



RUOKAMANIFESTI

rakasta ruokaasi,
tunne se

#ruokamanifesti



Manifesti (lat. manifestum 'julistus' < manus 'käsi' + festus 'kosketeltava') on julkinen periaatteiden ja aikomuksien ilmoitus (Lähde: wikipedia).

Ruokamanifesti

Meillä ei ole yksin tarpeeksi valtaa.

Kenelläkään ei ole, yksin.

Kenelläkään ei ole tarpeeksi yksin valtaa nostattaa suomalaista ruokaketjua seuraavaan kukoistusaaltoon.

Meillä kaikilla yhdessä on.

Suomeen on kehittynyt pitkän ajan kuluessa omintakeinen ja kekseliäs ruokakulttuuri. Ei ihan sattumalta, vaan tekemisen ja kokeilemisen, tieteen ja yritteliäisyyden tuloksena – välillä pakon ja puutteen ohjaamana.

Ruokakulttuurimme on kasvanut yhdessä tekemällä. Suurelta osin ihan tavallisten ihmisten omin voimin, kokeillen ja toisilta oppien. Itse tehty on usein parhaaksi koettu. On helppo arvostaa ruokaa jonka tietää, rakastaa ruokaa jonka tuntee.

Suomi on runsaassa vuosisadassa noussut Euroopan köyhimmistä maista vauraimpien joukkoon. Olemme tänään maailman vakain maa. Meidän ei kannata jumittua menneeseen ja meidän ei kannata unohtaa menneestä kumpuavaa omaa tarinaamme.

Oma tarinamme elää ja muuttuu joka päivä. Me vaikutamme siihen, muut vaikuttavat siihen. Se on meidän tarinamme, joka samalla kytkeytyy maailman tarinaan. Ruoka läheltä ja ruoat maailmalta löytävät reittinsä samoille lautasille, kaikkialla. Ideat, tarinat ja tavarat ylittävät kaikki rajat – digitaalisessa maailmassa rajoja ei edes ole.

Pelon vastavoima ei ole rohkeus. Pelon vastavoima on rehellisyys.

Tarvitaan tahtoa tarkastella rehellisesti ja yhteistuumin sitä, mitä me suomalaisessa ruokaketjussa osaamme, mihin me voimme todella vaikuttaa. Tarvitaan rohkeutta muuttaa niitä asioita, joita voimme. Tarvitaan kykyä ymmärtää, mikä on meille mahdollista nyt ja seuraavaksi.

Yhdessä meillä on tarpeeksi tietoa ja taitoa, kykyä ja ymmärrystä kurottaa kohti sellaista tulevaisuutta, jossa Suomi kipuaa maailman kekseliäimmäksi, kiinnostavimmaksi ruokamaaksi. Se ei ole utopistinen haave. Se on jo lähellä, vaikka vielä emme siellä ole.

Me kaikki pystymme teoillamme vahvistamaan ja vauhdittamaan kehitystä, jolla nostamme suomalaisen ruoan huipulle.

Tehdään Suomesta kekseliäin ja kiinnostavin ruokamaa.

Koko maailmassa. Yhdessä.

Rakasta ruokaasi, tunne se.

Ruokamanifesti on syntynyt yhdessä ja pannaan toimeen yhdessä



Toukokuussa 2016 järjestimme Finlandia-talolla Suuren Ruokakeskustelun. Yli 500 ruokaketjun toimijaa ja vaikuttajaa kokoontui saman pöydän äärelle. Kävimme keskustelua suomalaisen ruoan arvostuksesta, markkinoiden muuttuvista realiteeteista ja tulevaisuudennäkymistä.

Ruokaketjussa on paljon kipukohtia ja todellista tuskaa, pelkoja ja huolia. Johtopäätös Suuresta Ruokakeskustelusta oli kuitenkin selvä: tätä lisää. Eli lisää yhdessä ajattelemista ja yhdessä tekemistä. Siksi päätimme synnyttää Ruokamanifestin, joka kurottaa kohti tulevaa sekä ajatuksin että teoin.

Manifesti on syntynyt vaiheittain, yhteisen työn tuloksena. Maaliskuussa 2017 järjestimme ajatushautomon, johon kutsuimme mukaan yli 100 ruoka-alan asiantuntijaa ja vaikuttajaa. Alan huippuosaajat edustivat tuotantoa, teollisuutta, tutkimusta, edunvalvontaa, viranomaisia, digitalisaatiota, kauppaa, markkinointia, viestintää. Teesien ensiversiot näkivät päivänvalon tässä tilaisuudessa, jossa käytiin kunnianhimoista keskustelua. Ilmassa oli paljon tunnetta ja älyä, intohimoakin, kun ideoita hiottiin vähitellen teesimäisempään suuntaan. Yhden työryhmän puristuksen tuloksena syntyi oivallus ”rakasta ruokaasi, tunne se”, joka raivasi tiensä aina Ruokamanifestin alaotsikkoon saakka.

