisää raaka-aineiden toimittajia? Tuottaako raaka-aineiden hankinta pientuottajilta enemmän työtä kuin normaalit tilausväylät – tukku ym? Minkälaisia hintoja maksatte raaka-aineista pientuottajille verrattuna tukku- tai kauppahintoihin? Minkälaiseksi koette hinta-laatusuhteen pientuottajien raaka-aineissa? Kuinka kuljetukset pientuottajilta ravintolaan on hoidettu?

11. Onko löytynyt joitain erityisen kivoja raaka-aineita pientuottajilta jotka ovat yllättäneet positiivisesti? Onko joku raaka-aine jota kaipaisitte jota ei ole löytynyt pientuottajilta?
12. Oletteko ostaneet kalaa lähialueen järvistä (vrt Näsinneula)?
13. Oletteko tietoisia miten muut Tampereen ravintolat käyttävät lähi- ja luomuruokaa? Teettekö yhteistyötä muiden tamperelaisten ravintoloiden kanssa raaka-aineiden tilauksessa tai muuten?
14. Miten veikkaatte lähi- ja luomuruoan kysynnän kehittyvän lähivuosina ruokakaupoissa, entä ravintoloissa?
15. Mikä olisi unelmatilanne teille vaikkapa 10 vuoden päästä ravintola C:n suhteen? Millaiseksi ravintola olisi kehittynyt, ja millaiseksi olisi kehittynyt lähi- ja luomu raaka-aineiden käyttö ravintolassa, entä luomuviinien käyttö?



Liite 2: Kysymykset viidelle ravintola-alan ammattilaiselle.

1. Miten lähi- ja luomuruoan käyttö on kehittynyt ravintoloissa viimeisen 20 vuoden aikana?
2. Kuinka paljon lähi- ja luomuruokaa nyt käytetään ravintoloissa?
3. Uskotko käytön kasvavan lähivuosina ja jos niin missä määrin?
4. Miten asiakkaat suhtautuvat luomuruokaan ja lähiruokaan ravintoloissa? Kysyvätkö asiakkaat sitä, oudoksuvatko? Osaavatko arvostaa? Arveletko että asiakkaat ovat valmiita maksamaan enemmän lähi- ja luomuruoasta? Riittääkö asiakkaalle että mainitaan että ruoka on lähiruokaa vai haluavatko he tarinan, onko myynti yksityiskohdilla tärkeää? Tarvitseeko salihenkilökunnan kouluttautua luomun asiantuntijoiksi, tenttaavatko asiakkaat yksityiskohtaista tietoa?
5. Miten keittiömestarit suhtautuvat luomu- ja lähiruokaan? Onko ennakkoluuloja, vanha-aikaisia asenteita? Vaikuttaako mitä sukupolvea henkilö on? Mikä on tärkeintä, varma saatavuus, tasalaatuisuus, edullinen hinta vai korkea laatu?
6. Miten pientuottajat suhtautuvat tuotteidensa myyntiin ravintoloiden keittiöihin ruokakauppojen sijaan? Minkälaisen hinnan tuottajat saavat ravintoloilta verrattuna ruokakauppoihin? Kumpien kanssa on helpompi toimia? Miten kuljetukset onnistuvat ravintoloihin?
7. Voiko ravintola mainostaa itseään luomu- ja lähiruokaa käyttävänä (kun ei kuitenkaan käytä yksinomaan niitä)? Onko siitä hyötyä, arveletko että asiakkaita tulee lisää?
8. Mitkä ovat oman kokemuksesi mukaan oivallisia lähiruoka tai luomu raaka-aineita joita löytyy Pirkanmaalta tai muualta Suomesta, jotka soveltuvat hyvin ravintolan keittiöön käytettäväksi?
9. Omat mielipiteesi luomu- ja lähiruoasta yleisesti, sen käytöstä kotona, ravintolaelinkeinossa, yhteiskunnassa kokonaisuutena? Mitkä ovat toiveesi, miten lähi- ja luomuruoan käyttö tulee kehittymään tulevaisuudessa?