



# MAA- JA KOTITALOUSNAISET

**Liha-alan yrittäjille, lihan tilamyijille**

**Laadukas lihaketju Kaakkois-Suomessa  
11.10.2021 klo 15-17**





# Ohjelmassa tänään

## **Tilaisuuden avaus**

yritysasiantuntija, Sanna Lento-Kemppi, Etelä-Suomen maa- ja kotitalousnaisten piirikeskus/  
ProAgria Etelä-Suomi ry

## **Lihaketjun toimivuus ja tilamyynti maatilán yhteydessä**

osastonjohtaja Marjatta Rahkio, Ruokaviraston elintarviketurvallisuusosasto

## **Liha REM Oy osana laadukasta lihaketjua**

yrittäjä Tero Turkia, Liha REM Oy, Iitti

## **Kuluttajan näkökulmia**

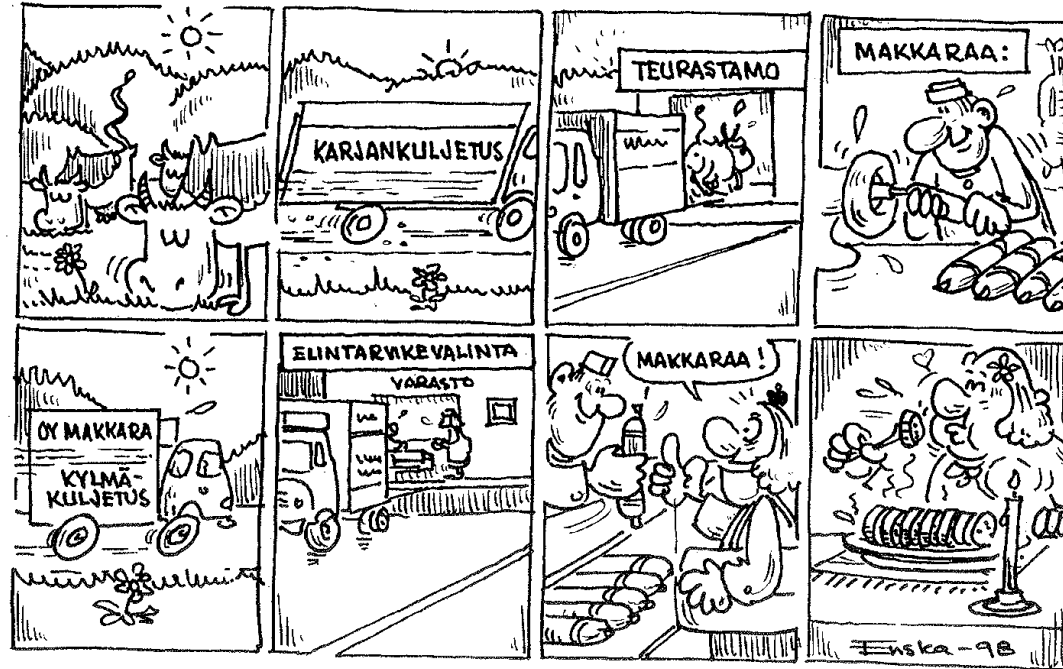
yritysasiantuntija, Sanna Lento-Kemppi, Etelä-Suomen maa- ja kotitalousnaisten piirikeskus/  
ProAgria Etelä-Suomi ry

## **Keskustelua ja tilaisuuden päättäminen**



# Laadukas lihaketju

## Lopputuoteajattelusta riskikeskeiseen ketjuajatteluun



Hygienia-asioissa on ajateltava elintarvikkeen koko elinkaarta, kaikkia niitä vaiheita ja olosuhteita joita se kohtaa ennen kuluttajan suuhun pääsemistä. Elintarvikehygienialla tarkoitetaan kaikkia niitä toimenpiteitä, joiden tarkoituksena on turvata elintarvikkeen turvallisuus ketjun kaikissa vaiheissa.



