

LUOMUTUOTANNON ONGELMAT JA KEHITYSMAHDOLLISUUDET KESKI-SUOMESSA

Heli Kautto

Opinnäytetyö
Toukokuu 2012

Maaseutuelinkeinojen koulutusohjelma
Luonnonvara- ja ympäristöala





Tekijä(t) KAUTTO, Heli	Julkaisun laji Opinnäytetyö	Päivämäärä 07.05.2012
	Sivumäärä 49	Julkaisun kieli Suomi
	Luottamuksellisuus () saakka	Verkojulkaisulupa myönnetty (X)
Työn nimi LUOMUTUOTANNON ONGELMAT JA KEHITYSMAHDOLLISUUDET KESKI-SUOMESSA		
Koulutusohjelma Maaseutuelinkeinojen koulutusohjelmat		
Työn ohjaaja(t) AUER, Jaana		
Toimeksiantaja(t) Pro Ruokakulttuuri -hanke		
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyössä tarkoituksena oli tuoda esiin keskisuomalaisen luomutuotantoketjun ongelmakohdat ja niiden korjaamiseksi tehtävät kehittämisehdotukset. Kehitystarpeet pyrittiin löytämään kokoamalla yhteen tuotantoketjussa toimivien henkilöiden mielipiteitä ja analysoimalla niitä.</p> <p>Selvitystä varten haastateltiin luomutuotantoketjun osana olevia henkilöitä. Haastatteluihin osallistui viljelijöitä, jalostajia, kuluttajia ja kauppojen, suoramyyntipisteiden, ruokapiirien sekä hallinnon edustajia. Haastattelumenetelmänä käytettiin temahaastattelua.</p> <p>Haastattelujen analysoinnissa esille nousi, että Keski-Suomessa luomutuotteille on kysyntää, mutta saatavuus rajoittaa siihen vastaamista. Luomutuotannon kehitystä hankaloittavat keskisuomalaisten tuottajien vähäisyys ja tilojen pienet koot. Tästä seuraa myös vaikeuksia yhteistyön kehittämiseksi, mikä on hyvin merkittävää luomutuotannon edistämisessä. Esille nousi myös, että luomutuotantoa tulisi markkinoida ja siitä tulisi tiedottaa enemmän, koska kaikille ei ole aivan selvää, mitä luomustuksen takana on.</p> <p>Kehittämisehdotukseksi haastattelujen pohjalta tuli muun muassa sivusto, josta löytyisivät kaikkien halukkaiden keskisuomalaisten luomuviljelijöiden yhteystiedot. Keskisuomalaisen luomutuotannon kannalta olisi myös merkittävää olla hanke, joka edistäisi luomutuotantoa Keski-Suomessa.</p>		
Avainsanat (asiasanat) Luonnonmukainen tuotanto, luomu, luomutuotantoketju, kehittäminen, haastattelututkimus		
Muut tiedot		



Author(s) KAUTTO, Heli	Type of publication Bachelor's Thesis	Date 07.05.2012
	Pages 49	Language Finnish
	Confidential () Until	Permission for web publication (X)
Title ORGANIC PRODUCTION PROBLEMS AND DEVELOPMENT OPPORTUNITIES IN CENTRAL FINLAND		
Degree Programme Degree programme in Agriculture and Rural Industries		
Tutor(s) AUER, Jaana		
Assigned by Pro Ruokakulttuuri -project		
Abstract <p>The purpose of the thesis was to point out the problems in the organic production chain in central Finland, and to provide improvement proposals for those problems. The development needs were sought by bringing together and analysing the opinions of the people working in the production chain.</p> <p>For the thesis were interviewed people who work in the organic production chain. The People were farmers, breeders, consumers, sellers, direct sellers and food circle and government spokesmen. The interview method was theme interview.</p> <p>The Analysis of the interviews revealed that there is a demand for organic produce, but availability limits the ability to respond to that demand. . The development of organic farming is difficult, because of the number of farmers and the small farm sizes in central Finland. That also impacts on the development of co-operation, which is very important for the promotion of organic farming. It was also considered important to market organic production and inform people of it, as everybody is not aware of what the organic status covers.</p> <p>Development ideas became the basis of the interviews, including a site with the farmers' contact information. It would also be important to have a project that would promote organic production in central Finland.</p>		
Keywords Organic farming, organic production chain, development, interview		
Miscellaneous		

SISÄLTÖ

1 OPINNÄYTETYÖN LÄHTÖKOHDAT	3
2 LUONNONMUKAINEN TUOTANTO	4
2.1 Yleistä	4
2.2 Luomutuotannon nykytila	5
2.3 Luomutuotannon jatkojalostus	7
2.4 Luomutuotannon markkinointi	10
2.5 Luomutuotannon valvonta	11
3 LUOMUN HAASTEET JA TULEVAISUUS	14
4 TUTKIMUKSEN TAVOITE JA MENETELMÄT	16
5 HAASTATTELUT JA TULOKSET	17
5.1 Viljelijät	17
5.2 Jalostajat	20
5.3 Suoramyyntipisteet	23
5.4 Kauppaketjut	25
5.5 Ruokapiirit	27
5.6 Hallinto	30
5.7 Kuluttajat	31
6 JOHTOPÄÄTÖKSET ONGELMISTA JA KEHITTÄMISEHDOTUKSET	33
7 POHDINTA	37
LÄHTEET	41
LIITTEET	43
Liite 1. Viljelijöiden kysymykset	43
Liite 2. Jalostajien kysymykset	44
Liite 3. Suoramyyntipisteiden kysymykset	45
Liite 4. Kauppaketjujen kysymykset	46
Liite 5. Ruokapiirien kysymykset	47
Liite 6. Hallinnon kysymykset	48
Liite 7. Kuluttajien kysymykset	49

KUVIOT

KUVIO 1. Luomussa ja siirtymävaiheessa olevien peltoalojen jakaantuminen maakunnittain	5
KUVIO 2. Luomutilojen keskikoko maakunnittain	7
KUVIO 3. Luomu – valvottua tuotantoa -merkki.....	9
KUVIO 4. Eurolehti -merkki	9
KUVIO 5. Leppäkerttumerkki.....	9
KUVIO 6. Demeter -merkki	10

1 OPINNÄYTETYÖN LÄHTÖKOHDAT

Luonnonmukainen tuotanto on viime vuosina ollut nousussa koko maassa. Tänä päivänä kuluttajat ovat kiinnostuneempia luomutuotteista kuin moniin vuosiin. Kuluttajat hakevat tuotteilta puhtautta ja terveellisyyttä, minkä vuoksi keinotekoisia ja lisäaineita sisältäviä tuotteita halutaan mahdollisuuksien mukaan välttää. Lisääntyneen kysynnän seurauksena kauppiat ovat alkaneet laajentaa luomutuotteiden valikkoa. Kasvanut kysyntä on edistänyt luomutuotannon kehitystä koko maassa. Keski-suomalainen luomutuotanto on kuitenkin ollut jäljessä kehityksestä verrattuna muihin ympäröiviin maakuntiin. Luomutuotantoketjun on todettu Keski-Suomessa sisältävän ongelmia, joihin täytyisi löytää ratkaisu. Täällä ongelmia tuovat luomutilojen vähäinen määrä ja tilojen pieni koko. Myös tilojen hajanaisuudella ja vähäisellä yhteistyöllä voi olla vaikutusta tuotantoketjun ongelmiin. Tiloilta saatavat pienet erät ja niiden epäsäännöllisyys eivät välttämättä houkuta kauppia ottamaan niitä myyntiin. Ruokapiirien ja suoramyyntipisteiden myyntiin luomutuotteet olisivat haluttuja, mutta vähäinen tarjonta on rajoittanut niiden saantia. Jotta luomutuotteet tavoittaisivat kuluttajat paremmin tulevaisuudessa, nämä ongelmakohdat tulisi saada selville ja ratkaista.

Tavoitteena opinnäytetyössä oli löytää keskisuomalaisen luomutuotannon ongelma-kohtia, jotka vaikeuttavat luomuketjun toimintaa, ja tehdä kehittämisehdotuksia sekä luoda hyviä toimintamalleja niiden hoitamiseksi. Haastattelemalla luomuruokaketjun eri toimijoita saatiin selville, mitkä ovat heidän mielestään ketjua hankaloittavia tekijöitä. Haastatteluilla pyrittiin löytämään myös hyviksi havaittuja toimintamalleja, jotka olisi hyvä saada kaikkien luomun parissa työskentelevien tietoon. Näiden pohjalta tehtiin kehittämisehdotuksia, joiden avulla keskisuomalaista luomutuotantoa voitaisiin kehittää.

Opinnäytetyö oli selvitys Pro Ruokakulttuuri -hankkeelle, joka on keskisuomalaisen ruokaketjun kehittämishanke. Hanke kokoaa yhteen keskisuomalaisen ruokaketjun toimijat ja asiakaskohderyhmät pohtimaan ja toteuttamaan strategiaa sekä toimenpiteitä alan yritystoiminnan kehittämiseksi. Tavoitteena on parantaa keskisuomalaisten tuotteiden tunnettavuutta ja Keski-Suomen imagoa ruokamaakuntana sekä laa-

jentaa elintarvikeyritysten markkina-aluetta. Tavoitteena on myös kehittää yritysten ja yritysverkostojen asiakasymmärrystä sekä kykyä palvella ruokaketjun eri asiakasryhmiä. (Pro Ruokakulttuuri -hanke 2012)

2 LUONNONMUKAINEN TUOTANTO

2.1 Yleistä

Luonnonmukaisessa tuotannossa eli luomussa pyritään kestävän kehityksen mukaiseen maatalouteen, jonka tarkoituksena on pyrkiä sovittamaan yhteen tämän hetkisen sukupolven ja myös tulevien sukupolvien hyvinvointi sekä luonnon kestävän käytön periaatteet. Luonnon kestävä käyttö perustuu maan viljavuuden ylläpitämiseen ja hoitoon sekä ympäristöhaittojen minimointiin. (Rajala 2004, 12.) Luonnonmukaisessa tuotannossa periaatteena on, ettei tuotantomenetelmistä aiheudu haittaa ihmisten, eläinten tai kasvien terveydelle. Tästä syystä luomussa on kiellettyä käyttää keinolannoitteita ja torjunta-aineita. Maan kasvukuntoa pidetään yllä lähinnä eloperäisten lannoitteiden ja viljelykierron avulla. Monivuotisella viljelykierrolla hoidetaan maanrakennetta ja pyritään pitämään kasvitauteja, rikkakasveja sekä tuholaisia kurissa. (Rajala 2004, 22.)

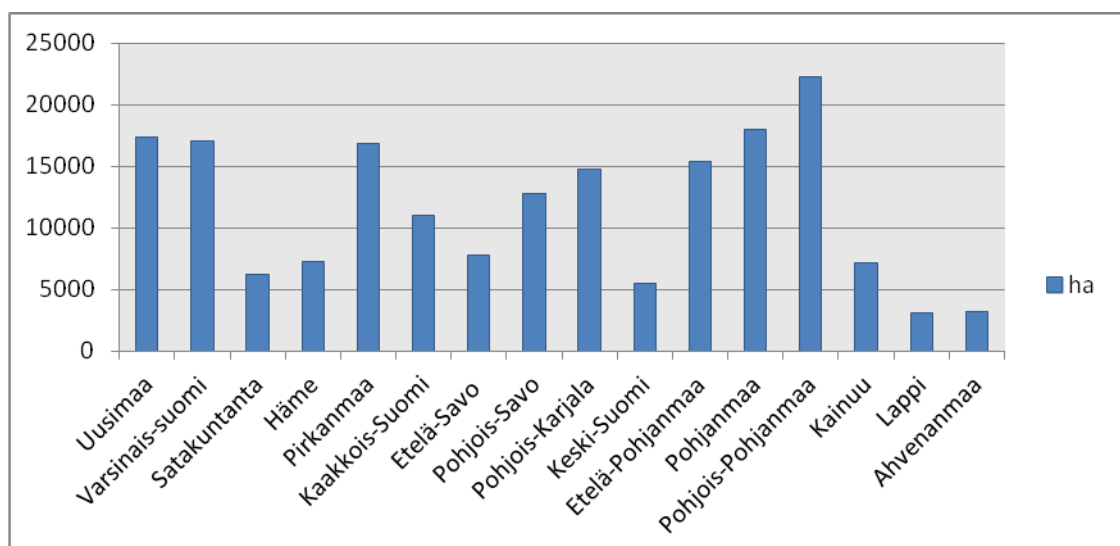
Luomutila on maa- tai puutarhatila, jota viljellään luomusäännösten mukaisesti. Tilan luomueläimet ovat eläimiä, joita ruokitaan sekä hoidetaan näiden säännösten mukaisesti. Niiden hoidossa huomioidaan erityisesti hyvinvointi ja eläinlajikohtainen käyttäytyminen. Eläimet pyritään ruokkimaan pääosin oman tilan rehuilla ja lanta käytetään tilan peltojen lannoitteeksi. Näin ollen kotieläintilan viljelypinta-alan ja eläinmäärän tulee olla tasapainossa keskenään. Luomuelintarvikkeet taas valmistetaan luomuraaka-aineista tai kerätään luomuhyväksytyiltä alueilta. Elintarvikkeissa on rajoitettu lisäaineiden ja valmistuksen apuaineiden määrää. Sallitut aineet on lueteltu luomusäädöksessä. (Luonnonmukainen tuotanto 2012; Rajala 2004, 22.)

Kaikissa Euroopan unioniin kuuluissa maissa luomun määritelmä on yhteinen. Yhteisiä säännöksiä noudatetaan maataloustuotteissa, rehuissa, elintarvikkeissa ja alkoholo-

lijuomissa koko EU:n alueella sekä sovelletaan sen ulkopuolelta tuotaviin tuotteisiin. Luonnonmukaisen tuotannon vaatimukset on määrätty lainsäädännössä ja tuotantoa valvotaan läpi tuotantoketjun, joten kuluttaja voi luottaa tuotteiden aitouteen. (Luonnonmukainen tuotanto 2012.)

2.2 Luomutuotannon nykytila

Suomen viljelypinta-alasta 7,5 % on luonnonmukaisessa tuotannossa. Tällä hetkellä Suomessa on noin reilu 4000 luomumaatila, joista 500:lla on luomueläimiä. Luomutilojen keskipinta-ala on 45,9 ha, mikä on hieman tavanomaisia tiloja suurempi. Luomutuotanto on viime vuosina ollut nousussa koko maassa. Tällä hetkellä Suomessa on luomua ja siirtymävaiheessa olevaa peltoalaa yhteensä 185305 ha. (Luomu pähkinäkuoressa 2012.) Ahvenanmaalla ja Kainuussa luomuviljelyn osuus peltoalasta on jo yli 20 %. Pohjois-Karjalassa, Etelä-Savossa, Pirkanmaalla ja Pohjois-Pohjanmaalla luomua on yli 10 % peltoalasta (Koikkalainen, Seuri, Koivisto, Tauriainen, Hyvönen & Regina 2011, 22). Pinta-alalla mitattuna kärjessä on Pohjois-Pohjanmaa yli 20000 hehtaarella. Toisena tulevat Pohjanmaa, Uusimaa, Pirkanmaa ja Varsinais-Suomi (ks. kuvio 1).



