

2.3. Förbättring av jordbrukarens ställning i värdekedjan

2.3.1. Nuläge

Värdekedjetänkande i livsmedelssystemet

Med värdekedja avses verksamhetsled som produkterna passerar i en viss ordning och där varje led ger ett mervärde. Värdekedjan består av gårdar, förädlingsföretag och i vidare mening alla aktörer i livsmedelssystemet. Värdekedjans funktion påverkas av konkurrensreglerna och avtalspraxisen samt förhandlingsuppläggen och prisbildningen.

Jordbruket producerar data som har mervärde när de förädlas, och mängden data ökar snabbt. Gårdarna själva använder teknik och data i sin egen verksamhet och vid utveckling av verksamheten, men en stor mängd data finns utom räckhåll för jordbrukarna. Det diskuteras hur man kan säkerställa den primära dataproducentens suveränitet när det gäller egna data och hur man kan utforma rättvisa villkor för utbyte och användning av data så att öppna data blir verklighet, så att nytt mervärde kan skapas och så att den svagaste partens rättigheter beaktas.

Primärproduktionens andel av Finlands BNP var 2,8 procent år 2018, men hela livsmedelsbranschens värdekedja har stor betydelse för samhällsekonomin. Livsmedelsindustrin sysselsätter mer än 30 000 personer på heltid i mer än 1 700 företag, och livsmedelssystemet som helhet sysselsätter 340 000 personer (13 % av alla sysselsatta), inom jordbruket, livsmedelsindustrin, parti- och detaljhandeln för livsmedel och restaurangtjänsterna (LUKE 2017). Att utveckla alla led i matkedjan är mycket viktigt med tanke på samhällsekonomin (Mäkelä 2017). Livsmedelsindustrin är den största tillverkaren av konsumtionsvaror och den fjärde största industrigrenen efter metall-, kemi- och skogsindustrin med en omsättning på 11,2 miljarder euro 2018 (TEM 2019).

Tabell 2.3.1. Nyckeltal för livsmedelsindustrin 2019. Källa: Statistikcentralen

		Yritysten lkm	Toimipaikkojen lkm	Jalostusarvo, 1000€	Henkilöstön lkm
2019	Mikrot	1 341	1 458	185 823	3 168
2019	Pienet	282	299	478 765	6 439
2019	Keskisuuret	86	108	778 535	10 235
2019	Suuret	13	28	793 518	10 731
2019	Yhteensä	1 722	1 893	2 236 641	30 573

På Finlands lilla marknad är detaljhandeln och livsmedelsindustrin koncentrerade, och marknaden domineras av några stora aktörer. År 2018 hade de två största aktörerna inom dagligvaruhandeln en sammanlagd marknadsandel på över 80 % och de tre största över 90 %. När det gäller livsmedelsföretagen dominerar mikroföretagen. 77 % av företagen sysselsätter mindre än fyra personer och över 90 % av företagen mindre än tio personer. Mer än 80 % av livsmedelsindustrins omsättning skapas dock av företag som sysselsätter mer än 50 personer. För livsmedels del har Finland ett underskott i handelsbalansen: år 2020 uppgick exportens värde till mer än 1,7 miljarder euro medan importens värde uppgick till cirka 5,3 miljarder euro.

Att maten är inhemsk blir allt viktigare. Vid val av inhemska livsmedel läggs alltmer vikt vid smak, färskhet, hälsa, renhet/inga tillsatssämnen, inhemska råvaror och etik (MMM 2019d, Taloustutkimus 2020). Finska produkter associeras med många faktorer relaterade till hög kvalitet. Därför anser många att inhemska produkter håller hög kvalitet, även om det finns skillnader mellan människor i fråga om vad de avser med hög kvalitet. Till exempel inhemska färskvaror är ofta närproducerade, färska och antibiotikafria (Makery). Inga bekämpningsmedel är det viktigaste kriteriet för ekologiska konsumenter i Finland, andra faktorer är få tillsatssämnen, god smak samt miljövänlig och ekologisk produktion. Välbefinnandet hos djur som uppföds ekologiskt värdesätts särskilt av konsumenter som aktivt använder ekologiska produkter (Pro Luomu 2019). Det är viktigt att man i jordbruksproduktionens olika faser identifierar och ännu bättre tar hänsyn till konsumenternas och livsmedelsindustrins förväntningar och förändringarna i verksamhetsmiljön (se kapitel 2.1, 2.2, 2.8 och 2.9).