# Lihan kulutus



Kulutus kg/ Asukas/vuosi	1995	2005	2011	2019	2020e
<b>Liha yhteensä</b>	<b>60</b>	<b>73</b>	<b>78</b>	<b>80</b>	<b>79</b>
• Naudanliha	19	19	19	19	19
• Sianliha	32	34	36	31	30
• Siipikarjanliha	9	16	18	26	28
• Muu liha	1	5	4		

Lähde: Tietohaarukka 2021

# Lihan kulutus

Kg / hlö luullista lihaa

Lihankulutusluvut ilmoitetaan kaikissa maissa luullisena lihana eli ns. ruholihana. Syötävän lihan osuus saadaan, kun luullisesta lihasta poistetaan luiden osuus, keskimäärin 20 %. Kun huomioidaan vielä kypsennyshävikki, 10-30 % tuotteesta riippuen, kypsänä luuttomana lihana laskettuna **syödyn lihan määrä on noin puolet luullisen lihan määrästä**

VUOSI	SIKA	NAUTA	LAMMAS	SIIPI-KARJA	HEVO-NEN	PORO	HIRVI	RIISTA	ELIMET *	YHT.
1950	12,6	12,4	1,9	..	..	..	..	..	..	29,1
1960	13,5	16,4	0,6	..	..	..	..	..	..	32,1
1970	20,7	20,9	0,3	0,8	0,9	..	..	1,5	6,2	50,1
1975	26,7	24,3	0,2	2,4	0,6	..	..	1,5	6,8	61,8
1980	29,5	23,5	0,2	3,2	0,2	0,3	1,8	0,5	7,7	66,9
1985	33,0	21,7	0,3	4,3	0,2	0,5	..	2,3	5,0	67,3
1990	33,0	21,8	0,3	6,8	0,1	0,7	..	1,7	2,7	67,1
1995	32,5	19,0	0,5	8,7	0,1	0,5	1,0	1,3	2,1	64,7
2000	32,6	19,1	0,4	13,3	0,2	0,4	1,8	2,0	1,2	69,2
2005	33,5	18,6	0,3	16,1	0,2	0,6	2,1	0,2	1,4	72,9
2010	34,9	18,6	0,5	18,2	0,5	0,5	1,8	0,2	1,0	76,2
2011	36,4	18,6	0,7	18,2	0,5	0,5	1,9	0,3	0,7	77,7
2012	36,0	18,7	0,7	18,7	0,5	0,5	1,6	0,2	0,5	77,5
2013	35,6	18,4	0,6	19,5	0,6	0,5	1,2	0,2	0,5	77,1
2014	34,6	18,7	0,6	20,1	0,5	0,4	1,1	0,3	0,2	76,6
2015	35,1	19,2	0,7	21,6	0,4	0,5	1,3	0,2	0,5	79,4
2016	34,6	19,2	0,7	23,5	0,3	0,5	..	..	0,6	81,0
2017	33,4	19,4	0,7	24,9	0,3	0,4	..	..	0,1	81,0
2018	32,5	19,3	0,7	25,6	0,3	0,4	..	..	0,6	81,3
2019	30,8	18,8	0,7	26,4	0,2	0,4	1,9	0,2	0,4	79,6
2020	29,7	18,6	0,5	27,5	0,3	0,4	..	..	0,2	79,2



