

# Koetoiminta ja käytäntö

Liite 20.3.2006 63. vuosikerta Numero 1 Sivu 15

## Läpinäkyvyys vahvistaa kuluttajien luottamusta elintarvikeketjuun

Jaana Paananen, MTT

Laatu, ruokaturvallisuus ja luottamus ovat suomalaisen elintarvikeketjun elinehto ja kilpailukyvyen edellytys. Välittykö viesti elintarvikeketjun laatutyöstä kuluttajille asti? Ja vahvistetaanko sillä kuluttajien luottamusta kotimaiseen elintarvikeketjuun? Nämä ovat keskeisiä kysymyksiä, kun tarkastellaan laatutyön sisältöä sekä merkitystä koko elintarvikeketjussa.

Kotimaisessa elintarvikeketjussa tehdään vahvaa laatutyötä ja ketjussa toimivilla on yhtenäinen käsitys tuotteen laadun ja turvallisuuden perustekijöistä. Niiden merkitys ja tärkeys koko elintarvikeketjun toiminnalle ymmärretään hyvin eri toimijoiden keskuudessa. Ei ole yllättävää, että kuluttajille tuotteen kotimaisuus ja tuoreus ovat tärkeimpiä viestejä hyvästä laadusta. Lisäksi tuotteen kotimainen alkuperä ja tunnettu, kotimainen valmistaja ovat kuluttajille merkki turvallisuudesta.

### Jäljitettävyys kertoo alkuperästä

Elintarvikkeiden jäljitettävyysvaatimus on ollut voimassa reilun vuoden ajan, ja se on osa laatua ja turvallisuutta. Jäljitettävyyttä pidetään erittäin tärkeänä tuotteen alkuperän selvittämiseksi, laatuketjun ylläpitämiseksi ja takaisinvetotilanteissa palautteen perille saamiseksi sekä kustannusten ja riskien hallitsemiseksi. Tuote- ja toimittajatiedot kulkevat elintarvikeketjussa yksi toimija eteenpäin ja yksi taaksepäin -periaatteella. Vaatimuksen mukainen jäljitettävyys toteutuu hyvin läpi koko elintarvikeketjun. Jäljitettävyystietojen koetaan kuitenkin palvelevan enemmän elintarvikeketjussa työskenteleviä toimijoita ja viranomaisia kuin kuluttajia.

### Läpinäkyvyys on jäljitettävyyttä laajempi asia

Kuluttajat eivät aina tuotetta valitessaan löydä sen alkuperä- ja valmistajatietoja. Näin siitä huolimatta, että ne ovat tarkasti jäljitettävissä. Kuluttajat arvostavat ruoan alkuperätietoa ja läpinäkyvää elintarvikeketjussa tämän tiedon tulee olla helposti ja nopeasti saatavilla. Lisäksi viestinnältä odotetaan enemmän vuorovaikutteisuutta, palautteen tulisi kulkea nykyistä vaivattomammin myös toiseen suuntaan kuluttajilta elintarvikeketjulle. Kuluttajille tiedonvaihdon helppous ja yrityksen avoin sekä rehellinen toimintatapa ovat elintarvikeketjun läpinäkyvyyttä.

## Läpinäkyvyys ja liikesalaisuus

Elintarvikeketjun läpinäkyvyydestä on viime vuosina puhuttu paljon. Silti toimijoilla ei ole täysin yhteistä näkemystä sen sisällöstä. Epäselvää on, missä kulkee yrityksen läpinäkyvyyden ja liikesalaisuuden raja. Onko esimerkiksi reseptiikan mukainen raaka-aineiden alkuperätieto jo osa liikesalaisuutta? Kuten kuluttajille, niin myös osalle yrityksistä läpinäkyvyys on parhaimmillaan yrityksen toimintatapojen avoimuutta ja rehellisyyttä. Läpinäkyvyydellä vahvistetaan toimijoiden välistä luottamusta ja koko elintarvikeketjun tekemän työn arvostusta elintarvikemarkkinoilla. Elintarvikeketjussa on kuitenkin vielä kehittämistä, jotta läpinäkyvyys toteutuisi kuluttajien odotusten mukaisesti. Luottamuksen rakentamiseksi tarvitaan entistä avoimempaa vuoropuhelua elintarvikeketjun ja kuluttajan välillä, ja tässä kuluttajalla on keskeinen rooli.

Laatu- ja vastuukäsityksiä elintarvikeketjun eri toimijoiden rajapinnoilla tarkastellaan parhaillaan käynnissä olevassa MTT taloustutkimuksen ja Kuluttajatutkimuksen yhteishankkeessa. Tutkimusta varten on haastateltu 61 toimijaa elintarvikeketjun kaikista osista, panosteollisuudesta kuluttajiin. Tutkimusta on rahoittanut maa- ja metsätalousministeriö.

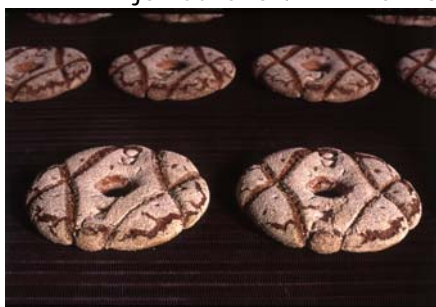
Lisätietoja: jaana.paananen@mtt.fi

puh. +353 91 845 822

Kirjoittaja työskentelee vierailevana tutkijana paikallisessa maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskuksessa

Teagasc:ssa Irlannissa.

Yrjö Tuunanen/MTT:n arkisto



Läpinäkyvyys on muun muassa tietoa raaka-aineista, alkuperästä, tuotantoprosesseista tai ympäristövaikutuksista. Parhaimmillaan ne palvelevat niin tuotteen identiteetin säilyttämisessä, tuoteturvallisuudessa kuin lisäarvon tuottamisessakin.