KUVIO 1. Luomussa ja siirtymävaiheessa olevien peltoalojen jakaantuminen maakunnittain (ks. alkuperäinen kuvio: Toimijoiden ja tuotantoalojen yhteenveto Ely-keskuksittain 2011)

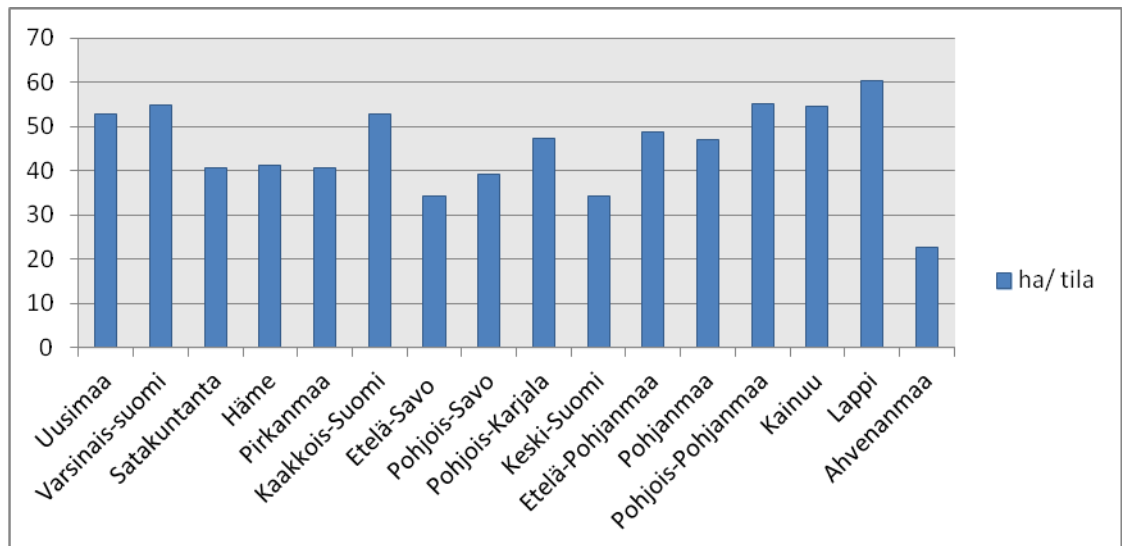
Puutarhatuotannon luonnonmukaisesti tuotettu pinta-ala on noin 1000 ha, joka on noin 6 % koko puutarhatuotannon alasta. Eniten luomutuotantoa on marja- ja he-

delmätuotannossa, jossa 12 % on luonnonmukaisesti tuotettua. Puutarhatuotannon ala on jatkuvasti pienentynyt noin 5 % vuodessa. Syynä tähän on pidetty viljelytekniisiä ongelmia, kasvinsuojeluhaasteita, tuotteiden markkinointi- ja logistiikkaongelmia sekä liian heikkoa taloudellista kannattavuutta. (Koikkalainen ym. 2011, 4.)

Luomutuotannossa satoa tuottavaa nurmea on n. 76 000 ha ja satoa tuottamatonta viherlannoitus-, luonnonhoitopelto- ja kesantonurmea on 20 000 ha, eli yhteensä 47 % koko luomuviljelypinta-alasta. Toinen suuri kasviryhmä ovat viljakasvit 43 000 ha eli 25 % luomualasta. Palkoviljoja taas on noin 3000 ha, mikä on enemmän suhteessa tavanomaiseen tuotantoon. Öljykasvien tuotanto on lisääntymässä luomutuotannossa, kun taas perunan, vihannesten ja marjojen viljely on ollut vähentymään päin viime vuosina. Öljykasvien pinta-ala on 2700 ha, perunan alle 1000 ha ja vihannesten sekä marjojen pinta-ala on alle 2000 ha. (Koikkalainen ym. 2011, 20.)

Luonnonmukaisessa kotieläintuotannossa merkittävin tuotantohaara on maidon- ja naudanlihantuotanto. Naudanlihaa tuotetaan emolehmiin ja maidontuotannosta saataviin vasikoihin pohjautuen. Keskimääräisellä luomulypsyylehmätilalla on yli 5 lehmää enemmän kuin tavanomaisella tilalla. Kotieläintuotteissa eniten luomutuotettuja ovat kananmunat. Luonnonmukaisesti tuotettua siipikarjanlihaa ei sen sijaan tuoteta Suomessa ollenkaan. Luomulammastiloja ja -sikatiloja löytyy Suomesta muutamia. (Koikkalainen ym. 2011, 21.)

Keski-Suomessa luomutuotanto on lisääntynyt viime vuosien aikana aivan kuten muuallakin Suomessa. Vuonna 2011 Keski-Suomeen tuli seitsemän uutta luomutilaa. Yhteensä luomutiloja on 159, joka on 4,6 % kaikista Keski-Suomen tiloista. Luomueläintuotantoa Keski-Suomessa on 22 tilalla. Pinta-alaa luomutiloilla on yhteensä 5438 hehtaaria. (Toimijoiden ja tuotantoalojen yhteenveto Ely-keskuksittain 2011.) Keski-Suomen luomutuotanto on kasvusta huolimatta vähäisempää kuin muualla ympäröivissä maakunnissa. Luomutilojen määrä on vähäisempää ja myös tilakoko Keski-Suomessa on pienimmästä päästä. Keski-Suomen luomutilojen keskikoko on 34,2 ha, mikä on 11,7 ha pienempi kuin koko Suomessa. (ks. kuvio 2).



KUVIO 2. Luomutilojen keskikoko maakunnittain (ks. alkuperäinen kuvio: Toimijoiden ja tuotantoalojen yhteenveto Ely-keskuksittain 2011.)

Luomutuotannosta voi saada maatalouden ympäristötuen eritystukea. Tuen tarkoitus on ympäristö- ja vesikuormitusten vähentäminen sekä luomutuotteiden tarjonnan lisääminen. Erityistukisopimus voidaan tehdä, jos viljelijä siirtyy luomutuotantoon tai jatkaa luomutuotantoa. Sopimuskausi on viisivuotinen. Sopimuksessa viljelijä sitoutuu noudattamaan tukisopimuksen ja luomutuotannon ohjeita. Luonnonmukaisen tuotannon tukitaso on 141 €/ha, ja luonnonmukainen kotieläintila saa edellisen lisäksi 126 €/ha, jos tilalla on eläimiä vähintään 0,5 eläinyksikköä. (Hakuopas 2012, 56.) Luomutuotannossa pääsääntöinen siirtymävaihe kestää kaksi vuotta, jonka jälkeen viljelijällä on oikeus markkinoida tuotteitaan luonnonmukaisesti tuotettuna. Monivuotisilla kasveilla siirtymävaihe on kolme vuotta. (Luonnonmukainen viljely 2007, 7.)

2.3 Luomutuotannon jatkojalostus

Luomutuotannon jatkojalostuksessa käytetään samoja menetelmiä kuin tavanomaisen elintarvikkeiden valmistuksessa. Luomuelintarvikkeiden valmistajien tulee kuitenkin kiinnittää huomiota siihen, että menetelmät ovat mahdollisimman ympäristöystävällisiä. Myös tuotteiden pakkauksissa kannattaa säilyvyyden lisäksi kiinnittää huomiota ympäristöystävällisyyteen. Jalostamalla luomuraaka-aineista erilaisia elintarvikkeita saadaan tuotteille pidemmät myyntiajat, parannetaan menekkiä ja saa-

daan jalostusarvon tuoma lisähinta oman yrityksen käyttöön. (Leskinen, Pöytäniemi & Väisänen 2004, 13.)

Luomuelintarvikkeen raaka-aineista tulee olla 95 % luonnonmukaisesti tuotettuja ja vain 5 % voi olla tavanomaisesti tuotettuja raaka-aineita, jotka ovat erikseen määritetty EU:n luomuasetuksessa (Rajala 2004, 427). Tuotteissa ei saa myöskään käyttää raaka-aineita, jotka on tuotettu luomun siirtymävaiheessa olevalla tilalla. Luomuelintarvikkeissa tulee käyttää mahdollisimman vähän lisäaineita, noin 10 % tavanomaisissa käytetyistä aineista. Joitakin lisäaineita on perusteltua käyttää tuotteen säilyvyyden kannalta, mutta muuten pyritään käyttämään luontaisia aineita kuten esimerkiksi sitruunahappoa. Geenimuunneltujen organismien käyttö on luomussa kiellettyä. Säteililyttäminen on myös kiellettyä, ja näistä täytyy olla valmistajalla todistus joidenkin ainesosien osalta. (Leskinen ym. 2004, 10–13.)

Jalosteet ja kauppakunnostetut tuotteet pakataan asianmukaisesti pakkauksiin. Pakkausten tehtävänä on parantaa tuotteen säilyvyyttä ja säilyttää tuotteen laatu hyvänä. Pakkauksen tulee myös suojata tuotetta vaurioilta ja estää ympäristöstä tulevien epäpuhtauksien pääsy tuotteeseen sekä estää sekaantumiset tavanomaisesti tuotettuihin tuotteisiin. Pakkauksen tehtävänä on myös viestiä kuluttajille tuotteesta. Luomutuotteiden pakkauksissa tulee olla elintarvikelainsäädännön pakkausmerkintäasetuksen mukaiset tiedot. Elintarvikkeista täytyy löytyä valvojanviranomaisen antama tunnusnumero. Manner-Suomessa luomuelintarvikkeilla se on FI-B ja alkoholijuomilla FI-C sekä Ahvenanmaalla FI-D. (Rajala 2004, 433.)

Tuotteiden pakkauksissa kannattaa tuoda selvästi esille, että tuote on luonnonmukaisesti tuotettua. Kannattavaa on käyttää tunnettuja luomumerkkejä, joita on useita erilaisia. Suomessa käytössä on neljä merkkiä. Tunnetuin on varmasti Luomu – valvottua tuotantoa -merkki (ks. kuvio 3). Se on suomalaisten viranomaisten valvontamerkki, jonka myöntää Elintarviketurvallisuusvirasto. Sen saamiseksi on täytynyt noudattaa EU:n luomuasetusta. Maataloustuotteen, rehun, elintarvikkeen tai alkoholijuoman maataloudesta peräisin olevista raaka-aineista vähintään 95 % on luonnonmukaisesti tuotettua. GMO:n eli geenimuunneltujen organismien ja niiden johdannaisten käyttö on kiellettyä. Toinen virallinen luomumerkki on EU:n luomumerkki

eli Eurolehti (ks. kuvio 4). Merkin saamiseksi täytyy täyttää samat kriteerit kuin valvottua tuotantoa -merkissä ja sen myöntää Evira. Sitä voi käyttää Euroopan Unionin alueella tuotetuissa luomutuotteissa, joiden raaka-aineet ovat pääosin EU:sta peräisin. Eurolehti korvasi niin sanotun Tähtämerkin vuonna 2010. Epävirallisia luomumerkkejä ovat Leppäkerttumerkki (ks. kuvio 5) ja Demeter -merkki (ks. kuvio 6). Leppäkerttumerkki on Luomuliiton myöntämä. Tuotteet, joille merkki on myönnetty täyttävät virallisen luomutuotannon ehdot sekä Luomuliiton tuotantoehdot. Merkki voidaan myöntää vain kotimaiselle tuotteelle. Demeter -merkkiä taas saa käyttää jos vähintään 90 % ainesosista on Biodynaamisen yhdistyksen tuotantoehtojen mukaisesti tuotettuja. Tuotteiden tulee lisäksi täyttää EU:n luomuasetuksen ehdot. (Luomumerkki 2011.)



KUVIO 3. Luomu – valvottua tuotantoa -merkki (ks. alkuperäinen kuvio: Luomumerkki 2011)



KUVIO 4. Eurolehti -merkki (ks. alkuperäinen kuvio: Luomumerkki 2011)



KUVIO 5. Leppäkerttumerkki (ks. alkuperäinen kuvio: Luomumerkki 2011)



KUVIO 6. Demeter -merkki (ks. alkuperäinen kuvio: Luomumerkki 2011)

2.4 Luomutuotannon markkinointi

Luomutuotteiden osuus kaikkien elintarvikkeiden myynnistä on tällä hetkellä 1,7 %. Luomun markkinaosuus kasvoi 46 % vuonna 2011. Suurin markkinaosuus omissa tuoteryhmissä on luomuhiutaleilla n. 10 %, kananmunilla n. 9 % ja sienillä n. 8 %. Muissa tuotteissa kuten mehuissa osuus on 1,1 %, maitotuotteissa 2,1 %, tummissa luomuleivissä 4 % ja vaaleissa leivissä taas 1,2 %. Luomulihan markkinaosuus kasvoi 2,2 prosenttiin, kun taas vihanneksien ja juuresten osuus on tällä hetkellä noin 4 %. Markkinoille on tullut myös uusia luomutuotteita, kuten luomukeskiolut ja luomujäätelö. (Luomunmarkkinan arvo kasvoi 46 prosenttia vuonna 2011 2012.)

Luomutuotteiden kysyntää lisää kuluttajien huoli teollisen ruoan turvallisuudesta. Kuluttajat näkevät luomuruoan terveellisenä, turvallisena, ympäristöystävällisempänä ja eettisesti parempana vaihtoehtona, mikä lisää luomun kysyntää. Moni kuluttaja kertoo halukkuudestaan ostaa luomua, mutta näin ei todellisuudessa tapahdu. Luomutuotteita käyttää aktiivisesti Suomessa noin viidennes kuluttajista, heistä suurin osa on lapsiperheitä, sinkkuja ja nuoria. (Rintamäki 2011, 15.)

Kysyntää vähentävät muun muassa luomutuotteiden korkea hinta, heikko laatu, saatavuus ja näkyvyys sekä kuluttajien epäluottamus ja tietoisuus. On tutkittu, että luomutuotteista ollaan valmiita maksamaan 9-25 % tavanomaista tuotetta korkeampi hinta. Kysyntä lähtee kuitenkin jyrkästi laskuun hinnan ylittäessä 15 %. Luomun arkipäiväistyminen vähentää sen hohdokkuutta, ja kuluttajat eivät enää ole välttämättä valmiita maksamaan yhtä paljon luomutuotteista. Kuluttajat olettavat myös luomutuotteiden ulkonäön, maun ja pakkausten olevan tavanomaisten tuotteiden tasoa tai jopa parempia korkeamman hinnan vuoksi. Luomutuotteiden kysyntä on myös tavallisia ruokatuotteita herkempää hintavaihteluille. Eläintuotteet ovat taas herkempiä hinnanvaihteluille kuin kasvituotteet. (Rintamäki 2011, 15-17.)

Tyypillisimpiä jakelukanavia luomuelintarvikkeille ovat luomukaupat, lähiruoka- ja luomutorit, tienvarsikaupat maaseudulla sekä toimitus ovelle tai keräyspisteeseen. Vähittäiskauppojen suosio on lisääntynyt viime vuosina, ja niiden luomuvalikoima onkin laajentunut moninkertaiseksi. Tarjonnan laajuus vaihtelee kuitenkin kaupan koon, sijainnin ja kaupan valitseman strategian mukaan. Hyvin varustetuissa kauppoissa luomutuotteita saattaa olla 300-400 eri tuotenimikettä. Lisäksi ravintola- ja asiakaspalvelusektori käyttävät yhä enemmän luomutuotteita. Ammattikeittiöissä kuitenkin luomutuotteiden käyttöä rajoittaa eniten niiden heikko saatavuus, alhainen jalostusaste ja korkea hinta. (Rajala 2004, 436.)

Yksittäisen viljelijän tuotantomäärät riittävät harvoin täyttämään kaupan tai teollisuuden tarpeita. Asiakkaat myös arvostavat sitä, että tuotteita on suurempi valikoima. Tämän vuoksi viljelijöiden olisi hyvä verkostoitua, jotta he pystyisivät tarjoamaan asiakkailleen parempaa kokonaisuutta. (Rajala 2004, 441.) Lisäksi luomutuotteiden markkinoiden edistämiseksi toivottaisiin kaupan, teollisuuden ja viljelijöiden keskuudessa yhä enemmän yhteistyötä. Yhteistyö nähdään toiminnan tehostumisen ja kannattavuuden parantumisen kannalta välttämättömäksi. Tuottajien ja teollisuuden väliset tiiviit yhteydet ovat välttämättömiä, jotta tuotteille löytyy markkinat ja teollisuus pystyy varmistamaan raaka-aineen laadun ja määrän. (Rintamäki 2011, 16.) Toiminnan täytyy olla kannattavaa jokaiselle ketjun jäsenelle. Siksi yhteistyötä tarvittaisiin yhä enemmän, että kustannuksia saataisiin karsittua ja luomumyyntiä lisättyä. Useissa tutkimuksissa on myös todettu luomutuotantoketjun toimimattomuuden olevan yksi vaikeimmista ongelmista markkinoilla. (Lätti, Koikkalainen, Kuismanen, Lötjönen 2006, 18-19.)

