



# Yhteistyöllä ratkaisuihin.

Vahva ruokakauppa on edellytys toimivalle kotimaiselle elintarvikeketjulle.

# Esityksen sisältö

1. Ruoka-alan yhteiskunnallinen merkitys
2. Toimintaympäristö ja kokonaismarkkina
3. Elintarvikeketjun toimijat
4. Usein esitetyt väitteet ja vastauksia niihin
5. Elintarvikeketjun keskeiset haasteet
6. Ratkaisuehdotuksia



# Yhteiskunnallisesti merkittävä ruoka-ala

Ruoka-ala antaa työpaikan  
340 000 suomalaiselle

 **98 800**

Maatalous

 **106 400**

Elintarviketeollisuus

Ruoka-alalla on suuri merkitys Suomen  
kansantaloudelle

 **340 000**

työpaikkaa

 **9,5** mrd. €

verotuloja

Yhteenlaskettu suora ja välillinen työllisyysvaikutus on 340 000 henkilöä, kun päällekkäisyydet on poistettu

 **82 200**

Elintarvikekauppa

 **98 000**

Ravitsemispalvelut

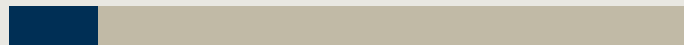
 **2,3** mrd. €

investointeja

 **15** mrd. €

arvonlisäystä

Yhteensä



**13** % koko Suomen työllisistä

# Ruokakaupan kokonaismarkkina Suomessa



■ **n. 10 mrd. €**

**Ruokapalvelut eli  
foodservice**

(sisältää ravintolat  
ja ammattikeittiöt)

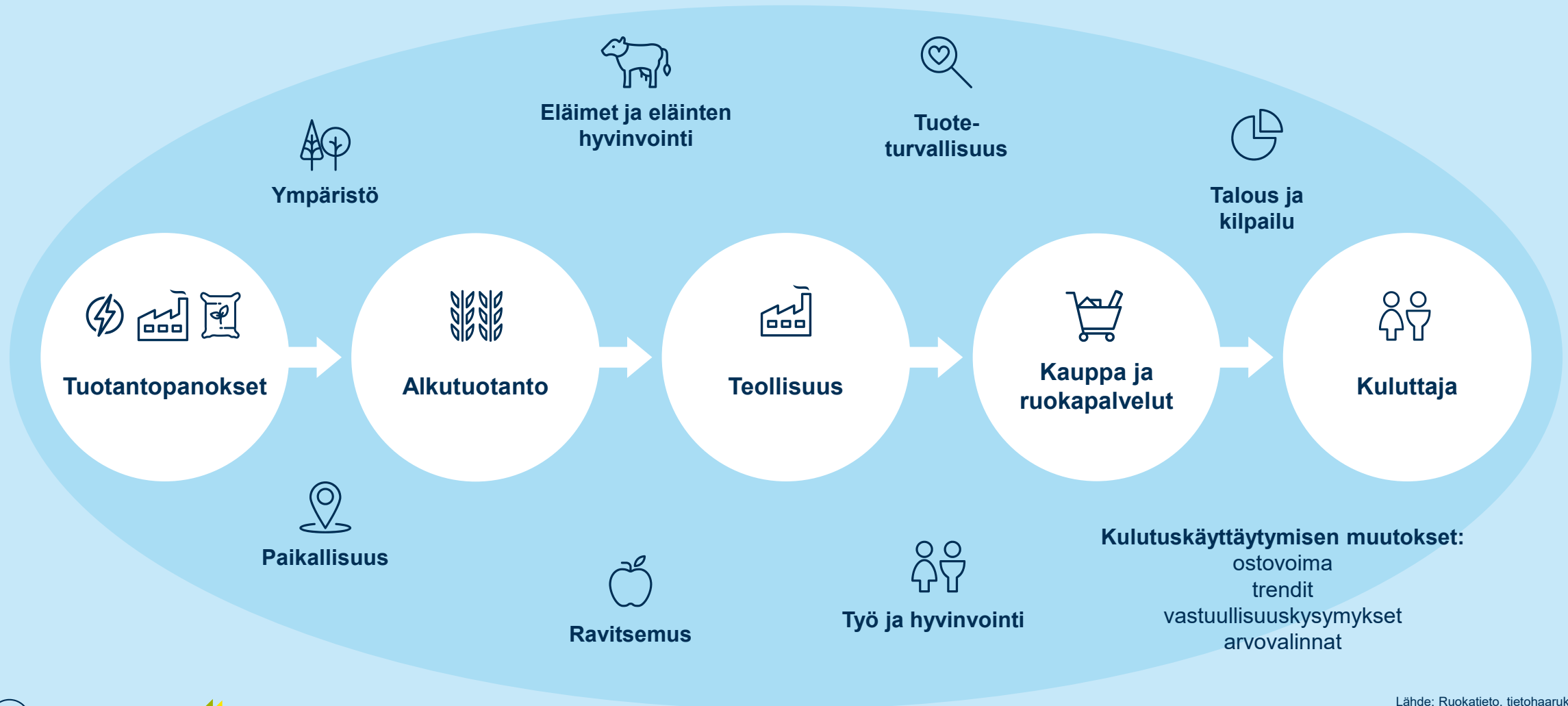


■ **n. 21 mrd. €**

**Vähittäiskauppa**

(sisältää elintarvikkeet,  
juomat ja päivittäiset  
kulutustavarat)