Råvaror av hög kvalitet är grundläggande för att jordbruksprodukter och vidareförädlade livsmedel ska efterfrågas även internationellt. De senaste åren har vi sett ökad efterfrågan på t.ex. kummin, havre och ekologiska produkter samt hur detta påverkat produktionen. Finland är världens största kumminproducent och merparten av produktionen exporteras.

Primärproduktionen garanteras av ekonomiskt lönsamma gårdar som investerar, utvecklar och tar företagarrisken. Detta konkretiseras i hållbart och ansvarsfullt producerade, säkra livsmedel samt nya innovationer så att alla led i värdekedjan kan bedriva lönsam verksamhet, utveckla sin verksamhet och samarbeta med varandra.

Livsmedelssystemet är en central del av bioekonomin (LUKE 2018). Målet med den nationella bioekonomiska strategin (TEM 2014) är att skapa ny ekonomisk tillväxt och nya arbetstillfällen genom växande affärsverksamhet inom bioekonomi samt produkter och tjänster med högt mervärde och samtidigt trygga förutsättningarna för de naturliga ekosystemen. Enligt strategin kommer bioekonomin att öka produktionen till 100 miljarder euro och skapa 100 000 nya arbetstillfällen till 2025.

Enligt nationell statistik för 2019 hade Finland 46 827 jordbruks- och trädgårdsföretag, som fortfarande sysselsätter mest av alla i bioekonomin. År 2019 fanns det 40 212 jordbrukare på gårdar ägda av privatpersoner. (LUKE 2020a). Enligt Eurostats uppgifter hade Finland 2016 totalt 49 710 gårdsbruksenheter och inom jordbruket arbetade 111 680 personer (bakgrundsindikator C.13, Eurostat 2016).

Livsmedelsindustrin och livsmedelshandeln har en ganska bra relativt kostnadskonkurrenskraft. De måttfulla löneavtalen, de senaste årens rimliga råvarukostnader och de goda marknadspriserna möjliggör en lönsam verksamhet. Den största utmaningen inom branscherna är dock den låga arbetsproduktiviteten. Inom industrin beror detta på den relativt sett högre arbetsintensiteten. Primärproduktionens kostnadskonkurrenskraft är dålig (VNK 2017).

PTT undersökte prisbildningen för mjölk-, kött- och spannmålsprodukter 2008, 2012 och 2016. Konsumentpriset för en produkt delades upp så att det framgick hur stora andelar som gick till skatter, till handeln, till industrin och till primärproduktionen. Andelarna presenterades för produktgrupper bestående av enskilda produkter, för huvudproduktgrupper bestående av produktgrupper och för hela sektorn. På grund av prisutvecklingen för livsmedel och förändringar i penningflödet inom livsmedelssektorn är det nödvändigt att granska marginaler i euro parallellt med relativa marginaler. Industrin har kunnat hålla sin andel i euro ganska oförändrad, fastän priset på livsmedel har sjunkit mellan 2012 och 2016. Däremot har handelns marginaler i euro minskat. Industrins relativa andel i sin tur har ökat betydligt under samma period medan handelns andel har minskat klart. Skattens andel har ökat något. Primärproduktionens andel har generellt minskat, men det finns skillnader mellan produktgrupper.

C. 13: Farm labour force:

2010: 125 290

2013: 120 020

2016: 111 680 personer

Jordbrukarnas organisering i värdekedjan

I Finland har producenternas andelsverksamhet traditionellt en stark roll framförallt i marknadsföringen av mjölk- och köttprodukter och ägg. Andelsverksamhet förekommer också inom foderindustrin, och producenterna har ägande inom vidareförädling av spannmål. Tidigare hade producentandelslagen en viktig roll även i anskaffningen av produktionsinsatser. Producenternas roll är starkast inom mjölkförädlingen. Den starka andelsverksamheten är i varje fall delvis orsaken till det ljumma intresset för att bilda producentgrupper eller -organisationer.