Muutos 1960-luvulta 1970-luvulle **+18kg**

Muutos 1970-luvulta 1980-luvulle **+16,8kg**

Muutos 1980-luvulta 2020-luvulle **+12,3kg**



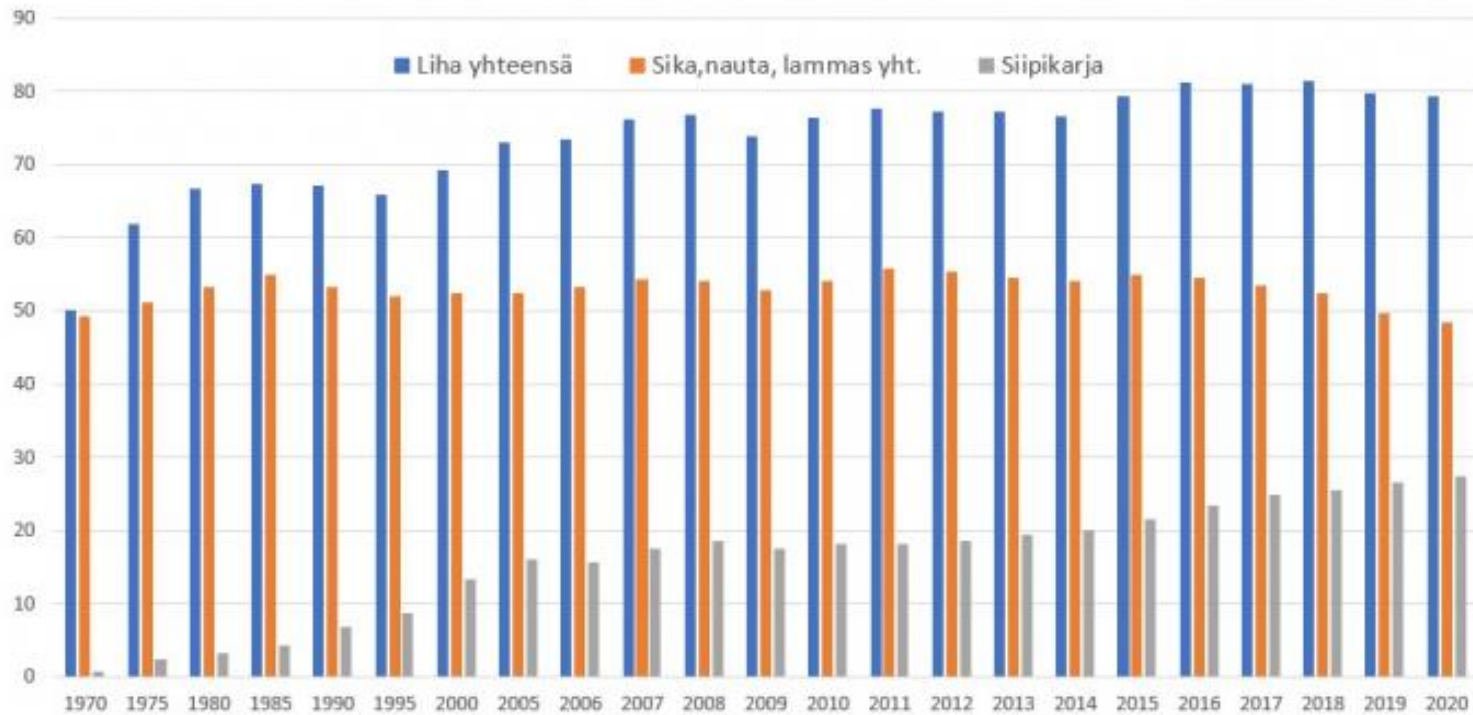
MAA- JA  
KOTITALOUSNAISET



# Lihan kulutus



Lihankulutus Suomessa 1970-2020  
kg / hlö luullista lihaa

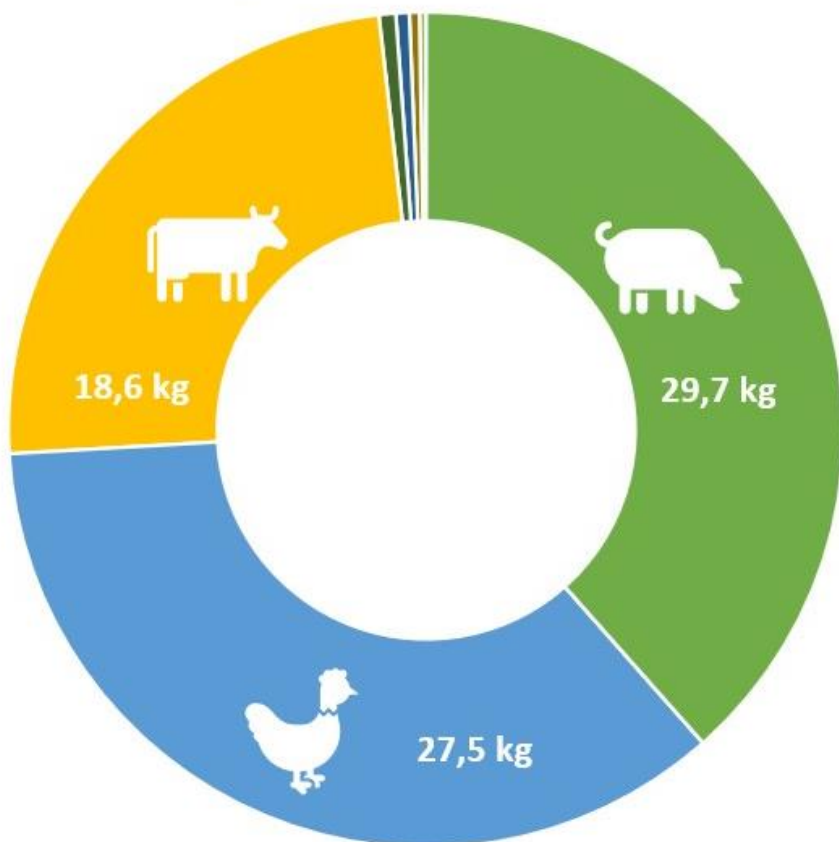


# Lihan kulutus

LIHANKULUTUS SUOMESSA 2020

yht. 79,2 kg/hlö luullista lihaa

■ SIKA ■ SIIPIKARJA ■ NAUTA ■ LAMMAS ■ PORO ■ HEVONEN ■ ELIMET



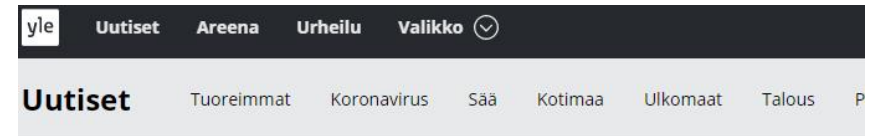
79,2 kg/hlö luullista lihaa  
= n.39,6 kg kypsää, luutonta lihaa/hlö/v.  
=> n.109g/hlö/pv.

# Kuluttajan näkökulmia

## – ruoan valintaperusteita

- Hinta – laatusuhde (kaikki)
- Ruoan hankkimisen ja valmistamisen helppous (nuoremmat ikäryhmät)
- Ruoan tuoma mielihyvä (nuoremmat ikäryhmät)
- Ruoka tunteiden ja stressin säätelijänä
- Ruoasta tullut sosiaalinen ajanviettotapa – tehdään ja syödään ruokaa yhdessä

Lähde: Yle.fi 18.8.2021



RUOAT

### Suomalaiselle hyvä hinta-laatusuhde on tärkein valintakriteeri ruokakaupassa

Nuorille aikuisille helppous ja ruoasta saatava mielihyvä on tärkeämpää kuin vanhemmille ikäryhmille. Miehet pitävät ruoan tuttuutta ja hintaa suhteellisesti tärkeämpänä kuin naiset.



Tutkimuksessa selvitettiin, millaisia asioita eri väestöryhmiin kuuluvat aikuiset pitävät tärkeinä tehdessään päivittäisiä ruokavalintoja. Kuva: Henrietta Hassinen / Yle