# Monta vaihetta ja toimijaa matkalla pellolta pöytään



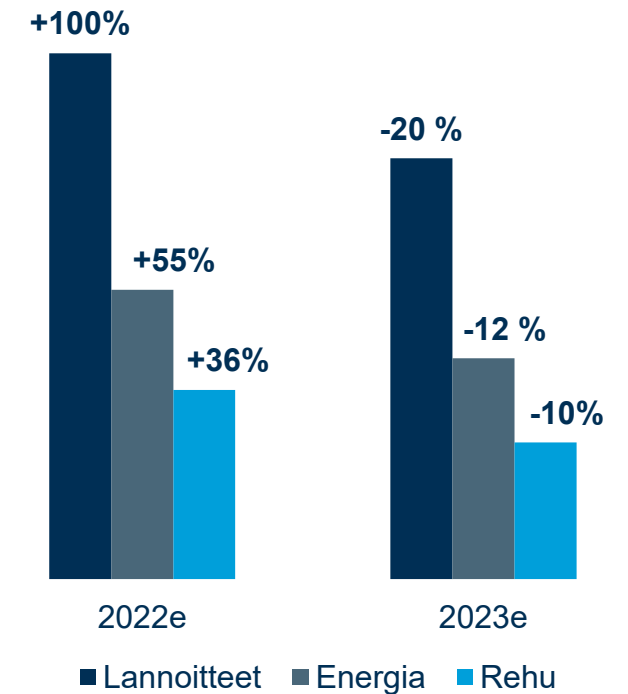
# Tuotantopanosten toimittajat



- Suomen omavaraisuusaste on eurooppalaisittain varsin korkea, mutta tuotantomme on riippuvaista tiettyjen tuotantopanosten saannista.
- Elintarvikealan riippuvuus tuotantopanoksista näyttäyty erityisesti nykyisessä kustannuskriisissä
- Keskeiset tuotantopanostamarkkinat ovat varsin keskittyneitä ja todellista kilpailua on vähäisesti
- Kustannukset nousseet Suomessa merkittävästi vuonna 2022 (lannoitteet, energia, rehu, pakkausmateriaalit, varaosat)

- Tuotantopanosten hinta nousee Euroopassa:
  - Maakaasun hinta on nostanut sähkön hintaa, lannoitevirrat Venäjältä tyrehtyneet, Euroopassa lannoitetehtaita suljettu ja tuotantoa supistettu
  - Viljan ja öljykasvien saatavuuden heikkeneminen (Venäjältä ja Ukrainasta) nostaa rehujen hintaa
- Vuonna 2023 tuotantopanosten hinnat kääntynevät laskuun, mutta hintataso jää korkealle
- Kustannusten kasvu lisää riskejä erityisesti vuoden 2023 tuotannon osalta

## Maa- ja elintarviketalouden suhdanneennuste, syksy 2022



# Alkutuotanto

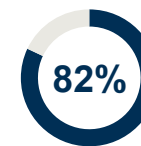


- Suomi on maailman pohjoisin maa, jossa maataloutta harjoitetaan. Tilakoko on pieni.
- Omavarainen elintarviketuotanto on Suomelle elintärkeää.
- Valtion kertaluonteinen tuki alkutuotannolle on perusteltua akuutista kriisistä selviämiseksi. Tuki olisi kuitenkin ollut hyvä kohdentaa mahdollisimman täysimääräisesti aktiiviviljelijöille ja isoille tuotantotiloille
- Kotimaisen alkutuotannon toimintaedellytykset, riittävä laajuus ja monipuolisuus sekä kriittiset tuotantopanokset on varmistettava myös maamme elintarvikehuollon takia.
- Alkutuotannon kyky suojautua poikkeuksellisen suurilta tuotantopanosten nousulta on heikko.
- Maatalousyrittäjien on pystyttävä monipuolistamaan yritysrakennettaan sekä itse jatkojalostamaan tuotteitaan lisäarvon saamiseksi.
- Ruoantuotannon jatkuvuudessa on otettava huomioon myös kuluttotottumusten muutos, tuotannon on vastattava kuluttajien toiveita.
- Maataloustuotannon kannattavuuden parantamiseksi on olemassa laaja valikoima maaseudun kehittämisen toimenpiteitä, joiden mahdollisuuksia tulee tarkastella ja hyödyntää. Tarvitaan myös laajempaa maaseutupolitiikkaa, jolla edistetään maaseudun elinvoimaa ja siellä asuvien ja toimivien ihmisten ja yhteisöjen hyvinvointia.