Köttsektorn har fyra producentandelslag, som utövar bestämmande inflytande i två börsnoterade köttföretag (80 % av köttmarknaden). Andelslagen har bildat aktiebolag, och dessa har noterats på Helsingforsbörsen för att skaffa kapital. Bolagen har två aktieserier och andelslagen förfogar över aktier som ger bestämmande

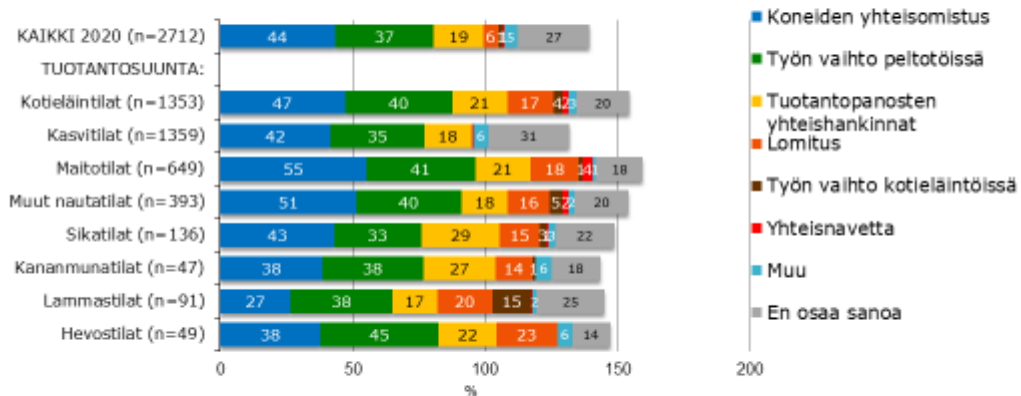
inflytande i bolagen. Bolagen måste följa de normala börsreglerna och andelslagen fungerar främst som ägare och får sina inkomster när bolagen lämnar utdelning. Bolagen har i sin strategi förbundit sig att använda inhemska råvaror.

De bolag som andelslagen äger bedriver också foderförädling och förmedling av djur och andra produktionsinsatser samt gör gemensamma inköp.

Det finns inte lika mycket samarbete mellan producenterna inom primärproduktionen, men under de senaste åren har antalet gårdar som drivs som aktiebolag ökat. Aktiebolagen kan vara konsortier bildade av flera gårdar och all produktion eller bara en viss del, till exempel mjölkproduktionen, kan vara bolagiserad. Gårdarna har emellertid många slags samarbetsbehov (figuren).

→ Yhteistyön muodot: koneyhteistyö ja työn vaihto peltotöissä tyypillisimpiä tapoja

Viljelijäyhteistyö nykyisin tai jatkossa



■ Suurilla tiloilla ja kotieläintiloilla kautta linjan enemmän työvoimapalveluiden tarpeita jatkossa

KANTAR

Maa- ja metsätalouden tutkimuskeskus - Kanta TMS Agri Oy



Maa- ja metsätalousministeriö 103

Största delen av gårdarnas nöt- och svinköttproduktion är avtalsbaserad och djuren säljs till livsmedelsindustrin för slakt och förädling. Endast en liten del av produktionen säljs direkt till handeln eller konsumenterna. I köttsektorn förekommer det inom livsmedelskedjan inget vertikalt samarbete som kan jämföras med branschorganisationer. Efterfrågan på inhemskt får- och lammkött växer liksom produktionen, men andelen får- och lammkött av allt kött som produceras i Finland är inte mer än ca 0,004 % (1,52 mn kg 2018) (LUKE 2020b). Lammsektorn har två producentorganisationer.

De finländska mjölkproducenterna har i hög grad anslutit sig till andelslag. Andelslagens sammanlagda marknadsandel är ca 97 %. Det största enskilda branschföretaget ägs av andelslagen och har ca 86 % av marknaden för producerad mjölk. Dessutom finns det ett antal privata mejerier.

Från och med år 2012 har det varit möjligt att ansöka om att bli godkänd som producentorganisation inom sektorn för mjölk och mjölkprodukter. Tills vidare har inga ansökningar lämnats in. Antalet företag som förädlar mjölk har minskat på senare år. Nya småföretag som förädlar mjölk har grundats, t.ex. på gårdar där det hålls finsk boskap och hongetter. Företag som bedriver mjölkförädling som huvudsaklig näring eller binäring skaffar råvaran i huvudsak hos anskaffningsandelslag eller självständiga andelslag. Förädlare för vilka förädlingen utgör en bisyssla använder också mjölk från den egna gården.