2.5 Luomutuotannon valvonta

Luomutuotantoketjua valvotaan maataloilta kauppaan saakka, jotta varmistetaan kuluttajille tuotteiden tuotantotapojen mukainen aitous sekä luodaan tasapuolinen ja rehellinen kilpailu kaikille toimijoille. Euroopan yhteisöjen neuvostojen asetus (EY) 834/2007 ja komission asetus (EY) 889/2003 määrittelevät vähimmäisvaatimukset

EU:n alueella luonnonmukaisesti tuotettuina markkinoitaville maataloustuotteille ja elintarvikkeille. Luomuun viittaavien merkintöjen käyttö edellyttää kuulumista luomuvälvontajärjestelmään. Kaikki merkinnät, joilla kuluttajalle annetaan käsitys, että tuote on tuotettu luonnonmukaisia tuotanto-ohjeita noudattaen, katsotaan olevan luonnonmukaiseen tuotantoon viittaavia. Suomessa tuotantoa ja markkinointia valvovat Evira, Valvira, kunnat ja Tullilaitos sekä Elinkeino-, Liikenne- ja Ympäristökeskus (ELY). (Luonnonmukaisen tuotannon ohjeet 1 2010)

Maatiloilla tapahtuvan tuotannon valvonnasta huolehtii paikalliset ELY-keskukset. Lisäksi heidän valvontaan kuuluu maatiloilla tapahtuvan tilan omien maataloustuotteiden käsittely eli alhaisen jalostusasteen valmistustoiminta esimerkiksi jauhojen valmistus. Tämän lisäksi myös vähäinen kauppakunnostus, pesu, kuivaaminen tai muu sellainen vähäinen käsittely valvotaan ELY:n kautta. ELY-keskus valvoo myös luomumaataloustuotteiden kaupanpitämistä vähittäismyynnissä. Eviran valvontaan kuuluvat luomuelintarvikkeiden ja luomurehujen valmistamiseen, varastointiin ja tukkukauppaan liittyvät toimijat. Heidän valvontaansa kuuluu myös luonnonmukaisen kylvösiemenen ja taimiaineiston pakkaamista, varastointia ja tukkukauppaa harjoittavia toimijoita ja kauppvoja. Näiden lisäksi Evira valvoo toimijoita, jotka tuovat Suomeen luomuelintarvikkeita ja -maataloustuotteita EU:n ulkopuolelta. Kuntien terveystarkastajat valvovat luomuelintarvikkeiden kaupan pitämistä vähittäismyynnissä. Valviran valvottavaksi jäävät luomualkoholijuomien valmistuksen, valmistamisen, varastoinnin, kaupan, tukkukaupan ja maahantuontia harjoittavat toimijat. Tullilaitos valvoo EU:n ulkopuolelta tuotavien luomumaataloustuotteiden, elintarvikkeiden, rehujen, alkoholijuomien, kylvösiementen ja taimiaineiston maahantuontia. (Valvontajärjestelmät 2012.)

Luomuvälvontaan haetaan luomuvälvontalomakkeella 1. Tämän lisäksi tulee täyttää sen luomuvälvontajärjestelmän täydennyslomake, johon halutaan hakea. Kaikkiin hakemuksiin täytyy liittää myös luomusuunnitelma, jonka tarkoituksena on kuvata viljelmää ja viljelyyn liittyviä edellytyksiä. Elintarvikkeiden välvontajärjestelmään hakkevien täytyy liittää hakemukseen myös kaupparekisteriote, joka saa olla enintään kolme kuukautta vanha. (Luonnonmukaisen tuotannon ohjeet 1 2010.) Kun viranomaiset ovat käyneet hakemuksen ja liitteet lävitse, tehdään tilalle alkutarkastus,

jossa arvioidaan toimijan mahdollisuuksia noudattaa luonnonmukaisen tuotannon ohjeita. Tavallisesti alkutarkastukseen on yhdistetty myös ensimmäinen tuotantotarkastus. ELY-keskuksessa päätetään tilan toimijan ja tilan hyväksymisestä valvontajärjestelmään alkutarkastuksen perusteella. Kun tila on hyväksytty, se merkitään Eviran rekisteriin. Tämän jälkeen tilalla tullaan suorittamaan vähintään kerran vuodessa tuotantotarkastus. Viljelijä on oikeutettu käyttämään viittausta luonnonmukaiseen tuotantoon siitä päivästä lähtien, kun hän on saanut hyväksynnän. Oikeus myydä tuotteita luomutuotteina alkaa kuitenkin vasta siirtymävaiheen jälkeen. Toimijalla on oikeus myydä tuotteitaan luomuna siihen asti kunnes valvontaviranomainen on tehnyt päätöksen poistaa toimija valvontajärjestelmästä. (Rajala 2004, 452-453.)

Luomuviljelijää valvotaan vähintään kerran vuodessa tehtävillä valvontakäynneillä. Jokaisen luomuviljelijän on annettava vuosittain ilmoitus siitä, mitä aikoo tuottaa kyseisenä vuonna. Maatalouden tukijärjestelmiin kuuluva voi antaa ilmoituksen pinta-alatuen kasvulohkolomakkeella. Tuotantotarkastus on pääosin tuotantolosuhteiden valvontaa eli tuotantoyksiköiden ja asiakirjojen tarkastusta. Viljelytoimenpiteet tarkastetaan kasvulohkokohtaisesta kirjanpidosta ja muistiinpanoista. Viljelijän täytyy pitää muistiinpanoja kaikista tilalle hankituista tuotantopanoksista ja myydyistä tuotemääristä sekä ostajista. Tarkastaja laatii tuotantotarkastuskertomuksen tarkastuskäynnistä. ELY-keskus tekee päätöksen tuotantotarkastuksen hyväksymisestä. Luomuvalvontaan liittyvät suoritteet ovat maksullisia ja tuotantotarkastukset laskutetaan aina kulloinkin voimassa olevan hinnaston mukaan. (Rajala 2004, 453-454.)

Valmistustoiminnan valvonnan periaatteet ovat pitkälti samanlaiset kuin maataloustuotannon valvonnassa. Valvontaan liitytään Elintarvikevalvontavirastossa. Hakemukseen tulee liittää omavalvontasuunnitelma, jossa kerrotaan yrityksen toiminnasta ja toimenpiteistä, kuinka yritys noudattaa luomusäädöksiä. Suunnitelmassa tulee kuvata myös luomuvalvontaan haettavan valmistuksen vaiheet, sijainti, tuotteet, raaka-aineet ja valmistukseen käytettävät koneet sekä laitteet. Usein luomutuotteita valmistavassa yrityksessä valmistetaan myös tavanomaisesti tuotettuja tuotteita, joten tuotteiden erillään pito on myös tärkeää kuvata. Evira tekee toimijalle alkutarkastuksen, jossa varmistetaan hakemuksen ja sen liitteiden kuvauksien vastaavan

toimintaa sekä omavalvonnan toimenpiteiden riittävyys. Vuosittaisissa tuotantotarkastuksissa valvotaan omavalvontasuunnitelman laatimista ja noudattamista, kirjanpitoa, tuotteiden erillään pitoa, koostumusta, pakkausmerkintöjä ja kuljetuksia. (Rajala 2004, 455.)

3 LUOMUN HAASTEET JA TULEVAISUUS

Tulevaisuus luomutuotannossa näyttää tällä hetkellä valoisalta. Luomu on saanut jalansijaa markkinoilla, ja kuluttajat vaativat elintarvikkeilta kotimaisuutta, puhtautta ja terveellisyttä. Luomutuotanto on viime vuosina kasvanut selvästi ja tuotteet ovat saaneet lisää tilaa myös vähittäistavarakauppojen hyllyistä. Luomutuotanto on näin tullut lähemmäksi kaikkia ihmisiä, ei vain niitä, jotka tietoisesti haluavat ostaa luomua. Luomutuotantoa on myös alettu tukea entistä enemmän. Tähän liittyy myös maabrändityöryhmän tavoite nostaa luomun viljelyalaa puoleen koko maan viljelyalasta vuoteen 2030 mennessä. Tämä edellyttäisi, että luomun tulisi lisääntyä 10 % vuodessa, mikä on kaksi kertaa enemmän kuin viime vuosien kasvuvauhti. Myös MMM:n hallinnonalan strategiassa on yhdeksi yhteiskunnallisen vaikuttamisen strategiseksi päämääräksi nostettu pyrkimys luomutuotannon suurvallaksi vuoteen 2026 mennessä. (Koikkalainen ym. 2011, 8.)

Luomutuotantoa on pyritty edistämään koko maassa, mutta silti tuotannossa ja koko ruokaketjussa on vielä selviä ongelmia. Luomutuotannon keskeinen piirre on tällä hetkellä epätasapaino peltoviljelyn sadon ja kuluttajille tarjolla olevien luomutuotteiden kesken. Todella pieni osa luomutuotetuista rehuista esiintyy markkinoilla luomukotieläintuotteina. Nykypäivänä on yleistä, että tiloilla pellot ovat luomussa, mutta eläimet eivät, ja näin suurin osa luomurehuista käytetään oman tavanomaisen karjan rehuksi. (Koikkalainen ym. 2011, 3.) Luomutuotannossa myös satomäärät ovat pienempiä kuin tavanomaisessa tuotannossa. Tämän katsotaan johtuvan pienemmästä ravinteiden määrästä, suuremmasta rikkakasvimäärästä sekä kasvitautien ja tuholaisten torjunnan hankaluudesta. Luomutuotanto perustuu pitkälti biologiseen typensidontaan ja karjanlannan hyväksikäyttöön. Kaupallisia luomulannoitteita on tänä päivänä melko vähän saatavilla. Rikkakasveja pyritään torjumaan hyvin järjestetyllä vilje-

lykierrolla sekä mekaanisten menetelmien avulla. Kasvitauteihin ja tuholaisiin on hyvin vähän luonnonmukaisia torjuntamenetelmiä. (Koikkalainen ym. 2011, 21.)

Luomutuotanto Suomessa on tipahtanut jo aikoja sitten muiden Euroopan kärkimaiden joukosta, erityisesti luomun markkinaosuuden osalta. Euroopan yksi luomun kärkimaista on Sveitsi, jossa jo vuonna 2009 kaikista tiloista 11,1 % oli saanut luomutunnuksen. Keskimäärin tuolloin ihmiset käyttivät 170 frangia eli noin 141 euroa vuodessa luomutuotteisiin. (Organic farming 2012.) Kehityksen edistämiseksi Luomuliitto ry sekä muut luomun keskeiset toimijat ovat alkaneet etsiä keinoja kehittää luomutuotantoa Suomessa. Haasteita Suomen luomussa ovat muun muassa pienet markkinat, ketjuuntunut kauppaja-ammattikeittiösektori, kotimaisen ruoan hyvä maine, pirstoutunut luomukenttä sekä pienet resurssit. Näiden ja muiden ongelmien ratkaisemiseksi on tehty Luomumarkkinoiden kehittämisen strategiset tavoitteet 2007-2015. Strategisiksi tavoitteiksi ovat kirjattu seuraavat asiat:

1. Kotimaan vähittäiskaupan myynnissä luomuruoan osuus on 6 %.
2. Kaikissa julkisen sektorin ammattikeittiöissä käytetään luomutuotteita.
3. Yksityisellä sektorilla luomua käyttävien keittiöiden määrä kasvaa 15 % vuodessa.
4. Suomen elintarvikeviennistä 10 % on luomua. (Luomumarkkinoiden kehittämisen strategiaryhmä 2006,1.)

Viimeisen viiden vuoden aikana luomuala on lisääntynyt keskimäärin 5,4 % vuodessa. Tällä kasvuvauhdilla vuonna 2030 luomualaa olisi 500 000 hehtaaria, mikä on yli 22 % nykyisestä kokonaispeltoalasta. (Koikkalainen ym. 2011, 28.) Luomutuotteiden kysynnän lisääntyttyä kuluttajien keskuudessa ja julkisen sektorin luomutuotteiden käytön lisääntyminen ovat vieneet myös luomutuotantoa Suomessa eteenpäin. Joistakin luomutuotteista ja raaka-aineista on jopa enemmän kysyntää, kuin on tarjontaa. Samalla taas osalla raaka-aineista ja tuotteista on ylituotantoa, ja tämän lisäksi luomukeräilyalueille jää vuosittain paljon hyödyntämätöntä raaka-ainetta, koska ei ole olemassa toimijoita niitä hyödyntämään. (Luomumarkkinoiden kehittämisen strategiaryhmä 2006, 4.)

Luomutuotantoketjussa ongelmia aiheuttaa luomuelintarvikekentän sirpaleisuus. Pieniä toimijoita on eripuolilla maata, mutta he eivät tunne toisiaan eivätkä näin ollen voi hyödyntää toisten toimijoiden osaamista ja hyväksi havaittuja toimintamalleja. Yhteistyöllä saataisiin edistettyä markkinoita, tuotekehittelyä ja koko luomuketjun toimivuutta. Kaupat taas haluavat turvata tuotteiden laadun ja hinnan lisäksi tuotteiden saatavuuden. Pienten tuottajien on tästä syystä hankalaa saada tuotteitaan kaupan hyllyyn. Kilpailua hyllypaikoista lisää suomalaisen tavanomaisesti tuotetun ruoan puhtaus ja hyvä maine. (Luomumarkkinoiden kehittämisen strategiaryhmä 2006, 3.)

4 TUTKIMUKSEN TAVOITE JA MENETELMÄT

Tutkimuksessa haluttiin selvittää, mitä ongelmia luomutuotantoketjussa on ja kuinka niihin pystyttäisiin vaikuttamaan. Tarkoituksena oli myös löytää hyväksi havaittuja toimintamalleja. Tutkimuksen kysymyksiin lähdettiin etsimään vastauksia haastattelun avulla, johon osallistui eri toimijoita luomutuotantoketjusta. Tutkimusmenetelmänä käytettiin teemahaastattelua. Teemahaastattelua käytetään silloin, kun ei tiedetä, millaisia vastauksia tullaan saamaan tai vastaukset perustuvat henkilön omiin kokemuksiin. Teemahaastattelussa ominaista on, että haastateltavilla on kokemuksia samankaltaisista tilanteista. (Hannila & Kyngäs, 2008, 1.) Haastatteluihin laadittiin kysymykset, jotta pystyttiin takaamaan tärkeimpien kohtien esille tulo haastatteluisissa. Näin oli helppo tarkistaa, että kaikki aihealueet tuli käsiteltyä haastattelun aikana. Käytetyt haastattelulomakkeet löytyvät liitteistä 1-7.

Hallinto, tuottajat ja jalostajat haastateltiin puhelimitse. Tilat jakautuivat hyvin paljon eri puolille Keski-Suomea, joten ajan säästämiseksi heidät kaikki haastateltiin puhelimitse. Parin kuluttajan haastattelu tehtiin myös sähköpostin välityksellä. Näitä poikkeuksia lukuun ottamatta kaikkien muiden ryhmien jäsenet haastateltiin paikan päällä. Haastatteluun valittiin Keski-Suomen alueelta luomutoimijoita, jotka ovat jossakin osassa luomuruokaketjua. Näin saatiin läpileikkaus jokaisesta ketjun osa-alueesta ja tietoa jokaisen toimijan näkökulmasta. Haastattelut tehtiin maaliskuun alkupuolella 2012, ja yhteensä haastateltavia oli 25. Viljelijöitä haastatteluun osallistui yhdeksän, kuluttajia viisi, jalostajia neljä, suoramyyntipisteiden edustajia kolme ja kauppojen kaksi. Hallinnon ja ruokapiirien haastatteluissa oli vain yhdet haastateltavat.

Viljelijöiden ja jalostajien joukosta löytyi kasvinviljelytiloja, emolehmätiloja ja lam-mastiloja. Osalla viljelijöillä löytyi alhaisen jalostusasteen alkutuotantoa, ja he möivät tuotteitaan myös eteenpäin. Muutamat tilat olivat vasta aloittaneet luomutuotan-nossa, ja heillä menossa oli siirtymävaihe, jolloin tuotteiden myynti luomuna ei ole sallittua. Haastateltujen joukosta löytyi myös tiloja, joiden eläimet eivät olleet luo-mussa. Kauppaketjujen haastatteluihin valikoituivat edustajat kummastakin suuresta kauppaketjusta. Mukana haastatteluissa oli sekä pienemmän kokoluokan kauppa että suuremman luokan marketti. Ruokapiirien sekä hallinnon edustajat olivat kum-matkin keskeisessä asemassa organisaatioiden toiminnassa, joten heidän näkemyk-sensä edustavat hyvin kokonaisuutta. Haastateltavien kuluttajien joukosta löytyi eri-ikäisiä, miehiä, naisia, opiskelijoita, työssäkäyviä luomun ostajia ja ei-ostajia.