# Elintarviketeollisuus



- Elintarviketeollisuus on Suomen neljänneksi suurin teollisuudenala metalli-, metsä- ja kemianteollisuuden jälkeen.
  - Alan liikevaihto on 11 mrd. euroa vuodessa ja jalostusarvo 2,8 mrd. euroa.
  - Ruoan hinnan nousu kasvattaa elintarviketeollisuuden liikevaihtoa, toisaalta myös toimialan kustannukset nousevat.
  - Elintarviketeollisuus työllistää suoraan lähes 40 000 ihmistä.
  - Suomalaiset elintarvikeyritykset ovat menestyneet viennissä heikosti verrattuna verrokkimaihin, kuten Tanskaan tai Irlantiin.
- Suomen elintarvikevienti on vahvasti alijäämäinen. Vuonna 2021 Suomesta vietiin elintarvikkeita 1,8 mrd. eurolla. Viennin arvo ei ole juuri kasvanut viime vuosina. Elintarvikkeita tuotiin Suomeen 4,8 mrd. eurolla. Tuonnin arvo on lähes kolminkertaistunut 20 vuodessa.
  - Suomen elintarvikevienti muodostuu matalan jalostustason tuotteista ja maitotuotteet korostuvat. Viennissä olisi paljon kehitettävää: kaupan vahvoja kanavia ja yhteistyöverkostoja voisi hyödyntää ja tärkeää olisi myös keskittyä oikeisiin vientimaihin.
- Tuottajat ovat monien suurten elintarviketeollisuusyritysten omistajia. Tuottajien olisi vahvistettava ohjaus- ja johtamisvastuutaan sekä lisättävä yhteistyötä omistamissaan alan yhteisissä yrityksissä.
  - Suomessa toimii noin 1 800 elintarviketeollisuuden yritystä, joista 65 % työllistää enintään viisi henkilöä. Elintarviketeollisuuden rakenne on keskittynyt ja toisaalta alalla on paljon hyvin pieniä yrityksiä.



**Suomessa valmistettujen elintarvikkeiden kotimaisuusaste**



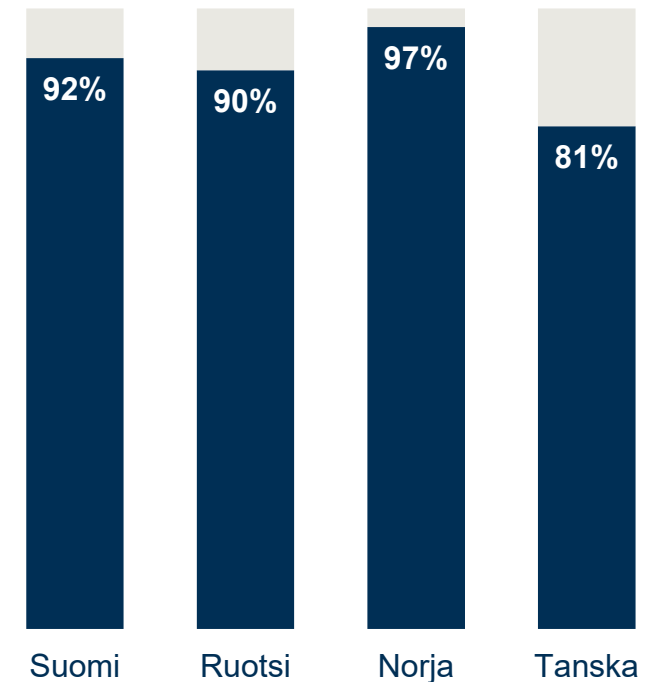
# Ruokakauppa ja ruokapalvelut 1/2

## Vähittäiskauppa/päivittäistavarakauppa



- Päivittäistavarakaupan alan yrityksissä on omistuspohjaltaan ja suuruudeltaan hyvin erilaisia toimijoita.
  - Isojen kaupan yritysten tulos kertyy monesta toimialasta, päivittäistavara-kauppa on vain yksi osa tulosta.
  - Päivittäistavarakaupan yritykset ovat panostaneet toimintansa tehostamiseen pitkäjänteisesti. Yritykset ovat ryhtyneet toimiin varmistaakseen tehokkaan toiminnan ja kilpailukykyä vastatakseen kansainvälisen toimintaympäristön haasteisiin.
- Vähittäiskaupan kannattava toiminta väestötiheydeltään alhaisessa, mutta maantieteellisesti laajassa maassa vaatii riittävää volyymia ja tehokasta logistiikkaa.
  - Suomen vähittäiskaupan markkina on keskittynyt muiden Pohjoismaiden tavoin.

### Kolmen suurimman vähittäiskaupan kaupparyhmän markkinaosuudet (2020)



# Ruokakauppa ja ruokapalvelut 2/2

Ruokapalvelut (ravintolat ja ammattikeittiöt)



Suomen

 **yli 16 000**

ammattikeittiötä valmistavat asiakkailleen

 **noin 749 milj.**

ateriaa vuodessa.