Inom frukt- och grönsakssektorn har det sedan 1997 varit möjligt att bilda producentorganisationer. I Finland verkar fyra företag som organiserat sig som producentorganisationer. Inom spannmålssektorn har det grundats andelslag eller jordbrukarledda företag för att förbättra producenternas ställning i spannmålshandeln.

Spannmålssektorn har inte några egentliga producentorganisationer. Men till exempel ekologiska producenter har olika konsortier som hjälper till med marknadsföring eller inköp av produktionsinsatser. De allmänna förutsättningarna för lönsamhet och funktionalitet i kedjorna för spannmål, oljeväxter och vegetabiliskt protein främjas i Finland av branschens samarbetsgrupp VYR ry (Vilja-alaan yhteistyöryhmä). Spannmåls gårdarna har ett stort antal deltidsjordbrukare jämfört med andra produktionsinriktningar. Trots att spannmåls gårdarna har blivit större i genomsnitt försöker producenterna hitta tilläggsinkomster utanför gården.

Det största äggpackeriet ägs av ett delvis inhemskt producentandelslag. Inom branschen finns det flera små privata packerier. Branschen har också en producentorganisation. Inom potatissektorn samarbetar producenterna i relativt liten skala. Packeriverksamheten har ofta fått sin början genom att en gård har packat sin egen potatis och småningom utvidgat verksamheten till anskaffning av potatis externt. Det har också startats gemensamma packerier för att uppnå leveranssäkerhet, kostnadseffektivitet och konkurrenskraft på marknaden. Potatissektorn har också en producentorganisation. Dessutom bildade producenter, förädlare, försäljare och privatpersoner år 2015 en egen paraplyorganisation, Peruna-alaan yhteistyöryhmä ry, genom vilken hela branschen centraliserat kan förbättra sina möjligheter samt försäljningen och marknadsföringen av potatis och potatisprodukter och säkerställa utvecklingen av branschens forskning, rådgivning och utbildning.

Det är inte bara potatissektorn som verkar i leden mellan jordbrukare, handelns centralaffärer och industrin, utan vissa packerier och partiaffärer har specialiserat sig på rotfrukter, frukt och grönsaker. En del av packerierna finns i anslutning till en gård och använder produkter från den samt köper produkter från andra gårdar, medan andra förpackar enbart produkter som de har köpt utifrån.

Jordbrukarnas roll i matkedjans utveckling

Jordbrukarna fokuserar i regel på råvaror i primärproduktionen som säljs till livsmedelsindustrin i stället för att ha egen förädling eller direktförsäljning av jordbruksprodukter på gården i någon betydande omfattning. Vidareförädling och bearbetning av livsmedel bedrivs på 430 gårdar där förädling är den bransch som omsätter mest (LUKE 2016a).

En del gårdar ser direktförsäljning av jordbruksprodukter som kan användas som livsmedel som en attraktiv möjlighet, eftersom de då inte är bundna till vissa produktionsvolymerna som de kan vara vid försäljning till detaljhandeln. Därmed kan även en mindre produktionskapacitet räcka för att generera tilläggsinkomster. Gårdar som bedriver direktförsäljning har i regel något bättre lönsamhet än konventionella gårdar. Lönsamhetskoefficienten för direktförsäljning är cirka 0,1 enheter och företagarikomsten cirka 5 000 euro högre än för andra. Skillnaderna varierar från år till år och enligt produktionsinriktning (LUKE 2019). Direktförsäljning bedrivs av totalt 1 050 gårdar, av vilka merparten sannolikt bedriver direktförsäljning av oförädlade eller förädlade livsmedel (LUKE 2016b). Till direktförsäljning kan räknas försäljning direkt från gården, i egen webbutik, i REKO-ringar, på torg, direkt till matringar etc.