Halusimme seuraavaksi peilata teesien aihioita suomalaisten ruokaa koskeviin odotuksiin ja toiveisiin. Saimme

toukokuiseen kyselyymme yli 8000 vastausta. Esille nousevat teemat olivat osin yllättäviäkin.

Tähän Ruokamanifestiin on kiteytetty teesejä, jotka hahmottavat ajatuspolkuja suomalaisen ruoan lähitulevaisuuteen ja pidemmällekin. Tulevaisuuteen voi katsoa uteliaan innostuneesti tai sisäänpäin kääntyneen pelon vallassa.

Näiden vaiheiden kautta jalostimme nyt esiteltävät ruokateesit matkalle tulevaisuuteen.

Lisäksi kysyimme itseltämme: Mitä me, S-ryhmä, voimme tehdä? Mitä uutta? Mitä vielä enemmän?

Vastauksemme on sarja tekoja, joilla lupaamme omalta osaltamme viedä manifestin teesejä konkreettisesti eteenpäin. Käytäntöön saakka.

Viemme teot toimintaamme ja kauppoiimme sitä mukaa kun pystymme. Haluamme osaltamme kaikin voimin vahvistaa Suomen nousua ruokakehityksen kärkimaaksi.

Suomalainen ruokamaisema ja ihmisten tavat ja tottumukset muuttuvat vauhdilla. Uusia trendejä syntyy ja kuolee, vahvistuu, muuttuu valtavirraksi. Ruokainnovaatiot kiinnostavat ja vaikuttavat siihen, mitä lautasillemme päätyy.

Suomi voi olla maailman kekseliäin ja kiinnostavin ruokamaa.

Se on mahdollista. Yhdessä.



Ruokamanifestin suurkysely – suomalaisilla on näkemys

3 ja puoli pointtia

Toteutimme toukokuussa 2017 laajan ruokakyselyn. Saimme yli 8000 innostunutta ja näkemyksellistä vastausta.

Ruoka todella kiinnostaa. Eikä pelkästään ruoka. Näemme, että kaikki ruoan ympärillä kiinnostaa.

Vastauksista siivilöityi esiin kolme ja puoli erityisen kiinnostavaa näkökulmaa.

1

Ihmisten on vaikea luottaa ruokaan liittyvän informaation todenperäisyyteen.

Faktat, tieteellinen näkökulma, on nostettava takaisin keskustelun keskiöön. On tuhoisaa, jos uppoamme yhä syvemmälle vaihtoehtojen "totuuksien" suohon. Luulo ei ole tässäkään tiedon väärä.

2

Ruoan terveys- ja ympäristövaikutukset ovat ihmisille yhä tärkeämpiä.

Ihmisiä todella kiinnostaa mitä he suuhunsa pistävät. Ihmisten mielissä ja valinnoissa myös ruokaketjun ympäristövaikutusten painoarvo kasvaa. Ihmiset haluavat yhä tarkempaa tietoa siitä, mitä heidän lautasillaan on. Mistä ruoka tulee? Miten se on tuotettu ja valmistettu? Miten se vaikuttaa heihin itseensä, muihin ihmisiin ja ympäristöön, koko planeettaamme? Tarvitaan radikaalimpaa läpinäkyvyyttä.

3

Kotimaisuuden merkitys vahvistuu edelleen.

Tämä on suomalaisen ruokaketjun kannalta erinomainen asia. Kotimaisuutta pitää ajatella pidemmälle. On tärkeää löytää keinoja kehittää suomalaista ruokaa ja rakentaa sille kestävä yhteistä menestyspolkua. Täytyy ruokkia sellaista ajattelua ja tekemistä, joka vie koko ruokaketjua eteenpäin ja vahvistaa Suomen asemaa kansainvälisen ruokakekseliäisyyden huippumaana. Pois poteroista!

3,5

Hinnalla on väliä.



”

LISÄÄ
KOTIMAISTA!

KEKSELIÄISYYS
KUNNIAAN



”

TEESIT

Teesit matkalle tulevaisuuteen – järkeä ja tunnetta

Runsaan 100 ruoka-alan asiantuntijan antaman panoksen, yli 8000 kyselyymme vastanneen ihmisen näkemyksen ja oman pohdintamme yhteisenä lopputuloksena seuloimme esille seuraavat ruokateesit tulevaisuuteen.



LISÄÄ KOTIMAISTA!