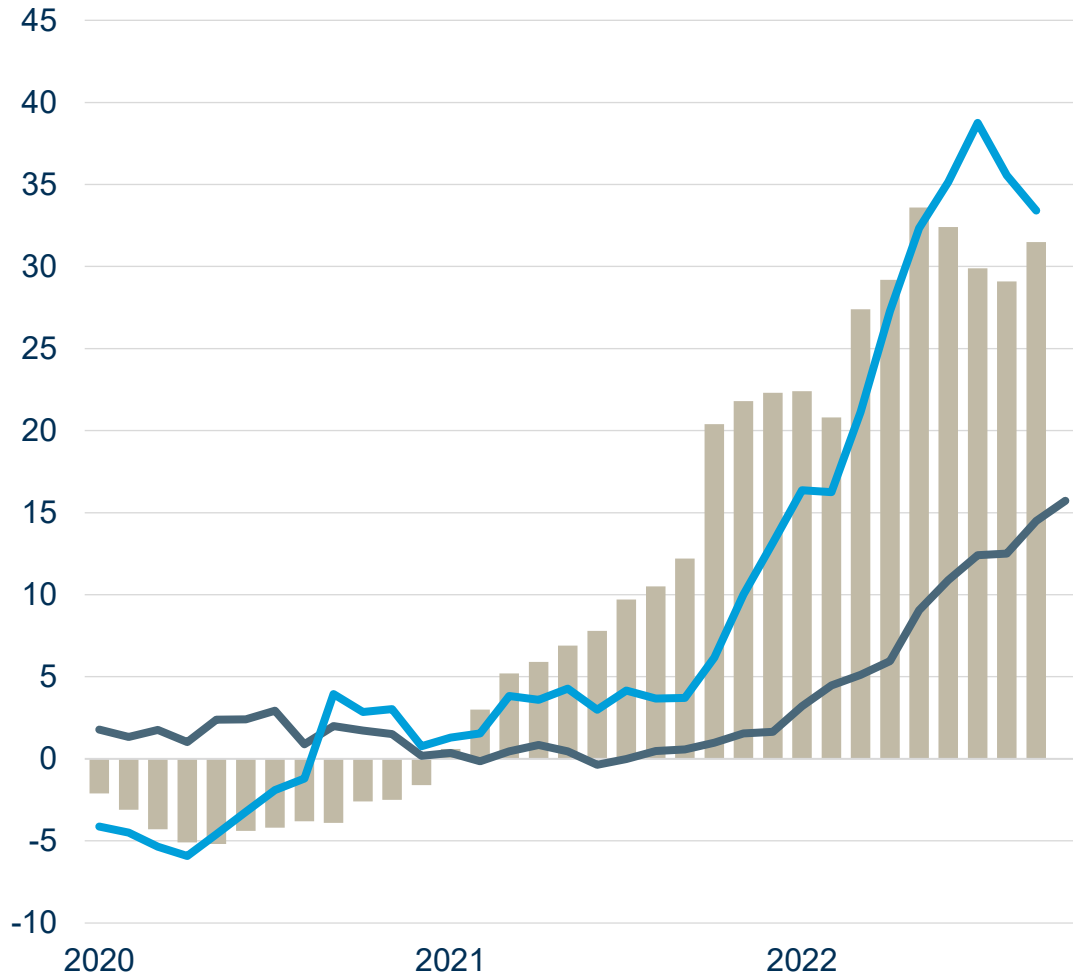
- Vallitsevan kustannuskriisin aikana foodservice-tukkukaupan ja elintarviketeollisuuden yrityksille on aiheutunut merkittävää haittaa julkisen sektorin joustamattomuudesta sopimusehtojen avaamisessa.
- Ruokapalveluiden myynti asiakkaille muodostuu hyvin monipuolisen toimijajoukon kokonaisuudesta eikä tämän markkinan kokonaismyynnistä ole tarkkaa tietoa.
- Ammattikeittiöt hankkivat raaka-aineita suoraan kotimaisilta elintarviketeollisuuden yrityksiltä, suoratuontina ja foodservice-tukkukaupan yrityksiltä. Viiden suurimman foodservice-tukkukaupan yrityksen osuus ruokapalvelujen kokonaishankinnoista arvioidaan olevan noin 50 %.

# Kuluttaja



- Päivittäistavarakaupan laaja valikoima eri hintaluokkineen mahdollistaa sen, että kuluttaja voi itse päättää minkä hintaluokan tuotteita ostaa. Kauppojen on tarjottava jokaiselle lompakolle sopivia tuotteita.
  - Suomessa ruoan absoluuttinen hintataso on keskimäärin muita EU-maita korkeampi. Suurin selittävä syy korkealle ruoan hinnalle on verotus. Onkin hyvä huomioida, että jo ilman arvonlisäveroa laskettu ruoan hintataso Suomessa on Ruotsin, Ranskan ja Italian hintatasoa alempi.
  - Trendit ja kuluttajakäyttäytymisen muutokset vaikuttavat koko ruokaketjuun. Pinnalla ovat nyt muun muassa kestävä ja vastuulliset valinnat, ilmasto, terveys ja hyvinvointi sekä harkittu kuluttaminen.
- Teknologian kehitys ja digitalisaatio, esimerkiksi ruoan verkkokaupan suosion kasvu avaavat uudenlaisia mahdollisuuksia ja lisäävät kuluttajien toiveita yritysten suuntaan.
  - Odotukset elintarvikkeiden toimitusketjun kehittämiseksi ovat kasvaneet, kun kuluttajien kiinnostus tuotteiden ja niiden raaka-aineiden alkuperään, turvallisuuteen sekä vastuullisuuteen on kasvanut. Kotimaista ja lähellä tuotettua arvostetaan.
  - Kuluttajat toivovat entistä enemmän tietoa ruoan matkasta koko arvoketjussa. Päivittäistavarakauppa ja elintarviketeollisuus ovat sitoutuneet koko elintarvikealan yhteiseen kehittämiseen.
  - Hinta on monelle edelleen tärkeä ostopäätöksiä ohjaava tekijä.