Uppgifter om antalet gårdar med direktförsäljning samlas in i samband med ansökningarna om jordbruksstöd. Vid ansökan 2020 uppgav 3 046 gårdar att de har direktförsäljning (Livsmedelsverket 2020). En liknande siffra (3 000 gårdar) kom fram i jord- och skogsbruksministeriets enkät (Kantar TNS 2020), enligt vilken ca 1200 gårdar dessutom har planer på att investera i direktförsäljning under de kommande fem åren. Officiell statistik som beskriver direktförsäljningen har annorlunda siffror eftersom Naturresursinstitutets statistik omfattar ekonomiskt betydande och regelbunden företagsverksamhet som ger försäljningsinkomster (direktförsäljningsstatistiken har en uppgift om största bransch räknat i omsättning).

Gårdsstorleken har ökat och gårdarna är inriktade på primärproduktion, varvid det finns mindre tillgång på arbetsinsatser och andra tekniska resurser till förädling av egna produkter och utvidgning av verksamheten till områden utanför jordbruket. Jordbrukarnas ålder påverkar intresset för diversifiering av gårdsbruket. Jordbrukare som bedriver direktförsäljning är oftast under 40 år och har gårdar på mindre än 20 hektar (Kantar TNS 2020). Det begränsade intresset för förädling och direktförsäljning av egna produkter förklaras delvis av utbildningssystemet, där undervisningen särskiljer produktion och förädling – jordbrukaren ses traditionellt som en producent av råvaror i början av värdekedjan.

Förhandlingspositionerna för aktörerna i livsmedelskedjan och hur de kan påverkas

I flera olika utredningar konstateras att förhandlingsstyrkan är ojämnt fördelad bland aktörerna i livsmedelskedjan och att producenterna har en svag ställning. Utredningarna har visat att handeln i de flesta fallen har en stark förhandlingsposition i jämförelse med andra inhemska aktörer i livsmedelskedjan, både industrin och producenterna. Fler egna märken i handeln (private label), importmöjligheter och lågprisbutiker (med smalt sortiment) har lett till hårdare konkurrens mellan inhemska varuleverantörer och sänkt marginalerna i produktionen. Producenternas andel av konsumentpriset på jordbruksprodukter har samtidigt minskat (se kapitel 2.2).

Köpkraftens strukturella obalans medför en risk att förhandlingsstyrkan i handeln med livsmedel missbrukas. De två största kedjorna har en marknadsandel på nästan 90 % och kampen om marknadsandelarna är hård. När en aktör inom handeln har en så här stor marknadsandel kan en stor inhemsk aktör inte välja bort kedjans butiker. För Finland har export inte varit ett verkligt alternativ. När det gäller färska produkter som hör till frukt- och grönsakssektorn och som handeln också köper direkt från producenter har handeln en dominerande marknadsposition både genom marknadsinformationen och de mångsidiga inköpskanalerna.

I Finland är dagligvaruhandeln ovanligt koncentrerad och har få aktörer medan framförallt producenterna men även industriaktörerna är en klart större grupp. Dagligvaruhandeln är koncentrerad och kedjebaserad eftersom de två största dagligvarukedjorna tillsammans har en marknadsandel på över 80 %. Den ena kedjan är ett konsumentandelslag och den andra ett köpmannadrivet börsföretag. Den enda utmanaren hittills är en utländsk kedja.

Förutom de stora kedjorna finns det för närvarande knappt 300 bybutiker, vars antal minskar med ca 30 butiker per år (PTT 2017). Åren 2019-2020 främjade jord- och skogsbruksministeriet tillgängligheten och bevarandet av bybutiker genom nationell finansiering. Stöd beviljades till bybutiker på glesbygden. Tillgången till butiksservice och tjänster vid sidan om (t.ex. post och apotek) har en stor betydelse för invånare, företag och turister i området. Bybutikerna kan även fungera som distributörer av närproducerad mat.

Kommissionens landrapport uppmärksammar handelns koncentration i Finland. Det har genomförts reformer i syfte att förbättra regleringsmiljön. Bland dessa finns liberaliseringen av butikernas öppettider, ändringen av markanvändnings- och bygglagen (132/1999) 2017 och översynen av alkohollagen (1102/2017) 2017. Utifrån kommissionens regleringsindikator för detaljhandeln hör Finland till de EU-länder som har färre detaljhandelsrestriktioner än EU-genomsnittet. (Europeiska kommissionen 2019).