Kotimaisten tuotteiden kulutus ei kasva ihmisiä syölistämällä. Se kasvaa kehittämällä, tekemällä ja markkinoimalla sellaisia tuotteita, joita suomalaiset haluavat syödä. Trendeihin osuvat innovaatiot nostavat entisestään suomalaisen ruoan arvostusta.

Suomi ei ole erillinen saareke: meihin vaikuttavat maailman trendit, ideat ja ilmiöt. Ja yhtä lailla myös me vaikutamme niihin. Jos tuote maistuu suomalaisille, sillä on kaikki mahdollisuudet maistua myös muualla.

Suomessa osataan yhdistää idän, lännen, etelän ja pohjoisen makuja toisiinsa – luovasti ja rakkaudella. Tarvitaan lisää myyntihalukkuutta, markkinointitaitoja ja isoja oivalluksia läpi koko ruokaketjun. Tarvitaan parempaa kuluttajaymmärrystä ja trendien tuntemusta, syvempää osaamista markkinoista niin Suomessa kuin Suomen ulkopuolella.

Tarvitaan avointa kuuntelua ja rohkeaa tekemistä.

KEKSELIÄISYYS KUNNIAAN

Ruokaketjulla on edessään väistämätön murros. Vuonna 2050 maapallolla elää ennusteiden mukaan 9 miljardia ihmistä. Digitalisaatio, robotisaatio, informaation yltäkylläisyys ja yrittämisen kynnyksen radikaali madaltuminen muokkaavat jo nyt vauhdilla myös ruokaketjun toimintaa.

Kaikki myllertyy. Se mitä syömmе, miten syömmе, miten ruokamme kasvatetaan, valmistetaan, jaellaan ja myydään.

Innovaatiot syntyvät vain kokeilemalla. Suurin osa kokeiluista epäonnistuu. Pitää kokeilla enemmän, isommin, nopeammin, osuvammin. Paljon enemmän ja isommin kuin nyt. Pienissä asioissa täytyy tehdä enemmän ja ihmetellä vähemmän.

Suomalainen ruokaketju tarvitsee rutkasti lisää insinöörijattelua: ongelmanratkaisua, joka tähtää skaalautuvuuteen. Pitää pyrkiä järeisiin, vaikuttaviin avauksiin, joista voi kasvaa maailmanluokan tekoja.

TEESIT

RADIKAALIA LÄPINÄKYVYYTTÄ

Kansalaisten näkökulmasta radikaali läpinäkyvyys tarkoittaa sitä, että tarjolla on kaikki tieto ruoasta ja sen alkuperästä.

Voisimme teoriassa tietää jo nyt, mitä lautasellamme on ja miten se on sille pää-
tynyt. Raaka-aineiden alkuperä, tuotteiden
valmistus, jalostus, kuljetus, varastointi,
kauppa – paljon dataa on jo olemassa,
mutta ei yhteneväisessä muodossa.

Siksi todenmukainen ja aukoton arviointi
kymmenien ellei satojen eri muuttujien
ruokaketjussa on ollut vaikeaa.

Läpinäkyvyys ulottuu kaikkialle. Sensorit,
satelliitit ja IoT (Internet of Things, esineiden
ja laitteiden internet) tuottavat yhä tehok-
kaammin dataa läpi ruokaketjun: maataloilta
teollisuuteen, jalostuksesta pakkauksiin,
kuljetuksesta kauppaan ja aina koteihin,
lautasillemme saakka. Ja sieltä takaisin.

Nopeasti kehittyvät teknologiat auttavat
parantamaan koko ketjun läpinäkyvyyttä ja
arvioinnin luotettavuutta. Eräs lupaavim-
mista on lohkoketjuteknologia (blockchain),
jossa jokaisen edellisen lohkon tiivistelmä
siirtyy aina osaksi seuraavaa lohkoa. Jos
tiivistelmää jälkikäteen muutetaan, se
paljastuu nopeasti. Väärinkäytösten määrä
vähenee, kun kiinnijäämisen riski kasvaa.

Vaikka täydelliseen aukottomuuteen on
vielä matkaa, sitä kohti kannattaa pyrkiä.
Syntyy varmasti myös muita radikaalia läpi-
näkyvyyttä tukevia uusia toimintamalleja.

Lähellä tuotettu ruoka kulkee lyhyem-
män matkan. Siksi sen tuotantoketju on
läpinäkyvyyden kannalta usein helpommin
hahmotettavissa ja valvottavissa. Tämä
nostaa sekä kotimaisuuden että lähiruuan
ja kotimaisen luomun arvoa.

FAKTAT TAKAISIN RUOKAKESKUSTELUUN!

Ruokakeskustelu muistuttaa paikoin
poliittista tai uskonnollista kinaamista.