Tuotantopanosten vs. tuottaja- ja kuluttajahintojen muutos-% edelliseen vuoteen



## Tuottajahinnat nousevat tuotantokustannuksia nopeammin

- Kaksi samanaikaista merkittävää markkinahäiriötä (koronapandemia ja Ukrainan sota) ovat nostaneet tuotantopanosten hintoja huomattavasti.
- Elintarvikeketjun yritykset ovat reagoineet poikkeustilanteeseen ja neuvotelleet sopimuksia uusiksi kesken sopimuskauden.
- Viime kuukausina tuottajahinnat ovat nousseet jo tuotantopanosten hintoja korkeammalle.
- Markkinat toimivat vaikka toisin väitetään. Markkina pyrkii aina korjaamaan itseään, korjausliikkeet näkyvät viiveellä.
- Koko ketju joutuu sopeutumaan korkeampiin kustannuksiin.

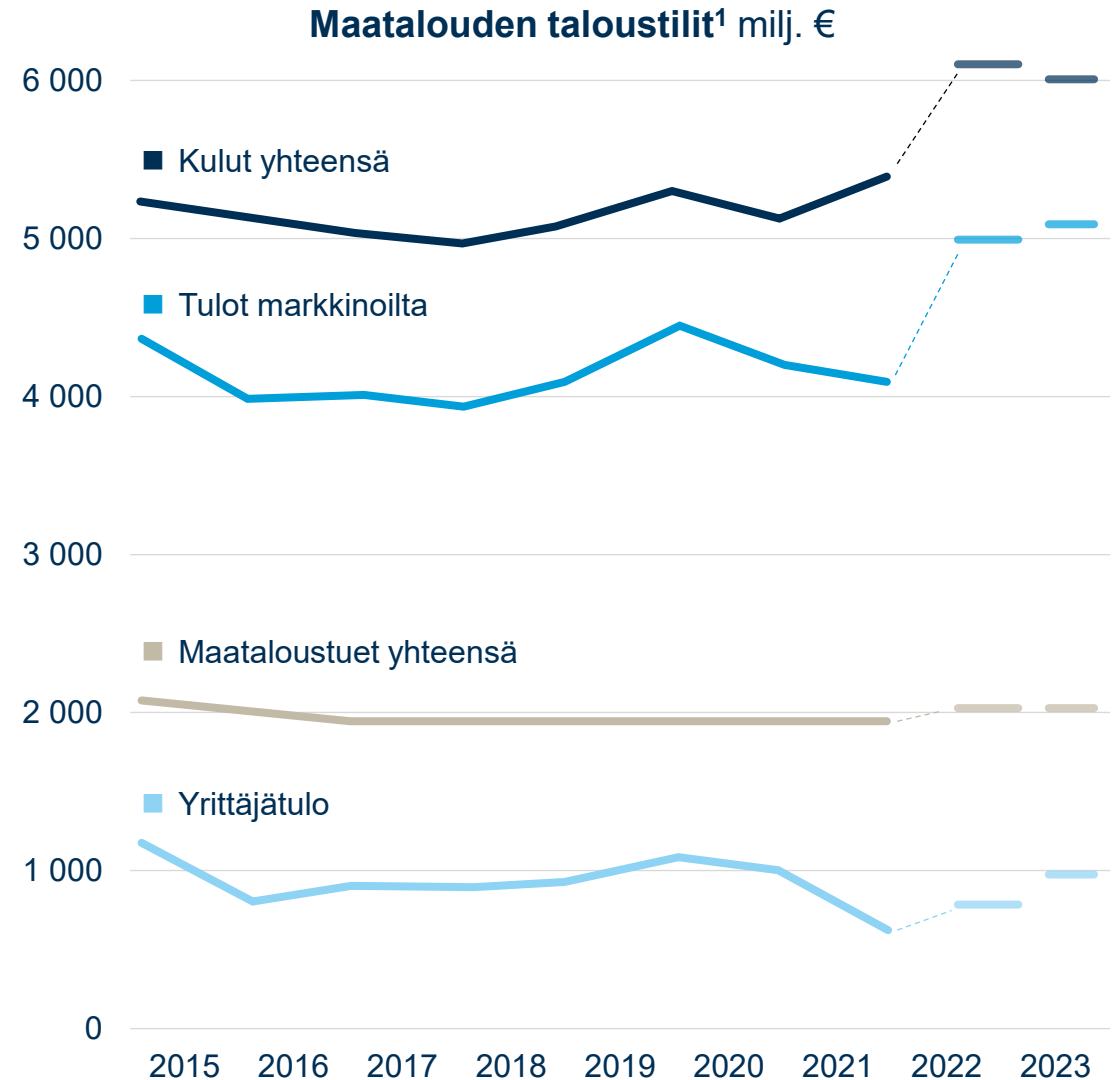
■ Maatalouden tuotantovälineiden ostohintaindeksi yhteensä (panos 1 + panos 2)

■ Maatalouden tuottajahinnat yhteensä

■ Elintarvikkeiden kuluttajahinnat yhteensä

# Markkinatulot kasvavat tuottajahintojen nousun myötä

- PTT ennustaa markkinatulojen kasvavan miljardilla eurolla vuonna 2022.
- Markkinatulot kasvavat tuottajahintojen nousun myötä: sekä kasvinviljely- että kotieläintuotannon tulot kasvavat.
- Tuotantopanosten kustannukset ja muut kulut kasvavat lähes miljardilla eurolla.
- Kriisitukipaketti nostaa yrittäjätuloa vuonna 2022, mutta nopea inflaatio heikentää sen reaalista arvoa.