Betydelsen av digitalt mervärde ökar kontinuerligt. Trots att Finland hör till EU:s utvecklade digitala ekonomier är de digitala offentliga företagstjänsterna alltså få, det finns betydande skillnader i integrationen av digital teknik, och man har hamnat efter i utvecklingen av e-handeln och den gränsöverskridande näthandeln. I Finland är dessutom små och medelstora företag ovilliga att ta vara på den outnyttjade näthandelspotentialen i och utanför EU (Europeiska kommissionen 2019). Coronavirusepidemin (Covid-19) har medverkat till att företagen nödgats utveckla verksamheten i snabb takt på grund av omvärldsförändringarna. Krisen har tvingat företagen att leta efter nya digitala lösningar och arbetssätt och effektivisera de gamla.

Digitaliseringen möjliggör nya saker inom jordbruket och dess värdekedjor. För att uppnå en rättvis dataekonomi även inom jordbruket och livsmedelsekonomin behövs satsningar inte bara på att lösa tekniska frågor, som alltid är relevanta, utan också på att lösa ekonomiska, juridiska och sociala frågor. Det kommer att behövas fler datahanteringsmodeller i vilka jordbrukarna är aktiva aktörer och beslutar på vilka villkor deras data får användas. För att data ska kunna användas rättvist och på ett individorienterat sätt behövs gemensamma spelregler och förfaranden i ekosystemet för informationsutbyte. Grundidén är att en rättvis dataekonomi gynnar alla.

En av de faktorer som påverkar jordbrukets lönsamhet är produktionsinsatserna. Som exempel kan nämnas att det på den finländska marknaden för gödselmedel finns en stor aktör, två ganska stora och ett par mindre aktörer. Priserna på gödselmedel följer prissättningen på Europas marknad för gödselmedel, som i sin tur följer

priserna på världsmarknaden. För jordbrukarna har prisutvecklingen för gödselmedel varit ogynnsam. Då priserna på gödselmedel stiger mer än priserna på spannmål försämrar det åkerodlingens lönsamhet. (MMM 2019a). Produktionsinsatserna behandlas också i punkterna 2.1 och 2.2.d

Reformering av livsmedelsmarknadslagen

Problemen i livsmedelskedjan uppmärksammades i riksdagens skrivelse (RSk 21/2017 rd) med anledning av regeringens livsmedelspolitiska redogörelse (MMM 2017): ”Riksdagen förutsätter att regeringen effektivare främjar en genuint fungerande och konkurrensutsatt livsmedelsmarknad och genom behövliga lagstiftningsåtgärder ser till att konkurrensvillkoren är lika.”

I syfte att förbättra situationen stiftades livsmedelsmarknadslagen (1121/2018), som trädde i kraft i början av 2019. Syftet med lagen är att förbättra livsmedelsmarknadens funktion och trygga ställningen för de aktörer i livsmedelskedjan som har den svagare ställningen. Lagen säkerställer producenternas möjlighet att få skriftliga avtal om leverans av jordbruksprodukter och så att avtalet har ett visst minimiinhåll. Lagen syftar också till att förhindra användning av oskäliga villkor och förfaranden som strider mot god affärssed eller annars är otillbörliga mot en annan näringsidkare vid handel med jordbruksprodukter och livsmedel. I lagen föreskrivs också om en livsmedelsombudsman som ska övervaka efterlevnaden av dessa krav och förbud.

När livsmedelsmarknadslagen reviderades 2020 beaktades direktivet (EU) 2019/633 om otillbörliga handelsmetoder mellan företag i jordbruks- och livsmedelskedjan. Det är dock inte möjligt att genom lagen påverka de producentpriser som jordbrukaren får. Den reviderade lagen träder i kraft den 1 november 2021.

I Finland har det sedan 2017 funnits en affärssedsnämnd som ska främja förfaranden i enlighet med god affärssed i livsmedelskedjan. Nämndens verksamhet grundar sig inte på lagstiftning utan är självreglering inom branschen. Nämnden kan omedelbart ingripa i upptäckta missförhållanden t.ex. genom rekommendationer om god affärssed. Nämnden kan utveckla branschens etiska principer samt delta i diskussionsmöten och utbildningar som främjar god affärssed. Dessutom ger den utlåtanden om iakttagandet av principerna för god affärssed och kan även i övrigt främja tillvägagångssätt som följer dessa principer.