5 HAASTATTELUT JA TULOKSET

5.1 Viljelijät

Viljelijöille syitä luomuun siirtymisessä ovat olleet parempi kannattavuus ja tuotanto-kustannuksissa säästäminen. Muun muassa emolehmätuotannossa olevilla viljelijöillä syynä on tuotannon helppous ja kannattavuus luomussa. Viljelijöille merkittävää on ollut myös luomun ideologia, että tuotetaan puhtaasti ja luonnon ehdoilla. Jos tila on ollut jo edellisen isännän aikana luomussa, on siitä ollut helppo jatkaa myös luomuna sukupolvenvaihdoksen jälkeenkin. Viljelijöiden mukaan he olisivat joka tapauksessa ryhtyneet luomutuotantoon, vaikkei tila olisikaan ollut aikaisemmin luomussa. Jotkut viljelijät kertovat, että luomu on heille ikään kuin elämäntapa.

Viljelijöiden keskuudessa luomun suurimmaksi vahvuudeksi nousi selvästi tuotettujen tuotteiden puhtaus. Tuotannossa ei käytetä kemiallisia lannoitteita eikä kasvinsuoje-luaineita ja tuotanto tapahtuu muutenkin luonnon omilla ehdoilla. Vahvuudeksi voi-daan myös lukea se, ettei luomutiloilla olla riippuvaisia ostopanoksista, kun kemialli-sia lannoitteita ja kasvinsuojeluaineita ei käytetä. Varjopuolena on taas, että rikka-

kasvien kanssa voi tulla ongelmia, mikä nouseekin heikkouksia kysyttäessä ylitse muiden. Rikkakasviongelman lisäksi satotasojen vaihtelut ovat myös haittana. Luomutuotanto koetaan viljelijöiden keskuudessa paljon työläemmäksi kuin tavanomainen tuotanto. Heikkoudeksi osoittautuu myös tietämättömyys. Viljelijöillä ei ole saatavilla tarvittavaa tietoa, esimerkiksi kasvinsuojelusta ja muista viljelytekniikkaan liittyvistä asioista, tai sen hankkimiseen joudutaan näkemään hyvin paljon vaivaa. Viljelijöiden mielestä myös kuluttajien huono tietämys luomusta haittaa esimerkiksi markkinoiden kehitystä.

Hankaluuksia viljelijöille on tullut eteen juuri rikkakasvien kanssa. Muutamat viljelijöistä ovat vasta aloittaneet luomutuotannon, joten heille ei vielä suurempia ongelmia ole tullut eteen. Mutta oletuksenaan heillä on, että rikkakasvit tulevat vaamaan heitä tulevaisuudessa. Joillekin viljelijöille ongelmia on aiheuttanut tuotanto-ohjeiden vaatimuksista, kuten esimerkiksi eläinten laidunnuksen järjestäminen. Näiden ongelmien ratkaisemiseksi heidän mielestään tulisi kehittää viljelytekniikkaa ja parantaa neuvontaa. Myös tutkimustietoa tarvittaisiin enemmän, jotta rikkakasviongelmaan pystyttäisiin paremmin puuttumaan.

Haastatellut tilat myyvät luomuna muun muassa viljaa, rypsiä, jauhoja, ryynejä, hiutaleita sekä teuraseläimiä. Osalla suunnitelmassa on aloittaa luomulihan myynti tämän vuoden aikana. Pari tilaa taas on vasta luomun siirtymävaiheessa, joten he eivät voi kaupata tuotteitaan vielä luomuna. Viljelijöillä, jotka eivät myyneet tuotteitaan luomuna eteenpäin, oli syynä muun muassa se, että tila oli osana isompaa tuotantoketjua, eikä näin ollen pystynyt myymään tuotteita. Joidenkin tilojen pellot ovat pääosin nurmella, eikä sille ollut kysyntää tai rehut käytettiin oman karjan rehuksi. Viljelijöiden mukaan tuotteita voisi lähteä enemmän myyntiin, jos luomua markkinoitaisiin enemmän ja yhteistyötä kauppojen kanssa kehitettäisiin. Viljelijöiltä vaadittaisiin myös itseltä panostusta siihen, että tuotteita saataisiin myyntiin. Tuotannossa tulisi olla enemmän sellaisia tuotteita, joilla on suurempi kysyntä. Toisilla tiloilla taas eläinten siirto luomuun toisi mahdollisuuden lihan myyntiin. Yhteistyö myös muiden luomutilojen kanssa nähtäisiin myyntiä lisäävänä tekijänä.

Pienten tuottajien on hyvin hankalaa saada tuotteitaan suuriin kauppaketjuihin, mitä pidetään luomutuotantoketjun ongelmana. Suuremmilla tiloilla on tähän paljon paremmat mahdollisuudet, koska he pystyvät tuottamaan tarpeeksi suuria eriä. Tämän vuoksi viljelijät peräänkuuluttavat viljelijöiden välisen yhteistyön kehittämistä. Kaupalta vaadittaisiin myös joustavuutta asian suhteen, jotta asiat saataisiin sujuvammaksi. Monet haastateltavista kaipaavat ajankohtaista listausta kaikista Keski-Suomen luomutuottajista. Heidän mielestään Internetiin voitaisiin perustaa sivusto, josta löytyisivät kaikki tuottajat ja tiedot siitä, mitä he tuottavat. Kaupat ym. voivat näin ottaa helposti yhteyttä tuottajiin, joiden tuotteita he haluavat valikoimiinsa. Osan viljelijöiden mielestä teurastamoja koskevaan lainsäädäntöön tulisi saada jonkin näköisiä lievennyksiä, jotta luomulihaa saataisiin enemmän markkinoille. Viljelijöiden mielestä on turhauttavaa, kun luomueläin muuttuu teurastettaessa tavanomaiseksi vain sen takia, ettei teurastamolla ole luomustatusta. Ehdotuksena tuli, että mallia tulisi ottaa ruotsista, jossa luomueläinten teurastus on saatu toimivaksi. Viljelijöiden mielestä on hyvä, että luomutuotantoketju on olemassa ja se toimii lähempänä viljelijöitä kuin tavanomaisentuotannon ketju. Viljelijät kuitenkin toivovat, että ketjua kehitettäisiin vielä paremmaksi ja toimivammaksi. Viljelijät kokevat, että ketjusta on hyötyä myös kuluttajille, koska he saavat tiedon, mistä mikäkin tuote tulee ja voivat näin ollen olla varmoja niiden alkuperästä.

Monella haasteluun osallistuneella viljelijällä olisi kiinnostusta jatkojalostukseen, mutta useiden mielestä liika byrokratia ja monimutkaiset säädökset eivät houkuttele aloittamaan jalostusta. Jatkojalostukseen ryhtyminen vaatisi lisäksi enemmän aikaa ja mahdollisesti kalliita investointeja. Jos byrokratiaa vähennettäisiin, olisi moni valmis harkitsemaan jatkojalostukseen ryhtymistä.

Keski-Suomen luomutuotannon kehittämisestä viljelijöillä oli monenlaisia ehdotuksia. Useissa vastauksissa esille kuitenkin nousi luomutietouden lisääminen. Viljelijöiden mukaan kuluttajille pitäisi saada Keski-Suomessa enemmän tietoa luomusta ja luomua tulisi markkinoida entistä enemmän. Tietoa lisäämällä pystyttäisiin kitkemään ennakkoluulot pois. Joidenkin mielestä uudet viljelijät eivät uskalla ryhtyä luomuun, koska pelkäävät saavansa tietynlaisen leiman. Keski-Suomessa kuluttajat eivät ole aivan yhtä tietoisia luomutuotannosta kuten esimerkiksi Etelä-Suomessa. Viljelijöiden

mielestä Keski-Suomen luomutuotantoa saadaan kehitettyä kysynnän luonnilla, neuvonnalla ja yhteistyöllä. Keski-Suomeen tulisi luoda yhteistyöverkko, jotta viljelijät tietäisivät, mitä toiset viljelijät tuottavat ja osaisivat näin ollen tuoda markkinoille myös uusia tuotteita. Yhteistyön edistämiseksi tarvittaisiin jokin isompi taho, kuten esimerkiksi Pro Agria vetämään ja järjestämään toimintaa. Keski-Suomen luomutuotannon edistämiseksi halutaan myös lisää pieniä luomuteurastamoja, jotta teurastusmatkat eivät venyisi liian pitkiksi ja teurastaminen olisi kannattavampaa myös pienille tiloille. Osa viljelijöistä oli myös sitä mieltä, että luomutuotteet tulisi pitää Keski-Suomen sisällä eikä niitä tulisi viedä kauemmaksi myyntiin.

Viljelijät eivät pidä keskisuomalaista luomua sen arvostetumpana kuin muualta Suomesta tulevaa luomua. Moni myöntää kuitenkin, että lähellä tuotettua luomua he arvostavat enemmän. Kaikkien mielestä suomalainen luomu on arvostetumpaa kuin ulkomaalainen luomu. Monen mielestä luomu tavallaan menettää merkityksensä, jos se tuodaan jostain kaukaisesta maasta. Lähellä tuotettu luomu on heidän mielestään ”luomumpaa”. Suomalainen luomutuotanto koetaan myös luotettavammaksi kuin muiden maiden tuotanto.

Luomutuotannon tulevaisuuden näkymät vuoteen 2020 mennessä näyttävät viljelijöiden mielestä varsin valoisilta. Luomutuotannon uskotaan lisääntyvän ja kehittyvän tulevina vuosina. Keski-Suomessa nähdään olevan hyvät kasvu- ja kehitysmahdollisuudet luomutuotannon lisääntymistä varten. Uusia viljelijöitä tulee lisää, varsinkin lihakarjatiloja ja lammastiloja, joille luomuun siirtyminen on kannattavaa. Kysynnän lisääntymisen katsotaan olevan lähiruoan ja luomun pinnallaolon ansiota. Niiden uskotaan jatkavan nousuaan myös tulevina vuosina.

5.2 Jalostajat

Myös jalostajien keskuudessa luomun hyviksi ominaisuuksiksi nousevat tuotannon puhtaus ja luonnonläheisyys. Luomutuotantoa pidetään tulevaisuuden alana, jolla erotutaan muusta tuotannosta. Huonoja puolia taas ovat luomun käsityömäisyys ja suuri paperityön määrä. Heikkoutena nähdään myös se, ettei ole riittävästi tuotantoa

kattamaan valtavaa kysyntää. Keski-Suomen luomun katsotaan olevan huomattavasti jäljessä kehityksestä muihin maakuntiin verrattuna.

Kysynnällä ja saatavuudella on paljon merkitystä jalostukseen. Näiden kahden tulisi olla tasapainossa, jotta luomutuotanto voi hyvin. Tällä hetkellä ne eivät kuitenkaan ole tasan, vaan kysyntää on valtavasti ja saatavuus on hyvin vähäistä. Kysyntä lisää luomun jatkojalostusta, mutta saatavuus taas rajoittaa sitä. Vastaan voi tulla myös eettisiä ongelmia, jos raaka-ainetta ei ole saatavilla Suomesta, vaan se täytyisi tuoda ulkomailta. Tällaisessa tapauksessa jalostaja joutuu punnitsemaan, haluaako hän käyttää kaukaa tuotuja raaka-aineita jalostuksessaan. Lainsäädännön ja toimintatapojen helpottamisella nähtäisiin olevan myönteinen vaikutusta tuotteiden jatkojalostukseen. Tällä hetkellä jatkojalostuksen aloittaminen tuntuu viljelijöistä liian vaikealta. Byrokratiaan toivottaisiin hieman maalaisjärkeä, jotta jatkojalostus ei olisi niin monimutkaista ja haastavaa kuin se tällä hetkellä on. Esimerkiksi tämän hetkiseen kirjanpitovaatimukseen toivottaisiin hieman helpotusta, koska tuottajista on turhauttavaa kirjata ylös joka ikinen leivottu sämpylä tai pulla. Myös myllyjen luomukelpoisuuteen toivottaisiin lievennystä. Pitkät välimatkat luomumyllylle tuovat lisää kustannuksia ja pieniä eriä kuljetettaessa se ei ole kovin kannattavaa. Pienillä tuottajilla olisi paremman mahdollisuudet isojen rinnalla, jos pykäliin saataisiin hieman helpotusta. Keski-Suomessa on tullut myös vastaan, etteivät kuluttajat ole valmiita maksamaan luomutuotteesta pyydettyä hintaa. Keski-Suomessa luomun markkina-arvo on vähäisempi kuin esimerkiksi Etelä-Suomessa eikä täällä osata arvostaa luomutuotteita samalla lailla.

Luomutuotantoketjun kehittämisehdotuksissa esille nousi taas tuottajien yhteystietosivusto. Jalostajat pystyisivät näkemään sieltä, kuka tuottaa mitäkin ja voisivat tätä kautta ottaa yhteyttä viljelijöihin, joilla tuotannossa olisi tarvittavia raaka-aineita. Myös luomutuottajien verkostoitumisesta koettaisiin olevan apua tuotantoketjun kehittymisen kannalta. Uusia tuottajia olisi myös hyvä saada lisää, että saatavuus saataisiin turvattua. Luomutuottajia pitäisi tiedottaa ja kouluttaa enemmän, jotta osaaminen ja tietämys olisivat riittäviä. Luomutuotantoketjun kehittämiseksi nousivat myös yhteistyösopimukset kauppojen ja tukkujen kanssa. Yhteistyösopimuksista hyötyisivät molemmat osapuolet. Kaupat ja tukut pystyisivät näin varmistamaan raa-

ka-aineiden ja tuotteiden saatavuuden ja viljelijällä tai jalostajalla olisi aina paikka, minne tuotteet saisi myytyä. Hyvänä puolena luomutuotantoketjussa pidettiin sen lähentävää vaikutusta tuottajien ja kuluttajien kesken. Kuluttajat haluavat yhä useammin tietää ja joskus jopa nähdä, mistä tuote on peräisin. Luomusta syntyy hyvin positiivinen mielikuva, kun ihmiset tulevat tilalle katsomaan maatalan toimintaa.

Luomutuotteiden markkinoilla ei nähdä varsinaisesti olevan esteitä. Ongelmia kuitenkin syntyy, kun kysyntä ylittää tarjonnan. Jalostajien mielestä olisi tärkeää saada alalle lisää tuottajia, jotta raaka-aineita saataisiin riittävästi. Lampaanlihan kanssa ongelmaksi on muodostunut se, etteivät keskisuomalaiset juurikaan osaa käyttää lammasta muuta kuin pääsiäisenä. Etelä-Suomessa lampaalle olisi enemmän kysyntää. Tänä päivänä on kuitenkin noussut esille nuoria, jotka osaavat käyttää lammasta ruoanlaitossa muutenkin kuin vain pääsiäisenä ja se on edistänyt lampaan lihan menekkiä. Markkinoiden kehittämisessä joillekin jalostajille apua on ollut lähiruokapiireistä. Isoihin kauppoihin tulisi kumminkin saada lisää hyllytilaa ja niissä luomutuotteet täytyisi nostaa samanarvoisiksi tavanomaisten tuotteiden kanssa. Luomutuotteet tulisi sijoittaa hyllyihin katselukorkeudelle, jotta kuluttajat löytäisivät ja huomaisivat ne paremmin. Jalostajien mielestä olisi myös tärkeää saada luotua luomulle hyvä brändi, jotta asiakkaat olisivat kiinnostuneempia luomutuotteista. Luomun tiukkaa valvontaa tulisi myös markkinoinnissa korostaa, jotta asiakkaat ymmärtäisivät sen, kuinka valvottua tuotantoa luomu oikeasti on.