# Kuluttajan näkökulmia

## – ruoan valintaperusteita



### Poikkeustilan vuosi – mutta muutokset ovat pysyviä?

Ruoan ostaminen kotiin verkkokaupasta yleistyy (54 %)

Etätyön yleisyyden takia lounasta syödään useammin kotona (52 %)

Omavaraisuuden ja huoltovarmuuden merkitys ymmärretään entistä paremmin (41 %)

Kotona alusta asti itse valmistetun ruoan määrä kasvaa (38 %)

Suomalaisen ruoan arvostus (41 %) sekä lähiruoan arvostus kasvaa (37 %)

Omasta terveydestä huolehditaan entistä tarkemmin (36 %)

Prosenttiluku kertoo kuinka suuri osa suomalaisista sanoo, että muutos tulee jäämään osaksi arkea korona-ajan jälkeenkin.

# Kuluttajan näkökulmia – ruoan valintaperusteita



KOTIMAINEN RUOKA

## Kotimaisuuden arvostus on vahvistunut entisestään koronan myötä

### Suomalaisten kotimaisen ruoan arvostus on ollut aina vahvaa

- Luotto omaan luontoon ja ympäristöömme ja siellä tuotettuun puhtaaseen rehelliseen ruokaan on ollut korkea.
- Koronapandemian myötä arvostus on vahvistunut entisestään.

### Kotimaisuuden rinnalla kehittyä lähi- ja ultralokaalin tuotannon ja tuotteiden arvostuksen kasvu.

- Taustana sekä tiedostavan kuluttamisen kehittyminen ja suomalaisten makujen yksilöllistyminen.
- Pienpanimo-oluet ovat tästä hyvä esimerkki.