Vaikka meillä on käytössämme faktoja,
tieteellisiä faktoja, enemmän
kuin koskaan. Erilaisten
somekuplien päivän
uskomukset tuntuvat
syrräyttäneen tie-
teen ja tutkimuksen
pitkään rakennetun

viisauden. Tässä ei ole mitään järkeä.

Tieteeseen ja tutkimukseen perustuvien
näkemysten rinnalla tarjotaan tasaveroi-
sena täyttä huuhaata. Pahimmassa tapauk-
sessa meille jopa tietoisesti valehdellaan.
Näin ei voi eikä saa olla.

Kun puhumme esimerkiksi ruoan terveys-
vaikutuksista, kaikki näkemykset eivät

TEESIT



”



**RADIKAALIA
LÄPINÄKYVYYTTÄ**

**FAKTAT TAKAISIN
RUOKA-
KESKUSTELUUN!**

”

TEESIT

”

**HÄVIKKI ON
MIELIKUVITUKSEN
PUUTETTA**

**LASTEN TERVEEL-
LINEN RUOKA
- PIENTEN SUURI
ASIA**



”

TEESIT

todellakaan ole samanveroisia. Tieteen tekijöidenkin keskuudessa esiintyy toki erilaisia näkemyksiä ja tulkintoja. Niin kukaan luokin olla, se vie tutkimusta eteenpäin.

Ihmisillä pitää olla oikeus luottaa siihen, että he saavat tietoa, joka pohjautuu vankasti tutkimukseen.

HÄVIKKI ON MIELIKUVITUKSEN PUUTETTA

Parin vuosikymmenen kuluttua meitä on täällä yli 9 miljardia. Nykymenolla ruoan tuotantoa pitää lisätä massiivisesti, jotta tulevaisuudessa kaikille riittää ruokaa. Tuota food gapia, ruokakuilua, on mahdollista pienentää. Jos onnistumme puolittamaan nykyisen ruokahävikin vuoteen 2050 mennessä, pystymme kattamaan food gapista viidesosan.

Hukkaamme hävikkinä peräti kolmanneksen syömäkelpoisesta ruoasta. Samalla kuormitamme tarpeettomasti ilmastoa. Kulutuksen ilmastovaikutuksista

reilu viidennes syntyy ruoan tuotannosta ja sen kulutuksesta – tai hukkaamisesta.

Hävikkiä on mahdollista vähentää ja sitä pitää vähentää. Hyvien työkalujen ja teknologian lisäksi tarvitsemme asennemuutosta ja parempaa mielikuvitusta. Hävikin vähentäminen on ympäristöteko, johon meillä jokaisella on varaa.



LASTEN TERVEELLINEN RUOKA – PIENTEN SUURI ASIA

Lapsen kasvun ja hyvinvoinnin vankat peruspilarit ovat 1) riittävä ja säännöllinen uni, 2) terveellinen ja säännöllinen ruokailu sekä 3) säännöllinen liikuminen. Muuta hyödyllistä ja hauskaa unohtamatta.

Laadukas ravinto on välttämätöntä polttoainetta lapsen fyysiselle kasvuille ja kehittyville aivoille. Kasvavalle lapselle kaikki ruoka on vaikutusiltaan erään-

laista brain foodia. Laatu ja monipuolisuus ratkaisevat. Siksi kannattaa todella miettiä, mitä ja milloin lapsi syö.

Lapsille kaupoissa kohdistetussa tarjonnassa korostuvat liikaa epäterveelliset vaihtoehdot. Tarvitsemme lisää herkullisia, terveellisiä ja houkuttelevia lapsille suunnattuja tuotteita. Lapsena opitut ruokailutottumukset säilyvät usein aikuisikään asti. Siksikin tällä on väliä.

TEESIT



SYNTYY RUOAN INTERNET (IOF, INTERNET OF FOOD)

Ihmiset eivät tarvitse kaikkea, eivätkä ihmiset tarvitse kaikkea

kaiken aikaa. Mutta heidän pitäisi pystyä valitsemaan mitä tarvitsevat ja milloin.

Informaation määrä kasvaa rajusti. Syntyy tilanteita, joissa valinnoista tulee lähes mahdottomia – vaihtoehtoja tuntuu olevan liikaa.

Apuun tulee muun muassa keinoäly, joka pystyy yksinkertaistamaan arkea ja helpottamaan valintoja. Datapohjaiset palvelut, joiden suositukset perustuvat ihmisten todellisiin yksilöllisiin tarpeisiin, auttavat valitsemaan fiksummin. Älykkäät palvelut auttavat myös tunnistamaan entistä nopeammin uusia, nousevia trendejä ja kehittämään niitä vastaavia tuotteita ja palveluita.