Joidenkin jalostajien mielestä keskisuomalainen luomu on arvostetumpaa kuin muualta Suomesta tuleva. Arvostusta kuitenkin toi se, että tuotteet olivat lähellä tuotettuja. Toisten mielestä taas keskisuomalainen luomu ei ole sen arvostetumpaa kuin muualta tuleva. Tässä katsottiin olevan myös vaikutusta sillä, että keskisuomalainen luomu on muita maakuntia paljon jäljessä. Jalostajien keskuudessa mielipiteet jakautuivat myös kahtia kysyttäessä suomalaisen luomun arvostusta verrattuna ulkomalaiseen luomuun. Toisten mielestä luomu on luomua, vaikka se tuotaisiin kauempaan. Tosin silloin tulee kysymykseen, onko tuotanto yhtä tiukasti valvottua kuin Suomessa. Viime kädessä kuitenkin kuluttajat päättävät, mitä he haluavat ostaa. Jos vastaavaa tuotetta ei ole saatavilla suomalaisena, he ostavat sen ulkomaalaisena. Keskisuomalaisen tuotannon tulisi kehittyä ja laajentua, jotta voitaisiin tarjota mahdolli-

simman paljon oman maakunnan tuotteita. Toisten mielestä taas luomu menettää tavallaan merkityksen, kun se tuodaan ulkomailta. Heidän mielestään luomu ja lähi-ruoka kulkevat hyvin pitkälle käsi kädessä.

Luomutuotannon nähdään kasvavan vuoteen 2020 mennessä. Keski-Suomen mahdollisuuden luomun lisäämiseksi ovat hyvät. Täällä on paljon pieniä tiloja, joilla olisi hyvät mahdollisuuden menestyä luomutuotannossa. Tuotantoa tulisi saada lisää, jotta kysyntään pystyttäisiin vastaamaan. Vaikka kysyntää on tällä hetkellä riittävästi, tulisi myös sitä saada lisättyä tai ainakin pidettyä se nykyisellään. Uusia tuottajia pitäisi kouluttaa ja tiedottaa enemmän, jotta he eivät joudu kohtaamaan samoja ongelmia kuin aikaisemmat sukupolvet.

5.3 Suoramyyntipisteet

Luomutuotanto nähdään myös suoramyyntipisteiden edustajien mielestä puhtaana ja turvallisena tuotantona. Ruokaa tuotetaan ympäristöä kunnioittaen ja kestävästi. Luomutuotannosta peltojen viljelykunnosta pidetään hyvää huolta niin, että ne säilyttävät viljavuutensa. Luomun heikkoutena nähdään taas alhaiset satotasot ja tuottajien vähyys. Jotta satotasojä saataisiin nostettua, täytyisi olla enemmän tutkittua tietoa luomutuotannosta. Kiinnostus luomua kohtaan on noussut tasaisesti viime vuosien aikana, eikä viime vuoden nousu ole ollut mitenkään tästä poikkeava. Kysyntää on tällä hetkellä runsaasti.

Luomun tuotteiden määrään myymälöissä vaihtelee paljon. Esimerkiksi Jyväskylän seudulla tuotteiden saanti on parempaa kuin pohjoisemmassa Keski-Suomessa. Jyväskylässä myynnissä on myös paljon ulkomaalaista luomua. Muissa suoramyyntipisteissä on keskitytty enimmäkseen lähituotteiden myyntiin, ei niinkään luomutuotteisiin. Luomutuotteita näissä myymälöissä onkin vain muutamia. Myymälöissä kerrotaan, että luomutuotteita otettaisiin myyntiin enemmänkin, jos vain tarjontaa olisi saatavilla. Eteläisemmän Keski-Suomen tuotteet jäävät hyvin pitkälti Jyväskylään myyntiin eikä tuotteita riitä enää pohjoisemmille paikkakunnille.

Luomun markkinoiden ongelmana nähdään myös Keski-Suomen luomun hajanaisuus. Tuottajat eivät ole kovinkaan verkostoituneita, mikä voi osaltaan johtua tuottajien vähyydestä. Suoramyyntipisteiden haastatteluissa nousee myös esille tuottajien listaus, josta heidän yhteystietonsa löytyisivät helposti eikä tietoa tarvitsisi hankkia monen mutkan kautta. Ihmiset eivät välttämättä viitsi alkaa etsimään kanavia, mitä kautta luomutuotteita saataisiin. Eivätkä he välttämättä edes tiedä, mistä tuotteita voisi kysyä. Ihmisten tietoisuutta luomusta tulisi lisätä, jotta heillä olisi parempi käsitys siitä, mitä se oikeasti on. Tällä keinolla voitaisiin vähentää myös ennakkoluuloja luomua kohtaan. Tuottajien taas tulisi kehittää heidän markkinointitaitojaan ja tuoda tuotteitaan enemmän esille. Haastateltavien mielestä olisi hyvä, jos tuottajat tulisivat itse tarjoamaan tuotteitaan myyntiin.

Luomutuotteiden kysyntään pohjoisessa Keski-Suomessa vaikuttaa tuotannon vähyyks. Jos tarjolla olisi enemmän luomutuotteita, voitaisiin vastata paremmin kysyntään. Tuotanto määrät ovat hyvin pieniä, joten tarjonta ei välttämättä ole aina tasaista, vaan voi olla, ettei tuotetta toisinaan ollenkaan saatavilla. Myös luomutuotteiden kallis hinta voi olla kysynnän esteenä. Tuotteen tunnetuksi tekeminen lisäisi kysyntää, mutta mainonta on hyvin kallista pienille tuottajille. Nykypäivänä luomutuotteita saa kätevästi ja helposti tilattua netistä. Myös marketeissa luomutuotteiden valikoima on lisääntynyt huomattavasti. Ongelmana marketeissa on luomutuotteiden erotuminen muista tavanomaisista tuotteista. Kuluttajat löytäisivät tuotteet helpommin, jos ne merkittäisiin valikoimassa näkyvämmiin. Haastateltavien mielestä tuottajien tulisi tulla enemmän esille, jotta he olisivat myös lähempänä kuluttajia. Esittelemällä ja markkinoimalla tuotteitaan he voisivat saada tuotteitaan paremmin kaupaksi ja kuluttajilla olisi mahdollisuus myös kysyä niistä.

Luomutuotteiden saatavuus riippuu alueesta, missä asuu. Jyväskylässä saatavuus on pääosin riittävää, mutta kauempana saatavuus on heikompa. Valikoimaan toivottaisiin lisää tuoreita tuotteita kuten vihanneksia, juureksia, kalaa ja lihaa. Myös välipalatuotteet, snacksit ja muut pienet naposteltavat olisivat tervetulleita.

Tuotteiden hintaan vaikuttaa luomussa samat seikat kuin tavanomaisessa tuotannossa. Luomussa kuitenkin tuotantokustannuksia saattaa syntyä enemmän kun tuotanto

on pienimuotoisempaa. Luomutuotannon katsotaan vaativan myös enemmän käsi-työtä. Lisäksi luomun vuoroviljelyllä on vaikutusta tuotantokustannuksiin, kun tuotteita ei pystytä tuottamaan niin suuria määriä osan pelloista ollessa viherlannoituksella. Tuotteiden markkinointi tuo myös oman osansa kokonaishintaan. Pienemmissä kaupoissa voi myös olla suuremmat katteet tuotteilla. Luomutuotteiden myynti osuutta oli suoramyyntipisteiden hyvin vaikea arvioida, koska luomutuotteita oli myynnissä vain muutamia. Myynnin vähyyteen vaikutti myös joidenkin tuotteiden kohdalla, että tuotetta on myynnissä myös päivittäistavara-kaupoissa. Jyväskyläläisessä myymälässä tuotteista noin 90 % on luomua, joten siellä tuotteiden myynnin osuus on suuri.

Keskisuomalaista luomua pidetään pääosin Keski-Suomessa arvostetumpana kuin muualta Suomesta tulevaa luomua. Tähän vaikuttaa hyvin pitkälle lähiruoka-ajattelu. Joidenkin mielestä keskisuomalainen luomu voi olla myös puhtaampaa kuin esimerkiksi Etelä-Suomesta peräisin oleva. Monet luomun ostajat arvostavat luomua oli se sitten minkä maalaista hyvänsä, mutta toisille taas kotimaisuus voi olla merkittävä tekijä. Toisten mielestä luomun tulee olla ehdottomasti lähellä tuotettua. Kaikki haastateltavat olivat sitä mieltä, että luomutuotanto tulee tulevaisuudessa lisääntymään. Tuotanto laajenee, tuottajia tulee lisää ja tuotevalikoimat kasvavat. Tuottajien toivotaan tuovan tuotteitaan enemmän esille tulevaisuudessa.

5.4 Kauppaketjut

Luomun puhtaus ja tuotanto ilman lannoitteita ja torjunta-aineita nostetaan myös kauppojen puolella luomun vahvuudeksi. Vastaan on myös tullut, että joidenkin mielestä luomutuotteet maistuvat paremmille kuin tavanomaisesti tuotetut. Kesäisin tuotteiden vahvuutena voidaan pitää myös tuoreutta. Silloin tuotteet, kuten kasvikset ja juurekset, tulevat lähestulkoon suoraan pellostä kauppojen hyllyille. Luomutuotannon heikkoutena pidetään saatavuutta sekä korkeaa hintaa, jotka johtuvat pienistä satotasoina sekä pienimuotoisemmasta tuotannosta kuin tavanomaisessa tuotannossa. Joitakin tuotteita ei pystytä tarjoamaan jatkuvasti johtuen tuotteiden heikosta saatavuudesta. Luomu työllistää enemmän myös kauppiaita. Luomutuotteet

täytyy pitää tarkasti erillään tavanomaisista, mikä aiheuttaa ylimääräistä suunnittelua ja järjestelyä. Esimerkiksi tavanomaisia ja luomutuotteita ei voi sijoittaa vierekkäin, koska niiden erillään pysymisestä ei ole takeita.

Kysyntä ja saatavuus vaikuttavat suuresti luomutuotteiden määrään kauppojen valikoimassa. Kauppiaille pelkkä kysyntä ei riitä, vaan tuotteiden täytyy mennä myös kaupaksi, jotta niitä voitaisiin jatkossakin pitää valikoimassa. Saatavuus ja sen epä-säännöllisyys vaikuttaa myös tuotteiden määrään valikoimassa. Talvella saatavuus on vähäisempää kuin kesäisin, jolloin saadaan paljon tuoreita vihanneksia ja kasviksia. Lihasta ja kasviksista tuntuu olevan tällä hetkellä suurin kysyntä. Epäsäännöllisyys ja pienet tuotantomäärät haittaavat kauppojen myyntiä. Aina ei ole takeita saadaanko kerran myynnissä olevaa tuotetta vielä lisää kauppoihin. Kauppojen hyllytila rajoittaa myös luomutuotteiden ottamista myyntiin. Tuote voi viedä jonkin muun tuotteen paikan eikä ole välttämättä kannattavaa pitää hyllyissä tuotteita, jotka eivät mene yhtä hyvin kaupaksi kuin jokin muu vastaava tuote. Korkealla hinnalla on myös vaikutusta siihen, otetaanko tuotetta myyntiin. Jos tuotteen hinta on liian korkea, ei kukaan suostu sitä ostamaan.

Luomutuotteiden markkinoilla ei näyttäisi kauppiaiden mielestä olevan esteitä, ainoastaan hidasteita. Alkutuotanto puolella ongelmana nähdään luomuteurastamojen vähyyttä, josta seuraa eläinten kuljetusmatkojen kasvaminen. Kaupanpuolella esteitä aiheuttavat vuodenaikojen aiheuttama epätasainen saanti. Marjoja ja kasviksia on saatavilla hyvin vähän, vaikka niille kysyntää olisikin. Tuotteiden hinnat tuovat myös oman vaikeutensa, sekä kauppojen myyntitilojen rajallisuus. Luomun markkinoita voitaisiin kehittää kauppiaiden mielestä panostamalla tuotteiden esillelaittoon ja tiedottamiseen. Tuotteiden tulisi näkyä niiden omilla paikoillaan, jotta kuluttajat löytäisivät ne helpommin. Luomutuotteiden hintasuhde tulisi saada lähemmäksi tavanomaisia tuotteita. Lisäksi luomua tulisi tuoda enemmän esille mediassa. Kauppiat ovat huomanneet, että jos luomu on esillä mediassa, sillä on heti nähtävissä suora vaikutus kysyntään. Myös tuotteiden imago, niiden saatavuus ja ihmisten tietämys lisäävät luomutuotteiden kysyntää.

Luomutuotteiden hintaan vaikuttaa luomun työläys, satotasot, vuodenaajat ja logistiikka. Luomutuotanto on paljon pienimuotoisempaa kuin tavanomainen tuotanto ja luomuleiman saaminen vaati myös oman työnsä. Hinta kappaletta kohti nousee pienien erien vuoksi. Luomutuotteet ovat myös saaneet kalliin tuotteen leiman ja usein kuluttajien keskuudessa luomu mielletään aina kalliimmaksi kuin tavanomainen. Tosiasiassa joidenkin tuotteiden hinta voi olla sama kuin tavanomaisen tai jopa alhaisempi. Tästä leimasta tulisi päästä eroon, jotta tuotteet kävisivät paremmin kaupaksi.

Kauppiaiden mielestä luomutuotteet tavoittavat kuluttajat pääsääntöisesti hyvin. Saamalla tuotteita päivittäistavarakauppoihin ovat ne kaikkien kuluttajien tavoitettavissa. Kun tuotteilla on laajempi jakelu, voidaan myös tuotteiden hintaa mahdollisesti saada alemmaksi. Tarjontaa ja kysyntää on tällä hetkellä ainakin Jyväskylän seudulla hyvin, mutta saatavuudesta on kiinni saadaanko tuotteita kuluttajille. Pohjoisemmaksi mentäessä tuotteiden saatavuus heikkenee. Luomutuotteiden myynnin osuutta ei haastateltavilla kauppiaille ollut tiedossa. Luomun osuus vaihtelee hyvin paljon saatavuuden ja vuodenaikojen mukaan. Kesäisin sen osuus nousee huomattavasti. Valikoimiin toivottaisiin lisää kasviksia ja juureksia sekä lihapuolelle jatkuvuutta, jotta sitä pystyttäisiin pitämään tarjolla jatkuvasti.

Kauppiaiden mielestä keskisuomalainen luomu on arvostetumpaa, jos itse asuu Keski-Suomessa. Kuluttajat ostavat mieluummin lähellä tuotettuja tuotteita. Suomalainen on aina arvostetumpaa kuin ulkomaalainen. Ulkomaalaista luomua pidetään yhtä luomuna vain silloin, kun vastaavaa tuotetta ei ole saatavilla suomalaisena kuten hedelmit. Muuten kuluttajat ostavat aina suomalaista vastaavaa tuotetta. Keskisuomalaisen luomutuotannon nähdään tulevaisuudessa olevan yhä vahvasti pinnalla, kunhan vastaan ei tulisi minkäänlaisia skandaaleita, jotka romuttaisivat luomun vahvan aseman.

5.5 Ruokapiirit

Keski-Suomessa on tällä hetkellä seitsemän lähiruokapiiriä, jotka on perustettu Japary:n toimesta. Ensi kesänä on tarkoitus perustaa pari ruokapiiriä lisää pohjoisempaan

Keski-Suomeen. Lähtökohtaisesti ruokapiireissä puhutaan lähiruoasta, koska Keski-Suomesta ei löydy mahdollisesti paljon luomutuottajia. Luomutuotteita otetaan kuitenkin mukaan ruokapiirien tarjontaan, jos sellaisia on vain saatavilla. Ruokapiireissä on tullut esille, että tuottajien näkökulmasta luomun heikkoudeksi nousee byrokraattisuus. Pienille tuottajille byrokratiaa on liikaa, eikä heillä välttämättä ole riittävästi resursseja, aikaa tai osaamista. On myös paljon tuottajia, jotka eivät käytä lannoitteita tai kasvinsuojeluaineita, mutta he eivät ole valmiita ottamaan seuraavaa askelta luomuvalvonnan piiriin liittymiseksi.