1) Ilman maatalouden kriisitukipakettia  
Lähde Tilastokeskus & PTT

# Ruokakauppa on Suomessa liian keskittynyttä

”Kaksi määrää kaikesta”

## Harvaan asutussa maassa kaupan on oltava tehokasta – takaa saatavuutta koko maassa

Maamme on harvaan asuttu ja etäisyydet ovat pitkiä. Kannattava ja kuluttajille tehokkaasti toimiva ruokakauppa vaatii riittävää volyymia ja tehokasta logistiikkaa. Tehokkuus on keskeinen kilpailukeino. Heikompi kustannustehokkuus merkitsisi korkeampia kuluttajahintoja, suppeampia valikoimia sekä heikompa palvelua ja saavutettavuutta.

Maanlaajuisesti toimivat kaupparyhmät takaavat päivittäiseen elämään tarvittavien hyödykkeiden saatavuuden maan joka kolkassa.



**Vahvat ruokakaupan toimijat takaavat parhaiten huoltovarmuuden siten, että myös kriisitilanteissa elintarvikkeet ja muut päivittäistavarat ovat turvallisesti kuluttajien ja ruokahuollon toimijoiden ulottuvilla.**

## Vahvat toimijat kilpailevat väkevästi – rakenne ei poikkea muista Pohjoismaista

Vähän kilpailijoita ei tarkoita vähäistä kilpailua. Suomessa toimivat päivittäistavarakaupan yritykset kilpailevat tiukasti keskenään. Kauppa on käynyt 2000-luvulla läpi rakenneuudistuksen, jossa kannattamattomat kaupan yritykset ovat poistuneet markkinoilta.

Suomen vähittäiskaupan markkina on keskittynyt, mutta tilanne on sama muissa Pohjoismaissa. Kolmen suurimman vähittäiskaupan kaupparyhmän markkinaosuudet vuonna 2020 olivat: Suomi n. 92 %, Ruotsi n. 90 %, Norja n. 97 %, Tanska n. 81 %.

Myös elintarviketeollisuus on keskittynyttä.



**Kaupparyhmien kilpailu näkyy kuluttajille kilpailukykyisenä ruoan hintatasona.**

# Kaupalla on liian vahva neuvotteluasema

”Kauppa määrää valikoimajaksot ja sanelee sopimusten sisällöt”

## Kaupan neuvottelukumppani on teollisuus

Kaupan yritysten pääasiallinen neuvottelukumppani ovat elintarviketeollisuuden yritykset. Kaupan hankinnoista vain runsas prosentti tehdään suoraan tuottajilta. Tuottajahinnoista päätetään elintarviketeollisuuden yritysten ja alkutuottajien välisissä sopimuksissa. Kauppa ei voi määrätä omia sopimuskumppaneitaan, elintarviketeollisuuden yrityksiä, maksamaan alkutuottajalle enemmän.

Yhdessä elintarvikeketjun toimijoiden kanssa kehitetyt valikoimajaksot ohjaavat toimintaa ja tuovat pitkäjänteisyyttä. Ne ovat kaikkien osapuolien edun mukaisia.



**Elintarviketeollisuuden yrityksillä on merkittävä asema sekä alkutuotannon että kaupan yritysten sopimuskumppanina ja siten tärkeä rooli alkutuotannon kannattavuudessa tuottajahinnan maksajana.**

## Kauppa on etsinyt aktiivisesti ratkaisuja

Kaupan yritykset ovat sitoutuneet hyvien kauppatapojen käyttöön ja erilaisilla viranomaisilla on runsaasti keinoja puuttua mahdollisiin väärinkäytöksiin.

Kahdesta peräkkäisestä kriisistä johtuneet tuotantopanosten korkeat hinnannousut ovat olleet täysin poikkeuksellisia. Siksi kaupan yritykset ovat avanneet elintarviketeollisuuden kumppaniensa kanssa neuvottelut, jotka ovat johtaneet useiden satojen miljoonien eurojen korotuksiin aiemmin sovittuihin ehtoihin.



**Päivittäistavarakauppa on ollut aloitteellinen etsimään ratkaisua siihen, miten epätavallisen suuret häiriötilanteet voitaisiin jatkossa ottaa paremmin huomioon kaikissa elintarvikeketjun sopimussuhteissa.**

# Elintarvikeketjun tulonjako on rikki

”Ruoan hinta nousee, mutta tuottajahinnoissa se ei näy”

## Tuottajahinnat ovat nousseet enemmän kuin ketjuun on tullut markkinoilta lisäeuroja

Tuottajahinnat ovat nousseet tänä vuonna selvästi nopeammin kuin elintarvikkeiden kuluttajahinnat. Tuottajahinnat ovat olleet viime kuukaudet lähes 40 % korkeammalla tasolla edellisvuoteen verrattuna, kun vastaavasti kuluttajahintojen nousu on ollut noin 15 %.

Toki myös tuotantopanosten, kuten lannoitteiden ja energian, hinnat ovat nousseet vuoden aikana huomattavasti. Kuitenkin tuottajahintojen nousu on ollut viimeiset kuukaudet tuotantokustannusten hinnannousua nopeampaa.