Kodeissa älykkäiden laitteiden määrä kasvaa: robotisoitu keittiö eri laitteineen ei ole enää kovin kaukana. Muutos ei tapahdu joka kodissa huomenna, mutta se alkoi jo eilen.

Tulevaisuudessa ruokaa kasvatetaan, jalostetaan, kuljetetaan ja myydään eri tavalla kuin ennen. Ruokaketju, sen osat ja roolit muuttuvat. Globaali ja lokaali yhdistyvät ennen näkemättömällä tavalla. Osa ketjun nykyisistä lenkeistä putoaa pois tai muuttaa muotoaan, tilalle tulee aivan uusiakin toimijoita.

Ruoan internetissä yhdistyvät insinööri- taidot, teknologia, tarinankerrontataidot, käyttäytymisen ymmärrys, myymisen ja markkinoinnin ymmärrys sekä ruoan tuotannon, jalostuksen ja valmistamisen prosessien ymmärrys. Ja kaikki tämä pitäisi osata paketoita niin, että käyttäjät pystyvät sitä helposti hyödyntämään. Haaste ei ole ihan pieni.

TULEE KALAVALLANKUMOUS

Kaksi miljoonaa suomalaista sanoo haluavansa syödä nykyistä enemmän kalaa. Mieluusti kotimaista. Ja ostaa sitä, jos se vain olisi helpompaa.

Valtavaan potentiaaliinsa nähden suomalainen kala on jäänyt starttiviivalle.

Siitä huolimatta, että lähtökohdat ovat loistavat: on kalaa, on kysyntää, on puhtaita järviä. Puuttuu vain saatavuus.

Kotimaisesta kalasta kannattaa jalostaa helppokäyttöisiä tuotteita. On sekä fiksuja että vastuullista syödä esimerkiksi

TEESIT

”

**SYNTYY
RUOAN INTERNET**

**TULEE KALA-
VALLANKUMOUS**

”



TEESIT

”

KASVISBUUMI: TRENDISTÄ VALTAVIRTAA



”

TEESIT

suomalaista särkeä ja lahnaa eri muodoissaan. Ne maistuvat herkulliselta ja parantavat lautasillemme päätyessään samalla järviemme hyvinvointia. Kalajalosteissa on merkittäviä kasvumahdollisuuksia, mutta tarvitaan runsaasti uusia innovaatioita.

Jo nyt näemme, että kotimaisesta kalasta, tuoreesta ja jalostetusta, voi kasvaa todella suuri trendi. Haluamme olla aallonharjalla kasvattamassa tätä trendiä, mutta emme pysty siihen yksin. Se on koko ruokaketjun yhteinen asia. Parhaimmillaan

voimme yhdessä onnistua niin hyvin, että se näkyy myös muiden kuin suomalaisten lautasilla.



KASVISBUUMI: TRENDISTÄ VALTAVIRTTAA

Ihmisten terveystietoisuus on kaartanut aivan uudelle tasolle. Olemme todistaneet jo pidempään kasvisbuumia, joka ei hiivukaan. Se on tullut jäädäkseen, kasvanut pelkästä trendistä paljon laajemmaksi ajattelutavan muutokseksi.

Kasvikset ovat tutkitusti terveellistä ja maukasta ravintoa. Ne tekevät meille hyvää. Satokausien suosiminen on järkevää, tuotteethan ovat silloin parhaimmillaan ja edullisimmillaan. Mutta ymmärrämme yhä selvemmin myös ruoantuotannon ja ilmas-

tonmuutoksen välisen yhteyden. Kasvisten syönti kytkeytyy oman hyvinvointimme lisäksi ympäristömme hyvinvointiin. Suosimalla kasviksia voimme keventää merkittävästi ympäristökuormitusta.

Ymmärryksen lisääntyminen muuttaa käyttäytymistä. Siksi uskomme, että kasvisten ja kasvipohjaisten tuotteiden käytöstä tulee suorastaan valtavirtaa.

Muutoksen syvyyttä ja vauhtia tuskin kukaan osaa ennustaa, mutta muutos tapahtuu.

TEESIT



S-RYHMÄ TEKEE

Sitoudumme omalta osaltamme sarjaan tekoja, jotka nivoutuvat ruokateesien hahmottelemiin tulevaisuudenkuviin. Tiedämme, että tarvitaan muitakin tekoja kuin ne, jotka seuraavaksi esitellään. Niitäkin tehdään.

Tekomme ovat paikoin vasta siementasolla, paikoin pidemmällä. Osa teoista on jo meneillään olevien toimiemme reipasta vahvistamista.