### Suosio konkretisoitunut myyntekehityksissä



#### Hyvää Suomesta:

vehnäjäuhot, paistotuotteet, marja- ja hedelmäpakasteet ja jauheliha **+10%**



#### Sirkkalehti:

sipulit, paprikat, tomaatit, perunat, vihannekset ja juurekset **+16%**



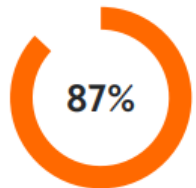
#### Avainlippu:

saippuat ja kylpytuotteet, keksit, kodin pintojen puhdistusaineet, koiranruuat **+10%**



#### Design from Finland:

saunatarvikkeet, ruoanvalmistus- ja keittiövälineet **+32%**



suomalaisista suosii suomalaista ruokaa aina kuin mahdollista (sanoo tekevänsä näin nyt)




# Kuluttajan näkökulmia – ruoan valintaperusteita

Kotimaisuuden arvostus kumpuaa sekä halusta tukea suomalaista että tuotteiden ominaisuuksista

## 5 tärkeintä syytä suosia suomalaista

- 
- 
- 1 **68%** haluaa tukea suomalaista työtä
  - 2 **66%** arvostaa puhtautta
  - 3 **62%** arvostaa laatua
  - 4 **59%** arvostaa turvallisuutta ja luotettavuutta
  - 5 **57%** haluaa tukea suomalaisen ruoantuotannon omavaraisuutta

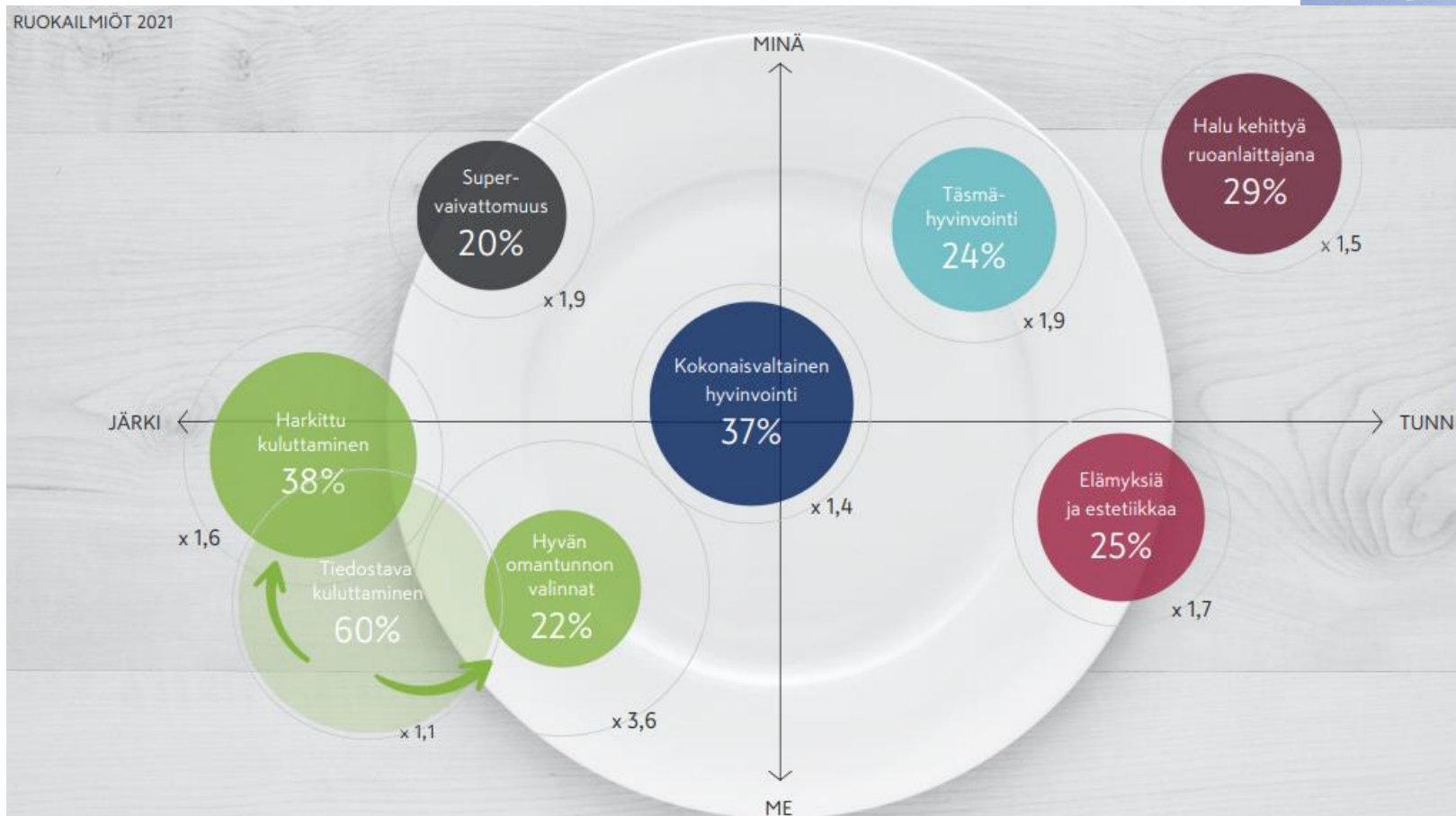
## 5 vähiten tärkeää syytä suosia suomalaista

