

## Kohti vastuullisempia elintarvikeketjuja

Sari Forsman-Hugg ja Juha-Matti Katajajuuri, MTT

Yhteiskuntavastuu ja siihen liittyvä julkinen keskustelu on tuonut uusia haasteita ja mahdollisuuksia elintarvikeketjun yritysten johtamiseen. Vuosittaisen raportoinnin ohella edelläkävijäyritykset ovat viemässä vastuullisuuden osaksi johtamisjärjestelmää. Lopulta vastuullisuus tulee osoittaa käytännön tekoina ja avoimuuden lisäämisenä. Siitä voi avautua elintarvikeketjun toimijoille uudentyyppisiä liiketoimintamahdollisuuksia.

Kestävä kilpailuetu voi rakentua vain tavoitteelliseen vastuullisuuden edistämiseen ja siitä viestimiseen. Kun ilmastonmuutos on nyt painopisteenä kansallisessa ja kansainvälisessä ympäristökeskustelussa, myös yritykset – niin kansainvälisillä markkinoilla kuin Suomessakin – ovat lanseeranneet aloitteita tuotteiden hiilijalanjalkien eli tuotantoketjun ilmastovaikutustietojen viestimiseksi kuluttajille. Vastuullinen yritys viestii myös tuotantoketjun muista vastuullisuuskysymyksistä. Ruokavalintojen ja ympäristövaikutusten lisäksi ajankohtaisia teemoja ovat muun muassa eläinten hyvinvointi, oikeudenmukainen tulojako ketjussa ja terveellisiin ruokatottumuksiin liittyvät kysymykset.

### **Ketju niin vastuullinen kuin sen heikoin lenkki**

Elintarvikealan yritykset operoivat yhä enemmän kansainvälisissä toimitusketjuissa. Ruoan tuotannon vastuullisuus ei voi rakentua pelkästään sen varaan, että jokin ketjun osa toimii vastuullisesti. Ruoan vastuullinen tuottaminen edellyttää, että koko elintarvikeketju huolehtii toimintansa vaikutuksista ympäröivään yhteiskuntaan. Vastuullisuudessa on kyse myös ei-toivottujen vaikutusten hallinnasta niin alkutuotannossa, teollisissa prosesseissa kuin kaupassakin.

Vastuullisuuden nostaminen tietoisesti koko ketjun yhteiseksi tavaksi toimia tuottaisi lisäarvoa suomalaiselle elintarvikeketjulle. Vastuullisuuden jatkuva parantaminen ja sen brändääminen vahvistaisi kuluttajien luottamusta suomalaiseen elintarvikeketjuun. Ketjulähtöinen tuotteita ja niiden raaka-aineita koskeva tieto ja niistä viestiminen toisi myös alkutuotantoa lähemmäksi kuluttajia – puhutaan sitten viljelyn ympäristövaikutuksista, eläinten hyvinvoinnista tai ylipäätään turvallisista ja laadukkaista raaka-aineista.

Kuluttajien kiinnostus vastuullisesti tuotettuun ruokaan ja kestäviin kulutusvalintoihin on useiden selvitysten mukaan selvästi lisääntymässä. Huoli ympäristöstä koetaan yhteisenä, ja ruoantuotannon eettisyys puhuttaa yhä enemmän. Kulutusvalintojen kannalta onkin paradoksaalista, että informaatiota on tarjolla enemmän kuin koskaan, mutta koko tuotantoketjun kattavaa tietoa tuotteiden vastuullisuudesta ei kuitenkaan ole ostohetkellä juurikaan saatavilla. Jos vastuullisuuden kriteerit saataisiin kytkettyä tuotantoketjun kautta tuotteisiin asti, kuluttajat voisivat paremmin arvioida yksittäisten valintojensa vaikutuksia kestävyys- ja vastuullisuuden näkökulmasta.

### **Vastuullisuuden kriteerit pohdinnassa**

Elintarvikeketjun vastuullisuus -hankkeessa työstetään vastuullisuuden kriteerejä ja mittareita kolmelle esimerkkituotteelle ja niiden tuotantoketjulle: ruisleivälle, broilerituotteille ja margariinille. Monitieteinen tutkimusryhmä rakentaa mittareita yhteistyössä viiden elintarvikeketjun yrityksen kanssa.

Elintarvikeketjun vastuullisuuden määrittämisen lähtökohtana hyödynnettiin sidosryhmävuoropuhelua. Vaikka sidosryhmädialogin merkitys vastuullisuuden sisällön rakentamisessa onkin kiistaton, vasta muutamat suomalaisyritykset ovat systemaattisesti selvittäneet sidosryhmien odotuksia ja näkemyksiä. Sidoryhmävuoropuhelun pohjaksi kerättiin ketjukohtaista aineistoa yhteistyöyritysten ja esimerkkituotteiden tuotantoketjuista. Tavoitteena oli kuvata kukin tuotantoketju ja nykyiset toimintatavat mahdollisimman tarkasti. Erityisesti kuvattiin tuotantoketjua vastuullisuuden näkökulmasta.