Osa teoista on luonteeltaan sellaisia, että vanhassa maailmassa niistä ei olisi kerrottu mitään. Niitä olisi pidetty liikesalaisuuksina. Uudessa maailmassa kertomatta jättäminen on huono idea. Hyvä idea sen sijaan on itsensä rohkea altistaminen. Siitäkin huolimatta, että todennäköisesti osa kuvaamistamme teoista jää tavoitteisiin nähden vain hyväksi yritykseksi. Mutta osa onnistuu. Ja joistakin voi kasvaa jotain todella merkityksellistä, kokoaan paljon suurempaa. Aika ja tekeminen näyttävät, miten käy.

Tulevaisuutta ei kukaan pysty tarkalleen ennustamaan. Mutta siihen voi ja siihen kannattaa kaikkien vaikuttaa. Tulevaisuutta rakennetaan tämän päivän tekemisillä. Me haluamme olla täysillä mukana.

Antibioottien liikkakäyttö lihantuotannossa johtaa antibiooteille vastustuskykyisten bakteerikantojen vahvistumiseen. Tämä on maailmanlaajuinen ongelma. Haluamme tarttua antibioottien käytön vähentämiseen. Suomalaisessa lihantuotannossa ongelmaa ei ole, mutta Pohjoismaiden ulkopuolella tilanne vaihtelee.

Edellytämme jatkossa, että kaikki omia merkkejämme valmistavat, ulkomaista lihaa käyttävät tavarantoimittajat, sitoutuvat S-ryhmän antibioottien käyttöön liittyviin hyvän käytännön ohjeisiin ja vaatimuksiin. Käymme läpi toimitusketjumme vuoden 2018 loppuun mennessä. Mahdolliset muutokset valikoimiin tehdään tämän selvitysprosessin perusteella.

Emme hyväksy rutiininomaista antibioottilääkitystä ja antibioottirehun antoa terveille eläimille. Antibiootteja tulee käyttää ainoastaan eläinlääkärin määräyksellä ja rajoittaa niiden käyttö sairaiden eläinten hoitoon.

S-RYHMÄ TEKEE



Lanseeraamme terveellisiä lasten suosikkiruokia ja nostamme niitä näyttävästi esiin myymälöissämme. Kutsumme yhteiseen kehitystyöhön mukaan kaikki halukkaat elintarvikealan toimijat. Kokoamme syksyllä 2017 foorumin, jonka tavoitteena on pyrkiä yhdessä löytämään nopeita keinoja parantaa lapsille mieluisten ruokien terveellisyyttä, herkullisesta mausta tinkimättä.

Teemme osana kestäväen kehityksen yhteiskuntasitoumusta Ravitsemussitoumuksen, jolla edistetään parempia ruokavalintoja. Sitoumuksemme kohdistuu erityisesti lasten suosimiin tuotteisiin ja näkyy kaupoissamme jo elokuusta lähtien.

Tarjoamme jo tämän vuoden aikana yhdessä Marttaliiton kanssa 100 lasten Ässä-kokki-kurssia yli 1000 lapselle eri puolilla Suomea. Ässäkokkikursseilla opastetaan ja innostetaan lapsia satokausiajatteluun ja fiksuun kokkaamiseen.

Vähennämme omasta toiminnastamme syntyvää ruokahävikkiä 15 prosenttia vuoteen 2020 mennessä ja autamme asiakkaita vähentämään ruokahävikkiä myös kotona.

Myöhäisten iltatuntien Happy Hour -hinnoittelu ruokakaupoissamme laajentuu valtakunnalliseksi. Näiden tuntien aikana saa 60 % alennuksen tuotteista, joiden päiväys on menossa vanhaksi.

Haluamme viedä ruokakeskustelua faktavetoiseen suuntaan. Uskomme faktoja myös silloin, kun ne kertovat, että voimme itse toimia paremmin ja fiksummin.

Annamme henkilöimätöntä myyntidataamme tiedeyhteisön tutkijoiden käyttöön. Tutkijat saavat käyttöönsä todellista tietoa ruoan kulutuksesta ja ruokatottumusten muutoksista. Uudet datapohjaiset löydökset palautuvat hyötykäyttöön entistä parempana tutkimustietona ja ymmärryksenä.

Sitoudumme vaihtoehtoisten "totuuksien" viidakossa tieteellisesti perustellun tiedon jakamiseen. Annamme tieteentekijöille lisää tilaa omissa medioissamme.

S-RYHMÄ TEKEE

Kannustamme eri tavoin suomalaisia syömään enemmän kasviksia ja yltämään suositeltuihin tavoitteisiin, puoleen kiloon päivässä. Monen mielestä se on kova, miltei mahdoton tavoite. Mutta se on mahdollista, jos se vain tehdään mahdolliseksi.