- 
- 1 **6%** kuluttajapalvelu varmasti ja suomeksi
  - 2 **6%** pohjoismainen ruokavalio
  - 3 **10%** minulle sopivan hintaista
  - 4 **14%** luonnon monimuotoisuuden säilyttäminen
  - 5 **16%** perinteiset ja tutut tuotteet





# Kuluttajan näkökulmia – ruoan valintaperusteita





# Kuluttajan näkökulmia

## – ruoan valintaperusteita

### Harkitseva kuluttaja mm.

- Pyrkii vähentämään ruokahävikkiä
- Suosii lähellä tuotettua ruokaa aina kuin mahdollista

### Hyvän omantunnon valintoja tekevä kuluttaja mm.

- Nauttii hyvästä ruoasta ja ostaa pääasiassa mitä mieli tekee, mutta pyrkii suosimaan eettisesti ja ekologisesti kestäviä tuotteita
- Kertoo mielellään muille ja jakaa tietoa vastuullisimmista valinnoista sosiaalisessa mediassa ja ystäville

### Supervaivattomuutta arvostava kuluttaja mm.

- Suosii arkena ruokia, jotka ovat pöydässä ”15 minuutissa”
- Hyödyntää mahdollisimman palveluita, jotka tekevät valmiita ehdotuksia, mitä syödä tai mitä tuotteita kokeilla



# Kuluttajan näkökulmia

## – ruoan valintaperusteita

### Ruoanlaittoa arvostava kuluttaja mm.

- On erittäin kiinnostunut ruoasta ja ruoanlaitosta ja pyrkii aktiivisesti kehittämään omia taitojaan ruuanlaittajana
- Tekee ruokaa mieluiten alusta asti erikoisista ja ennalta tuntemattomistakin raaka-aineista
- Haluaa oppia uusia ruoanvalmistuksen tekniikoita

### Elämynshakauinen kuluttaja mm.

- Tarjoaa myös lapsilleen mahdollisimman paljon uusia ja totutusta poikkeavia kokemuksia ruoan parissa, jotta heistä ei kasva nirsoja aikuisia
- Hakee aktiivisesti uusia makuelämyksiä
- Innostuu helposti kokeilemaan uusia ruokia tai makuja sillä kyllästyy helposti syömään samaa ruokaa
- Panostaa ruoan maun ohella myös ruoan esillepanoon ja siihen, miltä ruoka näyttää



# Kuluttajan näkökulmia

## – ruoan valintaperusteita

### LIHALEHDEN TRENDIT

*Jostain leijailee grillatun lihan tuoksua...*



### Hyperluksus

Lihassa on näkyvässä hyperluksustrendi. Lihatiskillä myy hyvin esimerkiksi arvokas ja superherkullinen wagyu-liha. Trendi saattaa liittyä pandemiaan, jolloin kotiin haetaan elämyksiä eikä niiden hinnassa pihistellä.

### Bressen kananpoikaa ja hanhea

Tänä vuonna suosittu broileri saa rinnalleen muita lintuja ruokapöytään. Oletko jo maistanut hankea, sorsaa tai viiriäistä? Entä maailmankuulua, sinijalkaista Bressen kanaa, jonka tarkasti säädeltyyn ruokavalioon on kuulunut muun muassa maissia.

### Ruoanlaittotrendi jatkuu

Tänä vuonna ruoanlaitossa korostuvat entistä työläämmät tekotavat ja ruokahifistely. Erityisesti naudanliha kiinnostaa ja lihan pitää olla tietynrotuista sekä mielellään jotain erikoisleikkuuta, kuten picanhaa tai valtavia Amerikan malliin leikattuja tomahawk-pihvejä.