**PTT arvioi markkinoilta saatavien tuottajahintojen nousevan tänä vuonna miljardilla eurolla.**

**Kun hinnat nousevat merkittävästi, kuluttajat reagoivat ostamalla joko vähemmän tai halvempaa.**

## Ruoan hinnan muodostumisesta on käytävä faktapohjaista keskustelua – kuluttajien ostovoima keskeistä

Ruoan hinnan muodostumisesta tehtiin kattava selvitys viimeksi vuonna 2018, jolloin kaupan osuus rahavirroista oli pienentynyt.

Ruoan hinta muodostuu eri tuoteryhmissä eri tavoin. Joissain tuotteissa (esim. maito), alkutuotteen osuus on suuri ja joissain tuotteissa (esim. leipä), aika pieni. Leivän hinnassa näkyykin ruokaketjussa tehtävän työn, eli tuotetun lisäarvon osuus.

On myös hyvä muistaa, että verottaja vie ruoan kuluttajahinnasta Suomessa lähes puolet päältä.



**Kaupan yritykset suhtautuvat myönteisesti uuden ruoan arvonmuodostukseen liittyvän selvityksen tekemiselle - kunhan se tehdään huolellisesti ja kilpailulainsäädäntö huomioiden.**

**Ostovoima luo edellytykset Suomen talouskasvulle. Kuluttajien ostovoimaa onkin vahvistettava.**



# Kauppa väistää vastuunsa alkutuotannon kriisissä

”Kauppa ei piittaa tuottajan ahdingosta”

## Kotimainen maatalous on kärsinyt kannattavuusongelmista jo pitkään

Alkutuotannon kannattavuuden parantamiseksi on tehty useita selvityksiä toimenpidesuosituksineen. Osa niistä kuuluu elintarvikeketjun toimijoiden yhteistyössä edistettäviin asioihin, kuten ruokaviennin kasvattaminen ja tiedolla johtamisen parantaminen. Lisäksi jokaisen toimijan tehtävä toimenpiteitä oman kilpailukyvyn ja kustannustehokkuuden varmistamiseksi.

Kaupan yritykset ovat uudistaneet toimintaansa markkinoiden muuttuessa. Ne ovat ryhtyneet jo vuosia sitten toimiin varmistaakseen kilpailukykyä ja vastatakseen kansainvälisen toimintaympäristön haasteisiin. Elintarvikeketjun eri osissa uudistuminen on ollut eriaikaista.



**Kaikki elintarvikeketjun toimijat ovat tärkeitä ja kaikkien toiminnan tulisi olla kannattavaa. Kotimaisen ruoan kilpailukyky on koko ketjun ja kaikkien kuluttajien etu.**

## Laajempaa maaseutupolitiikkaa tarvitaan

Kotimaisen alkutuotannon toimintaedellytykset, riittävä laajuus ja monipuolisuus sekä kriittiset tuotantopanokset on varmistettava myös maamme elintarvikehuollon takia. Alkutuotannon kyky suojautua poikkeuksellisen suurelta tuotantopanosten hintojen nousulta on heikko.

Maataloustuotannon kannattavuuden parantamiseksi on olemassa laaja valikoima maaseudun kehittämisen toimenpiteitä, joita tulee hyödyntää. Tarvitaan myös laajempaa maaseutupolitiikkaa, jolla edistetään maaseudun elinvoimaa ja siellä asuvien ja toimivien ihmisten ja yhteisöjen hyvinvointia.



**Maatalouspolitiikka kaipaa uudistamista, jotta keskeiset tuotannon ohjauskeinot tukevat paremmin kuluttajakysyntää ja aktiivituotantoa.**

# Kauppa salaa tietoa

”Kauppa ei jaa asiakasdataansa eikä kerro kuluttajakäyttäytymisen tai kysynnän kehityksestä”

## Kauppa tuntee asiakkaansa

Kauppa jakaa varsin yksityiskohtaista tietoa myynnistä ja kuluttajakäyttäytymisestä omille sopimuskuppaneilleen eli elintarviketeollisuuden yrityksille.

Päivittäistavarakauppa PTY ry on julkaissut vuodesta 2020 alkaen vuosineljänneksittäin koko päivittäistavarakaupan myynnistä kertovan tuoteryhmäraportin. Raportti on kaikkien osapuolien saatavana samansisältöisenä ja veloituksetta. Raportti on varsin laajasti käytössä elintarviketeollisuuden yrityksissä ja toimialan kehitystä analysoivissa muissa sidosryhmissä.



**Elintarviketeollisuuden yritysten tulee jakaa tietoa ja erityisesti siitä tehtävää tulkintaa edelleen omille sopimusvalmistajilleen.**

**PTY:n julkaisema tuoteryhmäraportti pitäisi saada laajemmin hyödynnettyä koko elintarvikeketjussa.**

## Kilpailulainsäädäntö määrittää, mitä tietoa voidaan jakaa

Yritysten väliset yksityiskohtaiset sopimukset kuuluvat liikesalaisuuksien piiriin. Pitää ymmärtää, että rahavirtoihin liittyvät asiat ovat erittäin sensitiivistä tietoa, jonka jakamista määrittää kilpailulainsäädäntö.