Vahvistamme satokausiajattelua: tuomme kauppoihimme yhä enemmän kauden kasviksia, lisäämme niihin liittyvää viestintää ja tarjoamme entistä laajemmin kirjon inspiroivia kasvisreseptejä.

Tuomme valikoimiimme maukkaampia ja laadukkaampia kasviksia, uusia mielenkiintoisia lajikkeita, valmiiksi pilkottuja helppokäyttöisiä hedelmiä ja kasviksia – tuoreina ja pakasteina.

Avaamme lähitulevaisuudessa Omat ostot -palvelun. Palveluun voi asettaa omia kriteereitä ja tavoitteita esimerkiksi kasvisten käytön suhteen.

Jatkamme kasvishalpuutusta. Haluamme, että kasvisten monipuolinen ja runsas käyttö on mahdollista kaikille.

Haluamme lisätä suomalaisen kalan saatavuutta ja monipuolista käyttöä. Emme voi tehdä tätä yksin, tarvitsemme muita mukaan.

Sitoudumme parantamaan tuoreen kotimaisen kalan saatavuutta yhteistyössä kalastajien ja kalankasvattajien kanssa. Esimerkiksi tuore järvikala täytyy saada nykyistä paremmin asiakkaiden ulottuville. Kutsumme kalastajayhteisöt kanssamme samaan pöytään rakentamaan uudenlaista yhteistyöverkostoa. Haluamme kuulla kalastajien näkemyksiä ja toiveita siitä, miten voimme olla heille parempi yhteistyökumppani.

Tarvitsemme lisää tuoretta kalaa ja helppokäyttöisiä kalajalosteita. Tarvitsemme lisää kumppaneita ja tuoteinnovaatioita – reippaasti lisää. Kysyntää on, tarjontaa on liian vähän.

Mietimme pitkään, uskallammeko sanoa ääneen seuraavan ajatuksen. Sanotaanpa. Ideamme on, että tonnikalapurkki vaihtuu kuluttajien pöydissä yhä useammin särkipurkiksi. Miksi? Siksi että siinä on järkeä.

S-RYHMÄ TEKEE

Ruoan internet, loF, on jo täällä. Osin melkoisena hetteikkönä, mutta muokatta-
vissa kukoistavaksi puutarhaksi.

Internet of Food elää jo jokaisessa ruoan instapostauksessa, hittireseptissä, ruo-
kablogissa ja -keskustelussa, netin suositteluissa, vinkeissä, ruoan verkkokaupois-
sa. Emme ole silti nähneet siitä vielä juuri mitään.

Ruoan internet ei muuta vain kuluttajien käyttäytymistä ja toimintaa. Se vaikuttaa
myös ruokaketjuun, muuttaa sen toimintalogiikkaa ja sen myötä koko kaupan alan
logiikkaa. Ihmisten ääni kuuluu ja vaikuttaa yhä voimakkaammin.

Mitä loF voi merkitä? Muuta kuin jälleen uutta kirjainlyhennettä?

Rakennamme parhaillaan jotain uutta, joka helpottaa ja keventää ihmisten usein niin
stressintäyteistä arkea ennen näkemättömällä tavalla. Tavalla, joka tukee valinnanva-
pautta ja ruokasuvaitsevaisuutta sekä synnyttää suomalaisille merkityksellisiä koke-
muksia. Tällä uudella ei ole vielä nimeä, rakkautta ruokaan siinä on – ja sen tuntee.



S-RYHMÄ TEKEE

Haluamme olla radikaalin läpinäkyvyyden edelläkävijä ruokatuotteiden toimitusketjuissa. Tällä saralla tapahtuu jo nyt paljon.

Merkitsemme omien merkkiemme pakkauksiin aina keskeisten raaka-aineiden alkuperämaan läpinäkyvästi.

Haluamme pilotoida blockchain-tasoista tuotteiden jäljitettävyyttä omissa toimitusketjuissamme. Olisi hienoa, jos pystyisimme blockchainin avulla jäljittämään vaikkapa tonnikalan polun kalastusalueelta myymälään asti.

Aloitamme uuden aikakauden hankintaketjun ihmisoikeusvaikutusten arvioinnissa ja seurannassa. Perinteisen auditointityön rinnalla käynnistämme uudenlaisen, juurisyihin pureutuvan tutkimusmallin: sen avulla pääsemme tarttumaan tarkemmin riskimaiden ihmisoikeuskysymyksiin ja etsimään uudenlaisia vaikuttavia ratkaisuja. Julkaisemme tämän uuden toimintamallin tuottamat tulokset kaikkien sidosryhmiemme vapaasti käytettäväksi.