MAA- JA  
KOTITALOUSNAISET

# Kuluttajan näkökulmia

## – ruoan valintaperusteita



### Pohdittavaksi

- Miten ruho leikataan? Kuinka ”valmiita” tuotteita saadaan kuluttajalle?
- Pakkaus –laatu (esim. kestävyys, ympäristövastuullisuus/kierrätettävyys), koko, pakkaustapa (esim. jauheliha vakuudessa litteä/paksu), merkinnät (lainmukaiset pakolliset pakkausmerkinnät, muut esim. rotu, kasvattajatilän nimi, mitä halutaan kertoa kuluttajalle—pakkaus on yrityksen ”käyntikortti”)
- Käyttövinkit, reseptit
- Tuotekehitys (kuka/ketkä tekevät tätä), mitä kuluttajat toivovat-palautteet, trendit, mitä on jo markkinoilla—mitä puuttuu, onko yrityksen strategiassa, että joka vuosi tulee uusi tuote markkinoille?
- Miten vastuullisuusteot kunkin toimijan osalta saadaan näkyväksi? (ja mitä ne ovat itse kunkin kohdalla)

Mitä itse kukin voi tehdä tässä yhteistyöprosessissa paremmin, että kuluttaja saa laadukkaan paikallislihatuotteen?









# Tulevat tapahtumat



**21.10.2021 klo 14.30-16**

**Rahoitusinfo – ajankohtaista rahoituksista elintarvikeyrityksille /  
maaseutuyrityksille**

ilmoittautuminen 20.10. mennessä tapahtumasivun lomakkeella





# Ota meihin yhteyttä

Sanna Lento-Kemppi p. 040 5447768 [sanna.lento-kemppi@maajakotitalousnaiset.fi](mailto:sanna.lento-kemppi@maajakotitalousnaiset.fi)  
Tuula Repo p. 040 5880958 [tuula.repo@proagria.fi](mailto:tuula.repo@proagria.fi)  
Juha-Pekka Ryynänen p. 044 4811148 [juha-pekka.ryynanen@proagria.fi](mailto:juha-pekka.ryynanen@proagria.fi)  
Hannele Veteli p. 040 7092492 [hannele.veteli@maajakotitalousnaiset.fi](mailto:hannele.veteli@maajakotitalousnaiset.fi)





# Miten pääsee mukaan?

Ilmoittaudu ja kerro toiveesi (mitkä teemat sinua kiinnostaa) nettisivun lomakkeella tai vaikkapa sähköpostilla meille yhteyshenkilöille

<https://www.maajakotitalousnaiset.fi/hankkeet/uudet-askleet-elintarvikealalla-kaakkois-suomessa-16151>

Lähetämme tiedotteita ja uutiskirjeitä ajankohtaisista elintarvikealan asioista, tapahtumista (jos et halua näitä sähköpostiisi, ilmoita meille)

Tarjoamme asiantuntijaosaamista myös yrityskohtaisesti (esim. Neuvo 2020 KIKY, KehPa –palvelut)







# Seminaarit, työpajat

## esimerkkejä teemoista

**tuotekehityksen uudet suunnat**, erilaistaminen, **elintarvikkeen laatu ja turvallisuus**, pakkaukset, **teknologiset ratkaisut/ uudet teknologiat**, kestävä kehitys/vastuullisuus, **ilmastoystävällinen ruoka**, markkinointi ja viestintä, **visuaalisuus**, kansainvälistyminen, **artesaaniruoka ja Artesaaniruoan SM-kilpailu 2022 Lappeenrannassa**, EU:n nimisuojatut elintarvikkeet, **Karelia a la carte -merkki tulee myös Etelä-Karjalaan**, erikoisruokavaliot, **reseptiikka**, terveelliset elintarvikkeet ja ravitsemus, **julkiset hankinnat**, rahoitusmahdollisuudet elintarvikealan pk-yrityksille, **talouden hallinta ja yritystoiminnan kannattavuus**, kuluttajien ostokäyttäytyminen ja trendit, **elintarvikealan tutkimus ja sen hyödyntäminen yrityksen kehittämässä**, elintarvikealan lainsäädäntö, **jakelukanavat (mm.vähittäiskauppa, suoramyyni, verkkokauppa, REKO lähiruokarenkaat)**, toimialakohtaiset erityiskysymykset – luomu, luonnontuotteet, liha, kala, vilja, kasvikset, marjat ja hedelmä





# Millä askeleilla ja mitä kohti?

Artesaaniruoka  
sertifiointi

Artesaaniruoan  
SM-kilpailu 2022

Karelia ala carte

Geofood

EU:n  
nimisuoja tuotteet