Ruokapiirien näkökulmasta luomutuotantoketjuja tulisi kehittää niin, että kuluttajat löytäisivät luomun paremmin. Täytyisi löytää oikeat kanavat, mitä kautta luomutuotteet tavoittaisivat kuluttajat helpommin ketjun loppupäässä. Myös tuottajia pitäisi saada enemmän, jotta luomun saatavuus olisi turvattu. Isommissa kaupoissa ongelmaksi voi muodostua, että luomutuotteet ikään kuin hukkuvat muiden tuotteiden sekaan. Tämän vuoksi tuotteiden paikat tulisi merkitä paremmin ja selkeämmin, jotta kuluttajat huomaavat ne tavanomaisesti tuotettujen tuotteiden joukosta. Jos tuotteita ei nosteta riittävästi esille, ne eivät mene kaupaksi. Tästä seuraa taas etteivät kauppiat halua ottaa enää kyseistä tuotetta myyntiin. Tämän vuoksi olisi viisasta miettiä, onko paras tapa tavoittaa kuluttajat esim. suuren supermarketin, lähikaupan vai ruokapiirin kautta.

Hyvä puoli luomun ruokaketjussa ruokapiirien näkökulmasta on paikallisuus. Luomutuotantoketju säilyy luomussa lyhyenä ja ruoan alkuperä on näin helpommin jäljitettävissä. Kuluttajat myös tietävät, mistä heidän ruokansa tulee. Heillä on myös matalampi kynnyksensä ottaa tuottajaan yhteyttä ja kysyä lisätietoja tuotteesta.

Lähiruokaa pidetään tällä hetkellä tosi isona trendinä, mikä on lisännyt ihmisten kiinnostusta sitä kohtaan. Tällä hetkellä kysyntä on korkeammalla kuin moniin vuosiin. Luomun kysyntää lisää myös se, että se on hyvin paljon esillä mediassa. Lähes joka päivä näkee televisiossa tai lehdessä jutun luomu- tai lähiruoasta. Kun luomu on mediassa esillä, sillä on suuri vaikutus kysyntään. Nykypäivänä ihmisten tietämys ja kiinnostus luomusta on lisääntynyt. Ihmiset osaavat myös tulla kysymään luomua. Ruokapiirien parissa on tullut myös huomattua, että noin 30–40 –vuotiaat perheelliset

ihmiset, joilla on pieniä lapsia, kiinnostuvat luomusta siinä vaiheessa, kun he alkavat pohtia, millaista ruokaa lapsille halutaan syöttää.

Luomutuotteiden markkinoiden ongelmana nähdään tällä hetkellä sen marginaaliosuus koko tuotannosta. Tuotannon vähyyys on eräänlainen pullonkaula luomun markkinoilla. Kun tuotteita on vähän tarjolla, kauppias ei voi olla varma saatavuuden jatkuvuudesta. Erät ovat hyvin pieniä ja satunnaisia, mikä vaikuttaa helposti siihen, ottaako kauppias niitä ollenkaan myyntiin. Tuottajia tulisi saada Keski-Suomeen lisää, jotta tarjonta olisi riittävää. Luomutuotanto ei ole enää nykypäivänä vain pienen ihmisryhmän juttu, vaan sitä ostavat ihmiset laidasta laitaan. Luomutuotteiden kallista hintaa on pidetty markkinoiden esteinä, mutta tänä päivänä on paljon ihmisiä, jotka ovat valmiita maksamaan niistä enemmän.

Ruokapiirien näkökulmasta markkinoita voitaisiin kehittää jonkun isomman tahon kautta, joka hoitaisi luomun näkyvyyden ja markkinoinnin. Tuottajien resurssit ja osaaminen markkinointiin ovat hyvin rajalliset, joten olisi hyvä, jos isompi taho ottaisi sen hoitaakseen. Esimerkiksi nousi Reilun kauppa, jossa yksi taho hoitaa markkinointia. Tällainen vastaava järjestelmä voisi olla myös luomulla. Mediassa ei ole myöskään vielä tähän mennessä ollut mitään suurempaa mainoskampanjaa luomusta. Sellaisella pystyttäisiin lisäämään luomun näkyvyyttä ja kuluttajat tulisivat tietoisemmiksi luomutuotannosta.

Keskisuomalaista luomua voitaisiin kehittää myös näillä samoilla keinoilla. Oikeat kanavat tuotteiden myyntiin, valtakunnallinen markkinointi ja tuotteiden esille nosto kaupoissa voisivat edistää myös Keski-Suomen luomua. Lisäksi tuottajille pitäisi saada lisää koulutusta, tiedotusta ja yleistä innostusta luomua kohtaan. Tuottajien mielikuvat luomun byrokraattisuudesta ja vaikeudesta tulisi myös saada häivytettyä. Lisäämällä tuottajien tietoisuutta luomutuotannosta voitaisiin Keski-Suomeen saada lisää luomutuottajia.

Keski-Suomen ruokapiireissä halutaan suosia paikallisia tuottajia. Monen mielestä myös luomuruoka kytkeytyy hyvin vahvasti lähiruokaan. Tavallinen kuluttaja ei välttämättä näe mitään eroa luomun ja lähiruoan välillä. Monet ostavat myös lähellä

tuotettuja tuotteita, jotta rahat pysyisivät omassa kunnassa tai maakunnassa. Myös suomalaista ruokaa arvostetaan enemmän kuin ulkomailta tulevaa. Havaittavissa on että monet suosivat paikallista tuotteita mieluummin kuin ulkomaalaista luomua. Tämä riippuu kuitenkin hyvin paljon tuotteesta, esimerkiksi hedelmien kohdalla tämä ei päde.

Ruokapiirien näkökulmasta keskisuomalaisen luomutuotannon tulevaisuus näyttää hyvältä. Kysynnän ja tuottajien määrän toivotaan lisääntyvän. Kysyntä näyttäisi olevan tälläkin hetkellä kohdillaan, mutta toivottavasti se ei vielä olisi aivan huipussaan. Luomutuotannon prosenttiosuuden uskotaan myös suurenevan.

5.6 Hallinto

Hallinnon näkökulmasta luomun heikkoutena voidaan pitää sitä, että ihmiset sekoittavat sen helposti luonnosta kerättäviin elintarvikkeisiin. Ihmiset eivät myöskään ymmärrä, miksi luomu on hallinnollisesti niin säädeltyä. Elintarvikkeiden puhtautta taas pidetään luomun suurimpana vahvuutena. Keski-Suomen tilat ovat melko pieniä ja joillekin se on aiheuttanut markkinoinnissa ongelmia. Pienten tilojen on hyvin vaikea saada tuotteitaan kauppojen hyllyille. Joillekin viljelijöille merkitystä voi olla vain luomusta saatavalla tukipotilla. Tällöin he eivät välttämättä viitsi tutustua tarpeeksi hyvin säädöksiin, mistä seuraa taas ongelmia. Hankalaksi koettavia kohtia luomulainsäädännössä on esimerkiksi kirjanpitovelvollisuus, valkuaisen saanti ja laidunnus. Jotkut viljelijät haluaisivat vain viljellä eikä heitä kiinnostaisi pitää tekemisistään niin tarkkaa kirjanpitoa. Heidän mielestään paperityötä on luomussa aivan liikaa. Valkuaisen saanti ja erityisesti sonnien laidunnuksen järjestäminen ovat myös sellaisia kohtia, joita pidetään hankalana toteuttaa. Hallinnon edustaja toivoisi, että keskusviraston tulkinnat säännöksistä eivät muuttuisi niin usein, esimerkiksi rinnakkaisviljelyluvan vaatimuksen tulkintaa on muutettu vuosittain.

Luomutuotantoketjua voitaisiin kehittää sillä, että luomutuotteita saataisiin myyntiin keskusliikkeiden ulkopuolelle sellaisiin kauppoihin, jotka eivät vaadi suuria eriä. Pienemmät liikkeet ja ruokapiirit huolivat pienempiä eriä, mutta niitä tulisi myös saada

päivittäistavarakauppoihin, jotta ne olisivat suuremman ihmismäärän tavoitettavissa. Keskisuomalaisen luomun edistämistä voitaisiin kehittää esimerkiksi hankkeen avulla, joka yhdistäisi luomun voimavaroja ja edistäisi markkinoita. Tällä hetkellä markkinoiden esteinä ovat keskisuomalaisten tilojen pienuus ja niiden pienet tuotantoerät. Keskisuomalaiset tilat sijaitsevat usein myös hieman syrjemmässä, mistä käsin voi olla hankalaa järjestää suoramyyntiä suoraan tilalta. Kauppaketjujen suhtautuminen pieniin eriin vaikuttaa myös luomun markkinoihin. Eteläisessä Suomessa luomun markkinointi on helpompaa kuin Keski-Suomessa, koska siellä tilat eivät sijaitse aivan niin syrjässä ja erillään toisistaan.

Keskisuomalaista luomua arvostetaan Keski-Suomessa lähiruoka-ajattelun kautta enemmän kuin muualta Suomesta tulevaa. Valtakunnallisesti ei kuitenkaan ole eroja siinä, mistä luomu tulee. Suomalaista luomua taas arvostetaan enemmän kuin ulkomaalaista luomua. Joskus on tultu kysymäänkin, että voiko esimerkiksi Etelä-Amerikasta tulla luomua. Luomu mielletään usein kuluttajien keskuudessa lähiruokaiksi. Poikkeuksen tekee kuitenkin tuotteet, joita Suomesta ei ole saatavilla. Luomutuotanto näyttää tulevaisuudessa kasvavan entisestään. Kysyntää on tällä hetkellä ja jalostajat ja tuottajat ovat heränneet vastaamaan siihen. Luomukursseilla on ollut paljon osallistujia ja näyttää siltä, että vuonna 2012 tulee edellisiä vuosia enemmän uusia luomuviljelijöitä.

5.7 Kuluttajat

Kuluttajien haastatteluissa noin puolet oli luomutuotteiden käyttäjiä ja puolet taas eivät ostaneet luomutuotteita. Luomuna ostettiin ruisleipää, sokeria, voita, perunaa, kananmunia, linssejä, hunajaa ja naudanlihaa. Yleisesti luomun ostamiseen vaikutti tuotteiden parempi maku ja laatu. Joidenkin tuotteiden kohdalla luomun ostamiseen vaikutti myös pienempi pakkauskoko. Kuluttajat, jotka eivät osta luomutuotteita kertoivat sen johtuvan muun muassa luomutuotteiden korkeammasta hinnasta. Osalle taas tuotteiden kotimaisuus oli merkittävämpi tekijä kuin luonnonmukainen tuotanto. Kuluttajien keskuudessa nousi esille se, että luomutuotteiden heikolla markkinoinnilla ja mainonnalla voisi olla osuutta heidän vähäiseen kiinnostukseensa luomua

kohtaan. He kertoivat myös, että jos luomua mainostettaisiin ja siitä tiedotettaisiin enemmän, voisi tilanne olla toinen. Kuluttajat haluavat, että tuotteet olisivat kau-poissa selkeämmin esillä, että ne erottuisivat tavanomaisista tuotteista. Hintoja pitäisi myös voida helposti vertailla tavanomaisiin tuotteisiin. Heidän mielestään nämä tekijät yhdessä vaikuttavat luomutuotteiden ostoon. Kuluttajat myös toivovat, että tuotteiden hinnat olisivat lähempänä tavanomaisesti tuotettuja tuotteita. Varsinkin opiskelijoiden keskuudessa näytti olevan kiinnostusta luomuun, mutta korkea hinta esti tuotteiden käytön. Joillakin kuluttajilla luomutuotteiden ostoa vähensi se että he itse kasvattivat lähes kaikki vihannekset ja juurekset. Heidän tuotantonsa ei kylläkään ollut virallista luomua, vaikkei siinä käytetä kasvinsuojeluaineita tai keinolannoitteita.

Luomun vahvuutena kuluttajien keskuudessa pidetään tuotteiden puhtautta, lisäai-neettomuutta, makua ja laatua. Luomutuotteita pidetään myös alkuperäisinä ja kä-sittelemättöminä. Heikkoutena pidetään taas tuotteiden huonoa saatavuutta varsin-kin vihannes- ja lihatuotteiden osalta. Lisäksi heikkoudeksi osoittautui myös tuotteiden korkea hinta. Kuluttajien mukaan kaupparyhmät hinnoittelevat luomutuotteet ylihintaisiksi siihen verrattuna, mitä tuottaja siitä saavat. Lisäksi osa kuluttajista on sitä mieltä, että kaupat ja tukut laittavat ala-arvoisia tuotteita esille, jotka pilaavat luomun maineen. Maitotuotteissa taas välikädet pilaavat luomun luonteen tuotteesta. Kuluttajien mielestä Kevytmaito ei ole enää luomua, koska se on käsiteltyä ja pro-cessoitua maitoa. Ainoana oikeana luomumaitona pidetään suoraan tankista tulevaa maitoa. Kysyttäessä, kuinka paljon enemmän luomutuotteesta ollaan valmiita mak-samaan, vastaukset vaihtelivat hyvin paljon. Toiset eivät olleet valmiita maksamaan luomutuotteista yhtään enempää kuin tavanomaisesti tuotetusta tuotteista. Suurin hinta oli 40 % enemmän kuin tavanomaisesta tuotteesta. Osan mielestä taas pelkkä luomu ei oikeuta ottamaan tuotteesta lisähintaa, koska luomun nimissä myydään kaikenlaista ”roskaa”. Heidän mielestään tuotteen tulee olla laadukas, jotta siitä voi-daan ottaa lisähintaa, oli tuote sitten tavanomaista tai luomua.

Luomutuotteiden saatavuus kuluttajien mielestä on tällä hetkellä melko hyvä, toisten mielestä taas tuotteita voisi olla enemmänkin tarjolla. Tuotteita kyllä saa, jos on val-mis hakemaan tuotteita esimerkiksi erikoismyymälöistä tai suoraan tilalta. Aivan joka kaupasta luomutuotteita ei välttämättä löydy, mutta suurempiin marketteihin tuot-

teita on tullut jo runsaammin. Suomalaisista tuotteista sen sijaan tuntuu olevan vähemmän tarjontaa ja siksi kuluttajat toivoisivatkin markkinoille enemmän suomalaisia luomutuotteita. Valikoimaan toivottaisiin enemmän marjoja, vihanneksia, lihaa ja snackseja. Mieluiten luomutuotteita ostetaan päivittäistavarakaupoista, suoramyyn- tipisteistä tai suoraan tuottajalta. Suoraan tuottajalta ostaessa hyvänä puolena on että raha menee suoraan tuottajalle eikä muille välikäsille. Kaikkien haastatteluun osallistuneiden kuluttajien mielestä tuotteet ovat arvostetumpia, jos ne tulevat läheltä. Kuluttajat pitivät hyvin suurella arvolla sitä, että tuotteet ovat suomalaisia.

Luomutuotannon tulevaisuudesta kysyttäessä mielipiteet jakautuivat kahtia. Toinen puoli pitää luomutuotannon tulevaisuuden näkymiä hyvinä ja uskoivat sen lisääntyvän lähi vuosina. Kuluttajien kiinnostuksen uskotaan lisääntyvän ja tuottajien määrän kasvavan. Myös maatalouspolitiikan vihertymisellä nähdään olevan vaikutusta luomutuotannon lisääntymiseen. Osa kuluttajista oli taas hyvin epävarmoja luomutuotannon tulevaisuudesta tai he eivät osanneet sanoa, kuinka se tulisi kehittymään tulevina vuosina. Kuluttajien mielestä näkymät eivät tule oleman kovin hyvät, jos luomun edistämiseksi ei tehdä mitään toimia.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET ONGELMISTA JA KEHITTÄMISEHDOTUKSET

Keski-Suomen luomutuotannon suurin pullonkaula näyttää tällä hetkellä olevan tuotannon vähyyks ja hajanaisuus. Kysyntä on selvästi lisääntynyt viime vuosien aikana, mutta tuotannon kehitys ei ole pysynyt samassa vauhdissa. Alalle tulisi saada lisää toimijoita, jotta suureen kysyntään pystyttäisiin vastaamaan paremmin. Myös yhteistyötä olisi helpompi kehittää, jos tuottajia olisi entistä enemmän. Nyt tilojen hajanaisuus luo omat ongelmansa tilojen väliselle yhteistyölle. Tilojen pieni koko ja tuotantomäärä ovat haittana myös tuotteiden saannissa markkinoille. Kaupat eivät mielellään ota kovin pieniä eriä myyntiin, varsinkin jos niiden saanti on vielä hyvin satunnaista.