Läpinäkyvyyttä korostavassa ajassa lähiruoalla ja luomulla on vahva asema. Luomukriteerit ovat jo lähtökohtaisesti tiukkoja, lähiruoassa jäljitettävyyks on suurempaa. Lähiruoassa välikäsiä on vähemmän, ja tuotteen matka kauppaan on lyhyt. Olemme jo nyt Suomen suurin luomun ja lähiruuan myyjä – ja vahvistamme tätä roolia entisestään.

S-ryhmä haluaa kehittää ja vauhdittaa suomalaista ruokakekseliäisyyttä. Kokeilemme itse uusia toimintatapoja ja kannustamme koko ruokaketjua järeisiin, skaalautuviin kokeiluihin. Kannattaa ajatella isosti ja tehdä isosti.

Käynnistämme keväällä 2018 start-up-foorumin, Hehkun, jossa 1) pistämme liikkeelle rohkeampien tuoteideoiden vauhdituksen, 2) sparraamme ammattilaisten voimin tuotteista skaalautuvampia ja 3) autamme saamaan tuotteet nopeammin kauppohenkilöstölle. Tarjoamme yhteistyökumppaneidemme käyttöön muun muassa kuluttajatrenditietoa, jota voi suoraan hyödyntää tuotteiden kehityksessä, myynnissä ja markkinoinnissa.

Hehku syntyy kirkkaasta ideasta, yllätyksellisyydestä, poikkeuksellisesta tarinasta ja intohimosta ratkoa ihmisten todellisia ongelmia.

Suunnataan katse kohti isoa.

S-RYHMÄ TEKEE



Mihin tarvitaan Ruokamanifesti?

Jos uskomme – kuten me uskomme – että Suomi voi nousta maailman mitta-kaavassa ruokakehityksen kärkeen, on selvää, että se vaatii lisää kehitysvoimaa ja vauhtia meiltä kaikilta yhdessä.

Murrosajalle on tyypillistä, että markkinoita tai alan totuttuja käytäntöjä muuttavat eniten innovaatiot, jotka tulevat toimialan ulkopuolelta. Siihen voi suhtautua monella tavoin. Sitä voi vastustaa tai siihen voi alistua. Murrokseen voi myös hypätä täysillä mukaan, lähteä rohkeasti uudistumaan ja ottamaan tulevaisuutta omiin käsiin.

Suomalaisen ruoan nousu tarvitsee nopeutta, rehellisyyttä ja vahvaa innovointiotetta. Se tarvitsee todellista rohkeutta – ja ehkä ripauksen suomalaista hulluuttakin.

S-ryhmällä on Ruokamanifestille kolme tavoitetta.

1. Haluamme vahvistaa ennakkoluulottomuuden, suvaitsevaisuuden ja yhdessä tekemisen henkeä: omissa poteroissa seisominen estää kaikkien ruokaketjun osien menestystä.

2. Haluamme pistää itsemme rohkeasti peliin, altistaa itsemme muuttumaan nopeammin. Laitamme tiskiinkin kaiken

mahdollisen osaamisemme, mutta näemme myös omat rajamme. Me pysymme parantamaan toimintaamme ja kehittymään, yksin ja yhdessä. Haluamme tehdä ja toimia, kehittää valikoidiamme ja palveluamme sekä pitää jatkuvasti huolta siitä, että ruoan hinta on suomalaisille tolkullisella tasolla.

3. Haluamme kiihdyttää ja inspiroida keskustelua. Vauhdittaa tekemistä sekä alan toimijoiden että ulkopuolisten tahojen kanssa. Rakentaa yhdessä kotimaisen ruoan menestystarinoita.

Me emme tiedä millaiseksi tulevaisuus muodostuu, mutta tahdomme olla paikalla, kun tulevaisuutta tehdään. Se tehdään nyt, yhdessä muiden kanssa.

Haluamme käydä avointa keskustelua ja tehdä konkreettisia tekoja, jotka vahvistavat myös Suomea. Siihen tarvitaan koko ruokaketjun yhteistä voimaa. Edessämme ovat seuraavatkin 100 vuotta. Silloinkin syödään. Vanhoja tuttuja ruokia ja vaikka mitä uutta. Syntyy yhä uusia makumuistoja.

On elintärkeää keskustella eteenpäin, ei taaksepäin. Siksi teimme Ruokamanifestin – teesejä suomalaisen ruoan matkalle tulevaan, tekoja tästä hetkestä tulevaan. Yhdessä ja eteenpäin.

Porissa 10.7.2017



Taavi Heikkilä, pääjohtaja, SOK

**"SUOMESTA MAAILMAN
KEKSELIÄIN JA KIINNOSTAVIN
RUOKAMAA.
YHDESSÄ TEKEMÄLLÄ."**