**Kaupan yritykset eivät vastusta elintarvikeketjun toiminnasta huolellisesti toteutettujen tutkimusten ja selvitysten tekemistä, kunhan ne toteutetaan riittävän kattavasti, ammattitaitoisesti ja kilpailulainsäädäntö huomioiden.**

# Elintarvikeketjun keskeiset haasteet 1/2

## Eripuraisuus

Ruokaketjun toimintaa on viime vuosina leimannut voimakas toisten osapuolien syyllistäminen. Aito yhdessä tekemisen ja kehittämisen tavoite kariutuu usein kärkeviin puolue- ja järjestöpoliittisista tarkoitusperistä lähteneisiin aloitteisiin.

## Maatalouden kannattavuusongelma

Suomalainen maatalous on fragmentoitunutta. Tilakoot ovat kasvaneet, mutta keskikoko on edelleen selvästi verrokkimaita pienempi. Maatalouden ongelmia on lisännyt maatalouspolitiikka, joka ei edistä tarvittavaa rakennemuutosta. Myös pohjoiset olosuhteet tuovat lisähaasteita kannattavuuteen, vaikka Suomessa maksettavat tuottajahinnat ovat verrattain korkeita.

## Elintarvikevienti

Elintarvikeviennin taso on heikko ja elintarviketeollisuuden yritysten riippuvuus kotimarkkinoista liian suuri. Vienti on harvojen yritysten todellinen painopistealue ja se keskittyy liikaa matalan jalostusarvon tuotteisiin.

## Verotus

Ruoan kuluttajahinta on Suomessa EU-maiden keskiarvoa korkeampi. Veroa ruoan hinnassa on poikkeuksellisen suuri osa, yhteensä jopa 45 %. Pelkästään ruoan alv on lähes kolminkertainen vanhoihin EU-maihin verrattuna. Ilman arvonlisäveroa tarkasteltuna ruoan hinta on Suomessa on varsin kilpailukykyisellä tasolla.

# Elintarvikeketjun keskeiset haasteet 2/2

## Riippuvuus kansainvälisistä tuotantopanoksista

Elintarvikeketjun omavaraisuus- ja kotimaisuusaste on Suomessa eurooppalaisittain korkea. Elintarvikeketjun toiminta on kuitenkin vahvasti riippuvainen kansainvälisten tuotantopanosten hankinnoista. Monien kriittisten tuotantopanosten tuotannon ulkoistaminen ulkomaille on tehnyt meistä entistä alttiimpia kansainvälisten markkinahäiriöiden vaikutuksille.

## Säätely

Elintarvikeketjun säätelyä on lisätty viime vuosina merkittävästi ja sitä on jo liikaa. Toimintaa ja kilpailukykyä edistetään parhaiten ketjun toimijoiden yhteistyöllä ja itsesäätelyä kehittämällä. Liiallinen säätely aiheuttaa elintarvikeketjun yrityksille hallinnollista taakkaa ja lisäkustannuksia sekä kangistaa yhteistyötä.



# Elintarvikeketjua koskevaa lainsäädäntöä on jo riittävästi – kangistaa toimijoiden välistä yhteistyötä

## Asioita käsittelevät instanssit

Yleinen tuomioistuin  
Markkinatuomioistuin  
Kilpailu- ja kuluttajavirasto  
Elintarvikemarkkinavaltuutettu  
Kauppatapalautakunta



Elintarvikemarkkinalain muutos vireillä

# Ratkaisuehdotuksia

- ☑ Kehitetään keskustelukulttuuria: avointa, rakentavaa ja laadukasta vuoropuhelua alan vetovoiman säilyttämiseksi.
- ☑ Pysytään asialinjalla: vältetään kärjistyksiä ja provokaatioita, ei sekoiteta mukaan puoluepolitiikkaa.
- ☑ Hyödynnetään faktoja: luodaan tapa koota säännöllisesti yhteinen tilannekuva (tilastot ja tutkimukset).
- ☑ Viestitään positiivisista asioista ja monistetaan niitä. Elintarvikealaa on kyettävä arvioimaan myös sen menestyvien osien kautta.
- ☑ Luodaan väline tarkastella kokonaismarkkinan kehitystä ja parannetaan tiedolla johtamista jo saatavilla olevista tietolähteistä.
- ☑ Luodaan keinoja hallita paremmin poikkeuksellisen suuria tuotantopanosten hintojen heilahteluita.
- ☑ Hyödynnetään tuottajaorganisaatioita paremmin tukemaan tuotannon tehostamista sekä hankinta- ja myyntivolyyymien kokoamista.
- ☑ Uudistetaan maataloustukien rakenne siten, että se palvelee paremmin aktiivituotannon tehokkuutta ja suuntaamista sekä rakennekehitystä.
- ☑ Tehdään ruokaviennistä strategisen tason painopistealue elintarviketeollisuuden yrityksille. Tuotekehitykseen ja kansainvälistymiseen on panostettava riittävästi ja hyödynnettävä myös kaupan yritysten kansainvälisiä verkostoja.
- ☑ Elintarvikeketjua koskevan lainsäädännön lisääminen ei ole ratkaisu alkutuotannon ongelmiin. Sääntelyn on tuettava toimialan kehittymistä, kasvua ja kilpailukykyä. Kansallisen sääntelyn on oltava linjassa kilpailijamaiden kanssa.