Viljelypuolella rikkakasviongelmat, satotasojen vaihtelut ja luomutuotannon työläys ovat haittaavia tekijöitä. Viljelijät kaipaisivat aiheesta enemmän tutkittua tietoa ja koulutusta, jotta näihin tekijöihin pystyttäisiin vaikuttamaan. Luomutuotanto vaatii viljelijöiltä hyvin paljon osaamista ja taitoa, jotta tuotannossa pystytään onnistumaan hyvin. Luomutuotannon ohjeet ja lainsäädäntö tuovat vielä oman osuutensa tuotannon vaativuuteen. Tuotanto-ohjeisiin tulee perehtyä hyvin, jotta pystytään ja osataan täyttää niiden asettamat vaatimukset.

Haastatteluissa nousi myös esille joitakin kohtia joihin viljelijät ja jalostajat toivoisivat hieman lievennystä, jotta tuotantoketju saataisiin sujuvammaksi. Muun muassa teurastamojen ja myllyjen luomukelpoisuuden saantiin toivottaisiin heidän keskuudessaan huojennusta. Tällä hetkellä luomukelpoisia teurastamoja ja myllyjä ei löydy kovin montaa. Välimatkat venyvät usein pitkiksi ja se taas syö tuotannon kannattavuutta. Joillekin ongelmia on aiheuttanut myös eläinten laidunnusvaatimus, erityisesti sonnien laidunnuksen järjestäminen on ollut hankalaa. Viljelijöillä olisi paljon kiinnostusta jatkojalostukseen, mutta säädösten noudattaminen nähdään hyvin haasteellisena ja aikaa vievänä. Monen mielestä säädöksiin tarvittaisiin huojennusta, jotta viljelijät olisivat valmiimpia ryhtymään jatkojalostukseen. Tällä hetkellä kynnys siihen on liian suuri. Viljelijät kuitenkin pitävät luomun tiukkoja säädöksiä ja valvontaa osittain hyvänä asiana, mutta toivovat joidenkin asioiden kohdalla maalaisjärjen käyttöä.

Tietämättömyyttä niin kuluttajien kuin viljelijöiden keskuudessa pidetään ongelmallisena luomutuotannon kehittämisessä. Luomua tulisi enemmän markkinoida ja siitä tulisi tiedottaa enemmän, jotta ihmiset ymmärtäisivät todella, mitä se on. Monellekaan kuluttajalle ei näytä olevan selvää, että luomutuotanto on hyvin tarkasti valvottua. Jotkut näkevät luomutuotannon yhä vain luonnonsuojelijoiden juttuna. Jotkut viljelijöistä taas olettavat, että luomutuotanto on niin byrokraattista, ettei sen kanssa voi pärjätä. Tällaiset mielikuvat tuli saada kitkettyä pois, jotta luomutuotanto voisi saada enemmän jalansijaa. Jos Suomesta todella halutaan tehdä luomun suurvalta, täytyy luomun todellinen olemus tuoda ihmisten tietoisuuteen. Esittämällä ihmisille tutkittua tietoa luomusta voidaan saada ihmiset ymmärtämään, mistä oikeasti on kyse. Kuten haastatteluissakin tuli esille, luomun tulisi näkyä enemmän mediassa ja

sitä tulisi mainostaa myös valtakunnallisesti. Innostamalla ja tiedottamalla niin kuluttajia kuin tuottajia voitaisiin saada luomutuotantoa edistettyä.

Luomun maine kalliina tuotteina tulisi saada muutettua. Haastatteluissa nousi esille, että kuluttajat pitävät itsestään selvyutenä, että luomutuotteet ovat paljon tavanomaisia tuotteita kalliimpia. Osan haastatteluihin osallistuneiden kuluttajien kohdalla oli myös tämä huomattavissa. Kuluttajat, jotka eivät olleet koskaan käyttäneet luomutuotteita tai edes kiinnittäneet sen tarkempaa huomiota luomutuotteisiin, olettivat automaattisesti niiden olevan kalliimpia. Myös kauppiat ja tuottajat ovat huomanneet saman asian. Tämä mielikuva tulisi saada muutettua, koska kaupoista ja myymälöistä löytyy luomutuotteita, jotka ovat samanhintaisia tai vain muutaman sentin kalliimpia kuin tavanomaiset tuotteet.

Luomun markkinoinnista nousi esille, että sitä hoitamaan tulisi olla jokin isompi taho. Pienillä viljelijöillä ei välttämättä ole aikaa, resursseja tai osaamista hoitaa sitä. Luomua tulisi markkinoida valtakunnallisesti median välityksellä, jotta pienillä viljelijöillä olisi paremmat mahdollisuudet saada omia tuotteitaan myyntiin. Viljelijöiden ei näin ollen tarvitsisi panostaa niin paljon markkinointiin, kun suurempi taho olisi tehnyt pohjatyön jo valmiiksi. Mainostaminen lehdissä saati sitten televisiossa aiheuttaa suuren kustannuksen, eikä viljelijöillä ole välttämättä varaa siihen. Valtakunnallisella mainoskampanjalla voitaisiin edistää monen luomutuottajan markkinamahdollisuuksia ympäri Suomea.

Keskisuomalaisten luomutuotteiden markkinoiden esteenä on pienet tuotantomäärät. Isommilla tuotantomäärillä olisi helpompi päästä suurempiin kauppaketjuihin. Tulisi kuitenkin miettiä, mitä kautta tuotteet tavoittaisivat kuluttajat paremmin. Onko paras vaihtoehto suuri supermarketti tai lähikauppa vai kannattaisiko tuotteet sittenkin kaupata suoramyymyntipisteen tai ruokapiirin kautta. Suurien kauppojen etuna voi olla se, että tuotteet tavoittavat sitä kautta suuremman ihmisjoukon, mutta suoramyynnin ja ruokapiirien kautta ostavat ihmiset, jotka tietoisesti hakevat luomutuotteita. Suurissa kaupoissa taas luomutuotteet voivat helposti hukkuu runsaaseen valikoimaan, ellei niitä ole merkitty selvästi. Luomutuotteiden nostaminen katsekorkeudelle myymälässä voisi myös auttaa niiden myynnin edistämisessä.

Kauppiaat kaipaavat viljelijöiltä parempia markkinointitaitoja, jotta tuotteita saataisiin heille myyntiin. Viljelijöiden kannattaisi panostaa enemmän tuotteidensa esittelyyn. Jos tuotteet esitellään hyvin tökerösti, voi se luoda huonon vaikutelman ja kauppias ei välttämättä olekaan halukas ottamaan tuotetta myyntiinsä. Viljelijöille voitaisiin järjestää kursseja, joissa neuvotaan, kuinka tuotteita kannattaisi markkinoida. Suoramyyntipisteissä toivotaan myös, että viljelijät tulisivat enemmän esille ja tulisivat tarjoamaan enemmän tuotteitaan myymälöihin.

Monessa ryhmässä esille nousi Internet-sivusto, josta löytäisi keskisuomalaisten viljelijöiden yhteystiedot ja näkisi, mitä tuotteita viljelijöillä on tarjolla. Tällä hetkellä tuottajien yhteystietoja joudutaan hakemalla hakemaan. Haastatteluissa tuli esille, että Luomuliitto on aivan viimeaikoina laittanut viljelijöille tiedotteen, jossa halukkaita pyydetään ilmoittamaan yhteystietonsa tämän tapaista listausta varten. Viljelijöiden listauksesta löytyy esimerkkejä eri puolilta Suomea. Pirkanmaalla toimii Pirkanmaan luomulaituri -sivusto, joista löytyy tietoa luomusta ja paikallisten luomuviljelijöiden tuotteista ja palveluista (Pirkanmaan Luomulaituri 2012). Luoteis-Uudellamaalla toimii Vihdin Luomu ry, joka on paikallisten luomutuottajien perustama yhdistys. Kyseiseltä sivustolta voi valita tuotteen ja sen alta löytyvät tuottajat, joilta sitä saa. (Vihdin luomu ry 2012.) Lisäksi löytyy koko Suomen kattava Ekoviljelijät ry:n ylläpitämä keskustelupalsta, jossa viljelijät voivat ilmoittaa myynnissä olevat tuotteensa ja halukkaat ostajat voivat tätä kautta ottaa heihin yhteyttä (Ekoviljelijät ry 2012). Tämän tapaiset sivut olisi hyvä saada myös Keski-Suomen alueesta. Hyödyllistä olisi myös samanlainen listaus kauppiaista, jotka ovat halukkaita ottamaan luomutuotteita myyntiin. Näin viljelijät tietäisivät, kenelle tuotteita kannattaa tarjota.

Myös luomutukun perustaminen Keski-Suomeen voisi olla yksi vaihtoehto. Luomutukulla voitaisiin helpottaa luomuelintarvikkeiden löytämistä ja ostamista, sekä myös pienten tuottajien pääsyä markkinoille. Luomutukku ostaisi tuotteita viljelijöiltä ja toimittaisi niitä muun muassa koteihin, vähittäistavarakauppoihin, ravintoloihin, työpaikoille ja kouluihin. Asiakkaat voivat helposti tilata tuotteet Internetistä tai soittamalla ja tuotteet toimitettaisiin heille seuraavan viikon aikana. Luomutukuista esimerkkejä löytyy Espoosta Suomen Luomutukku Oy, joka toimii koko Suomen alueella

(Suomen Luomutuokku Oy 2012). Tampereelta puolestaan löytyy Luomulaatikko Oy ja Oulun seudulta Viskaalin kauppa (Luomulaatikko Oy 2012; Viskaalin kauppa 2012.)

7 POHDINTA

Opinnäytetyössä nousi esille Keski-Suomen luomutuotannon ongelmakohtia, mitkä olivat jo pitkälti tiedossa valtakunnallisella tasolla tehtävissä selvityksissä. Keski-Suomi on kuitenkin herännyt muita maakuntia jäljessä luomun kasvun kehittämiseen. Muissa maakunnissa tuotanto on lisääntynyt kysynnän mukana, mutta Keski-Suomessa tähän kasvuun ei ole osattu vastata. Keski-Suomella on kyllä kaikki edellytykset kehittyä luomumaakuntana samalle tasolle kuin muiden maakuntien kanssa. Viljelijät ovat alkaneet pikkuhiljaa kiinnostumaan yhä enemmän luomusta, ja näillä näkymin uusia viljelijöitä on tulossa lisää enemmän kuin moniin vuosiin. Luomun esiintyminen mediassa on saanut aikaan myös kuluttajien kiinnostuksen heräämisen, mutta ihmiset eivät vielä ole täysin perillä siitä, mitä luomustatuksen takana on.

Haastatteluissa tuli esille, että Keski-Suomessa kysyntä on kasvanut, mutta luomutuotteita ei osata vielä pitää niin suuressa arvossa kuin esimerkiksi Etelä-Suomessa. Keski-Suomessa lähiruokaa arvostetaan paljon. Paikallinen lähiruoka menee usein luomun ohitse kuluttajien ostosvalinnoissa ja suomalaisia elintarvikkeita pidetään jo itsessään hyvin puhtaina ja arvostettuina. Usein ulkomaalaiset luomutuotteet jäävätkin toiseksi, jos valittavana on vastaava suomalainen tuote. Keski-suomalaisten kiinnostusta paikallisia tuotteita kohtaan tulisi käyttää hyväksi ja tuoda markkinoille lisää oman alueen luomutuotteita. Luomua tulisi myös mainostaa ja kuuluttaa enemmän, jotta luomutuotteet pystyisivät kilpailemaan kotimaisten tuotteiden rinnalla. Luomun merkitystä ja sen tiukkaa valvontaa tulisi korostaa entisestään, jotta kenellekään ei olisi epäselvää, mitä luomustatuksen saamiseksi vaaditaan. Tietoisuuden kasvaessa myös kiinnostus luomua kohtaan kasvaa ja näin saataisiin Keski-Suomeen uusia luomuviljelijöitä sekä kuluttajia. Kun kysyntä ja tarjonta ovat kunnossa, on siitä hyvä lähteä kehittämään yhteistyötä ja tuotantoketjua.

Työssä esille tuli myös, että keskisuomalainen luomutuotanto on hyvin hajanaista eivätkä viljelijät tunne toisiaan. Tästä taas seuraa, etteivät he pysty hyödyntämään toisten viljelijöiden osaamista ja hyväksi havaittuja toimintamalleja. Myös yhteistyön kehittäminen on hyvin haastavaa eripuolilla asuvien luomuviljelijöiden kesken. Kuluttajat ovat myös kokeneet luomutuotteiden löytämisen hyvin haastavaksi ja tämän vuoksi keskisuomalaisten luomutuottajien listaus olisi oiva ratkaisu tähän ongelmaan. Esimerkkejä paikallisten tuottajien yhteystietojen keräämisestä Internet-sivustoille löytyy ympäri Suomea. Tästä olisi hyötyä niin kuluttajille, kaupoille kuin viljelijöillekin. Kuluttajat ja kaupat voisivat kätevästi löytää tarvitsemansa tuotteet ja pystyisivät ottamaan viljelijöihin yhteyttä. Viljelijät taas pystyisivät näin näkemään, mitä toiset viljelijät tuottavat ja mahdollisesti kysymään heiltä neuvoja tai tuomaan uusia tuotteita markkinoille. Näin pystyttäisiin mahdollisuuksien mukaan kehittämään keskisuomalaisten luomutuotteiden tarjontaa ja saatavuutta. Sivuston tekeminen voisi mahdollisesti olla opinnäytetyön aihe.

Keski-Suomen luomutuotannossa on havaittavissa samoja ongelmia kuin muuallakin Suomessa. Luomun markkinoiden kehitystä hankaloittaa epätasapaino luomusadon ja kuluttajille tarjolla olevien luomutuotteiden kesken. Keski-Suomessa on 159 luomutilaa, mutta vain pieni osa niillä tuotetuista luomurehuista esiintyy markkinoilla luomukotieläintuotteina, aivan kuten muissakin maakunnissa. Luomun satotasot ovat alhaisempia kuin tavanomaisessa tuotannossa ja tähän vaikuttavat muun muassa rikkakasvit, kasvitaudit ja tuholaiset. Näiden ongelmien poistamiseksi vaadittaisiin uutta tutkittua tietoa, jotta satotasot saataisiin lähemmäksi tavanomaisen tuotannon tasoa. Myös viljelijöiden hyväksi havaitsemat toimintamallit tulisi saada esille ja toisten viljelijöiden tietoon. Yhteistyötä vaadittaisiin siis tässäkin. Keski-Suomen alueella luomutuotannon viljelytekniisiin ongelmiin ratkaisuja voitaisiin selvittää esimerkiksi Jyväskylän ammattikorkeakoulun Luonnonvarainstituutissa tai jonkin hankkeen toimesta.

Opinnäytetyössä käy selväksi, että Keski-Suomen luomutuotannon kehittämiseen esteet ovat hyvin pitkälti samoja kuin muuallakin Suomessa, mutta täällä ongelmiin ei ole osattu puuttua eikä luomutuotannon kehittämiseksi ole järjestetty tarpeeksi toimia. Keski-Suomessa luomutuotanto on paljon vähäisempää, minkä vuoksi luomua

kohtaan tulisi herättää lisää kiinnostusta, jotta uusia viljelijöitä ja kuluttajia tulisi lisää. Myös nykyiset luomuviljelijät tulisi saada kiinnostumaan luomutuotteidensa markkinoinnista. Viljelijöiden yhteystietosivusto olisi hyvä keino lähteä kehittämään luomutuotantoa Keski-Suomessa. Sen myötä voitaisiin saada heräteltyä myös muuta luomua edistävää toimintaa.