### **Mittarit apuna toiminnan ohjauksessa**

Vastuullisuus-hankkeessa järjestettiin kolme sidosryhmätyöpajaa, joihin osallistui yhteensä noin 90 ketjun toimijaa, kuluttajaa sekä hallinnon ja tutkimuksen edustajaa. Työpajoissa tuotettiin yhteensä 450 vastuullisuuteen liittyvää ideaa. Keskustelujen tuloksia analysoimalla ja asiantuntijoiden näkemyksiä hyödyntämällä elintarvikeketjun vastuullisuus kiteytyi seitsemään teemaan: ympäristö, tuoteturvallisuus, ravitsemus, työhyvinvointi, eläinten terveys ja hyvinvointi, talous ja paikallisuus.

Näille pääteemoille viimeistellään parhaillaan kriteerejä ja mittareita. Vastuullisuuden mittaaminen on välttämätöntä, jotta yritys voi ohjata toimintansa vastuullisuutta verrattuna nykyiseen toimintaansa, sidosryhmien odotuksiin, omiin päämääriinsä ja tavoitteisiinsa sekä toimialan muihin yrityksiin. Mitä ei voi mitata, sitä ei voi ohjata eikä johtaa.

## **Tavoitteet julkisesti kommentoitaviksi**

Kriteerien ja mittareiden laadinnan keskeisinä periaatteina ovat työpajoissa ja asiantuntijoiden haastatteluista tunnistetut keskeiset tekijät, kuten elinkaariajattelu, sidosryhmälähtöisyys, avoimuuden lisääminen ja läpinäkyvyys sekä tavoitteellisuus jatkuvassa toiminnan parantamisessa. Esimerkiksi tuotteiden ja tuotantoketjun ympäristövastuun seuraamiseksi ja kehittämiseksi asetetut kriteerit sopivat elinkaariajatteluun siten, että ne ohjaavat jatkuvaan luotettavan ympäristötiedon tuottamiseen koko elintarvikeketjussa sekä parannusten tekemiseen tuotantoketjun kriittisimmissä vaiheissa. Tavoitteellisuus, avoimuus, läpinäkyvyys ja sidosryhmälähtöisyys ilmenevät puolestaan siinä, että yritykset voivat itse asettaa kriteerien rajoissa lopulliset, yksityiskohtaiset tavoitteensa. Tavoitteiden tulee olla julkisia, jotta yritysten sidosryhmät ja kuluttajat voivat arvioida ja kommentoida yritysten toimintaa ja käytäntöjä vastuullisuuden näkökulmasta.

Vastuullisuuden ja kestävyysmittareita voidaan niiden kehittyessä hyödyntää ohjauskeinojen suunnittelussa elintarvikeketjun eri osille. Ketjun osien rajapinnoilla ne toimivat kehittämistyön lähtökohtana ja seurannan mittareina sekä apuna vastuullisuuden tuotteistamisessa kuluttajille.

## **Tutkimus kehittää vastuullisuuden mittareita**

Ketjulähtöisen vastuullisuuden edistäminen on keskeinen osa MTT:n Vastuullinen elintarviketalous -tutkimusohjelmaa. Ohjelman hankkeissa rakennetaan sisältöä ruokaketjun vastuullisuudelle, kehitetään työkaluja ja mittareita vastuullisuuskysymysten hallintaan ja tuotetaan tietoa kestävien ruokavalintojen pohjaksi.

Elintarvikeketjun vastuullisuuden kehittäminen ja tuotteistaminen vuorovaikutuksessa sidosryhmien kanssa - tutkimushankkeen toteuttavat MTT ja Kuluttajatutkimuskeskus. Hankkeessa on mukana viisi yritystä: Fazer Leipomot, HK Ruokatalo, Kesko, Ravintoraisio ja Suomen Rehu. Hanketta rahoittavat maa- ja metsätalousministeriö, ympäristöministeriön hallinnoima ympäristöklusterin tutkimusohjelma sekä mukana olevat yritykset ja tutkimuslaitokset. Koordinoijana toimii MTT. Kolmivuotinen hanke päättyy vuoden 2009 alkupuolella.

Lisätietoja: sari.forsman-hugg@mtt.fi  
puh. (09) 5608 6237

kuvat Yrjö Tuunanen / MTT:n  
arkisto



Vastuullisuuden tulisi toteutua jokaisessa ketjun vaiheessa.