Luomun markkina- ja kuluttajatietouden kehittämistä ja tekemistä varten olisi hyvä olla hanke vetämään toimintaa. Luomun kehittämishanke voisi järjestä tilaisuuksia ja opintoretkiä luomuviljelijöille ja luomuviljelyyn aikoville viljelijöille. Näin myös uudet ja vanhat luomuviljelijät kohtaisivat ja voisivat jakaa toisilleen osaamistaan. Hanke voisi myös lähettää viljelijöille tiedotteita luomutuotannon markkinatilanteesta, viljelyteknisistä asioista, hankkeen toiminnasta ja muusta sellaisesta. Kuluttajille taas voitaisiin jakaa yleistä tietoa luomusta. Hankkeen tavoitteena olisi saada aikaan Keski-Suomeen toimiva luomun yhteistyöverkosto. Sen yhtenä tehtävänä voisi olla juuri Internet-sivuston tekeminen, joka kokoaisi yhteen niin kuluttajat, tuottajat, suurkeittiöt kuin kaupatkin. Hyvänä esimerkkinä pidän Pirkanmaan luomu- ja lähiruokahanketta, joka on saanut aikaan muun muassa Pirkanmaan Luomulaituri – sivuston. Tämän kaltainen hanke olisi erittäin tarpeellinen myös Keski-Suomessa. ProAgria Keski-Suomi tai Jyväskylän ammattikorkeakoulu voisivat olla mahdollisia hankkeen vetäjiä.

Keski-Suomen luomun kehittämiseksi tulisi saada painotusta myös seuraavasta Manner-Suomen maaseudun kehittämissuunnitelmasta. Ohjelmassa olisi hyvä olla toimenpiteitä luomumarkkinoiden kehityksen ja luomutuotantotekniikan tutkimisen edistämiseksi. Suomen maabrändi työryhmän tavoite nostaa Suomen luomupeltoala 50 % koko maan peltoalasta vuoteen 2030 mennessä voisi toteutua, jos kaikki mahdolliset tahot panostaisivat luomun kehitystyöhön. Tällä hetkellä tavoite näyttäisi vielä olevan saavuttamattomissa, jollei luomutuotantoon aleta panostaa tulevina vuosina entistä enemmän.

Opinnäytetyön tekeminen oli niin mielenkiintoista kuin haastavaakin. Tutkimuksen tekeminen haastattelemalla oli oikein hyvä ratkaisu, vaikka sitä aluksi hieman vieroksuinkin. Yllätyin myös siitä, kuinka positiivisesti haastateltavat suhtautuivat selvitykseen ja olivat valmiita kertomaan omia mielipiteitään. Haastatteluissa sain tavata

monta mielenkiintoista henkilöä, joilla oli erittäin monipuolisia ja kattavia vastauksia kysymyksiini. Haastattelukysymyksiä olisi ehkä ollut tarpeen vielä miettiä tarkemmin, jotta olisi saatu selville myös enemmän hyviä toimintamalleja. Haastavin osuus opin- näytetyössä oli ehkä tulosten analysointi ja kehitysehdotuksien tekeminen. Mielekäs aihe vaikutti suuresti siihen, että opinnäytetyö edistyi aikataulussaan.

Opinnäytetyöstäni uskon olevan apua Keski-Suomen luomutuotannon kehittymiselle. Toivon että tämän selvityksen myötä Keski-Suomessa aletaan tehdä enemmän toi- mia, joilla pystytään edistämään luomutuotantoa. Luomutuotannon kehittämishank- keella saataisiin varmasti vietyä luomutuotantoa maakunnassa eteenpäin. Suomesta löytyy hyviä esimerkkejä luomun edistämishankkeista, joista voitaisiin ottaa mallia myös Keski-Suomessa. Keski-Suomella on kaikki edellytykset menestyä luomumaa- kuntana, kunhan siihen vain panostettaisiin enemmän.

LÄHTEET

Hakuopas. 2012. Maaseutuviraston julkaisuja: Hakuoppaita ja ohjeita. Viitattu 4.4.2012.

http://www.mavi.fi/attachments/mavi/viljelijatuet/hakuopas/65piJiGJn/Hakuopas_suomi_netti.pdf

Hannila P. & Kyngäs P. 2008. Teemahaastattelu laadullisessa tutkimuksessa. Opinnäytetyö, Helsingin ammattikorkeakoulu. Viitattu 20.1.2012.

<http://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/38214/stadia-1210852529-2.pdf?sequence=1>

Ekoviljelijät ry. 2012. Luomua suoraan maalta. Viitattu 1.4.2012.

<http://www.ekoviljelijät.fi>, luomua suoraan maalta. 9.3.2012.

Koikkalainen, K. Seuri, P. Koivisto, A. Tauriainen, J. Hyvönen, T. & Regina, K. 2011. MTT raportti 36, Luomu 50 – mitä tarkoittaisi, jos 50 % Suomen viljelyalasta siirtyisi luomuun. MTT 2011.

Leskinen, M. Pöytäniemi, E. & Väisänen, H. 2004. Luomuelintarvikkeiden jatkojalostus.

Luonnonmukainen tuotanto. 2012. Artikkelit maa- ja metsätalousministeriön sivustolla. Viitattu 9.2.2012. <http://www.mmm.fi>, maatalous, maataloustuotanto, luonnonmukainen tuotanto.

Luonnonmukainen viljely. 2007. Maa- ja metsätalousministeriön ohje. Maatalouden ympäristötuen erityistuet. Viitattu 4.4.2012.

http://www.mavi.fi/attachments/mavi/ymparistotuki/5FyEZsrMr/Luomu_2007.pdf

Luonnonmukaisen tuotannon ohjeet 1. 2010. Eviran ohje 18219/3. Viitattu 9.2.2012.

http://www.evira.fi/files/attachments/fi/evira/asiakokonaisuudet/luomu/lomakkeet_ja_ohjeet/tuotanto-ohjeet/luomuohje_1_yleis-kasvis_3_painos_05072010.pdf

Luomulaatikko Oy. 2012. Viitattu 23.4.2012. <http://www.luomulaatikko.com>.

Luomumarkkinan arvo kasvoi 46 prosenttia vuonna 2011. Luomuliiton tiedote 6.2.2012. Viitattu 10.2.2012. <http://www.luomuliitto.fi>, uutiset.

Luomumarkkinoiden kehittämisen strategiaryhmä. 2006. Luomumarkkinoiden kehittämisen strategiset tavoitteet 2007-2015. 3.10.2006.

Luomumerkki. 2011. Luomumerkit kertovat valvotusta tuotannosta. Viitattu 16.2.2012. <http://www.kuluttajavirasto.fi>, Eko-ostaja, Ympäristömerkit, Luomumerkki.

Luomu pähkinänkuoressa. 2012. Artikkelit Eviran sivustolla. Viitattu 9.2.2012. <http://www.evira.fi>, luomu, luomu pähkinänkuoressa.

Lätti, M. Koikkalainen, K. Kuismanen, M. & Lötjönen T. 2006. Luomutilojen yhteistyö. Työtehoseurannan julkaisuja 396. Helsinki 2006.

Organic farming. 2012. Viitattu 5.3.2012. <http://www.swissworld.org>, economy, farming, organic farming.

Pirkanmaan luomulaituri. 2012. Viitattu 10.4.2012. <http://www.luomulaituri.fi>.

Pro Ruokakulttuuri -hanke. 2012. Viitattu 1.4.2012. <http://www.ruokacentria.com>, Pro Ruokakulttuuri.

Rajala, J. 2004. Luonnonmukainen maatalous.

Rintamäki, H. 2011. MTT raportti 30, Luomuviljatuotteiden hinnan muodostuminen. MTT 2011.

Suomen Luomutukku Oy. 2012. Viitattu 23.4.2012. <http://www.suomenluomutukku.fi>.

Toimijoiden ja tuotantoalojen yhteenveto Ely-keskuksittain 2011. Tiedote Eviran sivustolla. 31.12.2011. Viitattu 9.2.2012. <http://www.evira.fi/files/attachments/fi/evira/asiakokonaisuudet/luomu/tilastot/luomu2011ep.pdf>

Valvontajärjestelmät. 2012. Artikkelit Eviran sivustolla. Viitattu 9.2.2012. <http://www.evira.fi>, luomu, valvonta, valvontajärjestelmät.

Vihdin luomu ry. 2012. Viitattu 10.4.2012. <http://www.vihdinluomu.fi>.

Viskaalin kauppa. 2012. Viitattu 23.4.2012. <http://www.viskaalin.fi>.

LIITTEET

Liite 1. Viljelijöiden kysymykset

1. Mikä oli teille suurin syy luomuun siirtymisessä?
2. Mikä on suurin vahvuus luomussa?
3. Mitä heikkouksia luomussa on?
4. Mitä vaikeuksia teillä on ollut luomutuotannossa?
5. Miten em. ongelmat voidaan ratkaista?
6. Mitkä tilanne tuotteista myydään luomuna?
7. Jos jotakin tuotetta ei markkinoida luomuna, niin miksi ei?
8. Mitä pitäisi tehdä, jotta luomutuotteita lähtisi tilaltanne markkinoille?
9. Miten luomutuotantoketjua tulisi mielestänne kehittää?
10. Mitä hyviä puolia luomutuotantoketjussa on?
11. Olisiko teillä kiinnostusta tuotteidenne jatkojalostukseen?
12. Kuinka keskisuomalaista luomutuotantoa voitaisiin mielestänne edistää?
13. Onko keskisuomalainen luomu arvostetumpaa kuin suomalainen? Entä onko suomalainen luomu arvostetumpaa kuin ulkomaalainen?
14. Millaiset ovat luomutuotannon näkymät Keski-Suomessa vuoteen 2020 mennessä?

Liite 2. Jalostajien kysymykset

1. Mikä on suurin vahvuus luomussa?
2. Mitä heikkouksia luomussa on?
3. Mitkä tekijät lisäävät luomutuotteiden käyttöä jalostuksessanne?
4. Mitkä tekijät vähentävät tai estävät luomutuotteiden käyttöä jalostuksessanne?
5. Mitä hankaluuksia teillä on ollut luomutuotannossa?
6. Kuinka voitaisiin helpottaa luomutuotteiden jatkojalostusta?
7. Miten luomutuotantoketjua tulisi mielestänne kehittää?
8. Mitä hyviä puolia luomutuotantoketjussa on?
9. Kuinka luomuraaka-aineiden ja tuotteiden toimitus järjestetään?
10. Mitä esteitä luomutuotteiden markkinoilla on?
11. Kuinka luomun markkinoita voitaisiin kehittää?
12. Onko keskisuomalainen luomu arvostetumpaa kuin suomalainen? Entä onko suomalainen luomu arvostetumpaa kuin ulkomaalainen?
13. Millaiset ovat luomutuotannon näkymät Keski-Suomessa vuoteen 2020 mennessä?

Liite 3. Suoramyyntipisteiden kysymykset

1. Mikä on suurin vahvuus luomussa?
2. Mitä heikkouksia luomussa on?
3. Miten luomutuotteiden kysyntä on kehittynyt viimeisen vuoden aikana?
4. Mitkä tekijät lisäävät luomutuotteiden määrää valikoimassanne?
5. Mitkä tekijät vähentävät tai estävät luomutuotteiden määrää valikoimassanne?
6. Mitä esteitä luomutuotteiden markkinoilla on?
7. Kuinka luomun markkinoita voitaisiin kehittää?
8. Mitkä seikat vaikuttavat luomutuotteiden kysyntään?
9. Kuinka luomutuotteet tavoittaisivat kuluttajat paremmin?
10. Mitkä tekijät vaikuttavat luomutuotteiden hintaan?
11. Minkälainen osuus luomutuotteilla on myynnistä?
12. Onko luomutuotteiden saatavuus riittävä? Mitä tuotteita toivoisitte lisäksi valikoimaan?
13. Onko keskisuomalainen luomu arvostetumpaa kuin suomalainen? Entä onko suomalainen luomu arvostetumpaa kuin ulkomaalainen?
14. Millaiset ovat luomutuotannon näkymät Keski-Suomessa vuoteen 2020 mennessä?

Liite 4. Kauppaketjujen kysymykset

1. Mikä on suurin vahvuus luomussa?
2. Mitä heikkouksia luomussa on?
3. Mitkä tekijät lisäävät luomutuotteiden määrää valikoimassanne?
4. Mitkä tekijät vähentävät tai estävät luomutuotteiden määrää valikoimassanne?
5. Miten luomutuotteiden kysyntä on kehittynyt viimeisen vuoden aikana?
6. Mitä esteitä luomutuotteiden markkinoilla on?
7. Kuinka luomun markkinoita voitaisiin kehittää?
8. Mitkä seikat vaikuttavat luomutuotteiden kysyntään?
9. Mitkä tekijät vaikuttavat luomutuotteiden hintaan?
10. Kuinka luomutuotteet tavoittaisivat kuluttajat paremmin?
11. Minkälainen osuus luomutuotteilla on myynnistä?
12. Onko luomutuotteiden saatavuus riittävä? Mitä tuotteita toivoisitte lisäksi valikoimaan?
13. Onko keskisuomalainen luomu arvostetumpaa kuin suomalainen? Entä onko suomalainen luomu arvostetumpaa kuin ulkomaalainen?
14. Millaiset ovat luomutuotannon näkymät Keski- Suomessa vuoteen 2020 mennessä?

Liite 5. Ruokapiirien kysymykset

1. Mikä on suurin vahvuus luomussa?
2. Mitä heikkouksia luomussa on?
3. Miten luomutuotantoketjua tulisi mielestänne kehittää?
4. Mitä hyviä puolia luomutuotantoketjussa on?
5. Miten luomutuotteiden kysyntä on kehittynyt viimeisen vuoden aikana?
6. Mitkä seikat vaikuttavat kysyntään?
7. Mitä esteitä luomutuotteiden markkinoilla on?
8. Kuinka luomun markkinoita voitaisiin kehittää?
9. Millaisia esteitä luomutuotteiden saatavuudessa on?
10. Kuinka luomutuotteet tavoittaisivat kuluttajat paremmin?
11. Kuinka keskisuomalaista luomua voitaisiin kehittää?
12. Onko keskisuomalainen luomu arvostetumpaa kuin suomalainen? Entä onko suomalainen luomu arvostetumpaa kuin ulkomaalainen?
13. Millaiset ovat luomutuotannon näkymät Keski-Suomessa vuoteen 2020 mennessä?

Liite 6. Hallinnon kysymykset

1. Mikä on suurin vahvuus luomussa?
2. Mitä heikkouksia luomussa on?
3. Mitä ongelmia on tullut vastaan luomutiloilla?
4. Mitkä kohdat luomulainsäädännössä ovat sellaisia, joita viljelijät pitävät hankalina toteuttaa?
5. Mitä muuttaisit luomulainsäädännössä?
6. Miten luomutuotantoketjua tulisi mielestänne kehittää?
7. Mitä hyviä puolia luomutuotantoketjussa on?
8. Kuinka pystyttäisiin edistämään keskisuomalaista luomua?
9. Mitä esteitä luomutuotteiden markkinoilla on? Kuinka näihin pystyttäisiin vaikuttamaan?
10. Onko keskisuomalainen luomu arvostetumpaa kuin suomalainen? Entä onko suomalainen luomu arvostetumpaa kuin ulkomaalainen?
11. Millaiset ovat luomutuotannon näkymät Keski-Suomessa vuoteen 2020 mennessä?

Liite 7. Kuluttajien kysymykset

1. Mitä tuotteita ostatte luomuna? Miksi/Miksi ei?
2. Mitkä tekijät lisäävät luomutuotteiden käyttöä kotitaloudessanne?
3. Mitkä tekijät vähentävät tai estävät luomutuotteiden käyttöä kotitaloudessanne?
4. Mikä on suurin vahvuus luomussa?
5. Mitä heikkouksia luomussa on?
6. Kuinka paljon enemmän olette valmiita maksamaan luomutuotteista?
7. Millainen on luomutuotteiden saatavuus tällä hetkellä?
8. Mitä tuotteita toivoisitte markkinoille?
9. Mistä ostatte mieluiten luomutuotteita?
10. Onko keskisuomalainen luomu arvostetumpaa kuin suomalainen? Entä onko suomalainen luomu arvostetumpaa kuin ulkomaalainen?
11. Millaiset ovat luomutuotannon näkymät Keski-Suomessa vuoteen 2020 mennessä?