Hur internationellt tryck avspeglas på livsmedelssektorn

Företagen konkurrerar globalt och konkurrensen skärps hela tiden. Livsmedelssektorn möter internationellt tryck utanför Finland, såsom Rysslands handelshinder och som ny utmaning delvis även Brexit, utöver globala megatrender såsom klimatförändringarna, vilka påverkar hela livsmedelssektorns verksamhet. I Europeiska unionen är det Finland som påverkats kraftigast av Rysslandssanktionerna.

Den 7 augusti 2014 förbjöd Ryssland importen av kött och köttprodukter, mjölk och mjölkprodukter, rotfrukter, grönsaker, frukt och nötter, vegetabiliska livsmedelsprodukter samt fisk och kräfdjur från EU, Förenta staterna, Kanada, Australien och Norge. Den 20 augusti 2014 meddelade Ryssland att bland annat laktosfria mjölkprodukter och sättpotatis undantas från förbudet. Förbudet har förlängts flera gånger, senast sommaren 2019, då det förlängdes till utgången av 2020. Ryssland stoppade importen av svinkött redan i januari 2014 på grund av att den afrikanska svinpesten spritt sig till EU.

År 2013, innan sanktionerna infördes, exporterade Finland livsmedel till Ryssland för drygt 430 miljoner euro (VM 2014). Därefter minskade livsmedelsexporten med över 80 %. Leveranserna till Ryssland stod tidigare för hälften av Finlands totala export av förädlade mjölkprodukter, men efter förbudet upphörde exporten i praktiken helt. Före krisen stod Ryssland för 30 % av Finlands totala livsmedellexport, nu är andelen 7 %.

För Finlands del är mjölk, kött, fisk och därav tillverkade produkter de viktigaste produkterna på Rysslands sanktionslista. Jordbrukarna har i sin tur lidit av låga producentpriser på mjölk och kött samt försvagad lönsamhet. År 2015 utgjorde mjölkprodukter och ost bara 0,9 % av livsmedelsindustrins export till Ryssland jämfört med 53 % 2014 och 60 % 2013. Det enskilt största företaget bland de drabbade är Valio (ETLA 2016), som stöd för ca 350 miljoner euro av exportvärdet 2013 (VM 2014).

Primärproduktionens lönsamhet som hörnsten i livsmedelssystemet

Bilden av finländsk mat är positiv. Den upplevs som ren, säker och hälsosam. Vi fäster särskild vikt vid miljön och djurens välbefinnande. Maten är ren. Hygien, spårbarhet och ansvar i livsmedelskedjan håller världsklass. (LUKE 2017a, LUKE 2017b). Livsmedelssystemet fungerar dock inte utan en lönsam primärproduktion. I nuläget får uppskattningen av maten inte genomslag i producentpriserna. De olika delarna av livsmedelssystemet ska kunna klara sig ekonomiskt, även primärproduktionen. Jordbrukets företagarinkomst har sjunkit under 2000-talet. Lönsamheten har varit svag ända sedan början av EU-medlemskapet. Anpassningen till den nya och mer krävande omvärlden har varit en utmaning. I en jämförelse av jordbruks- och trädgårdsnäringens lönsamhet 2016 kom Finland på plats 25 bland 28 medlemsländer.

Det handlar inte om en tillfällig störning eller om konjunkturutvecklingen utan om en varaktigare strukturell problematik. Trots att det är fråga om primärproduktionen måste man se helheten, där livsmedelskedjans olika led har ett beroendeförhållande. Situationen är oroväckande ur näringens synpunkt. Samtidigt kan man dock hitta en mängd framgångsrika gårdar som leds på ett bra sätt. Ungefär en tredjedel av de finländska gårdarna bedriver även annan företagsverksamhet och har därigenom kunnat skaffa extra inkomster vid sidan av jordbruket.

Globalt står matproduktionen inför olika utmaningar på grund av klimatförändringarna, konsumentbeteendet, livsmedelskriserna och befolkningstillväxten. Dessa utmaningar kan delvis mötas genom åtgärder som avses i Europeiska kommissionens strategi "Från jord till bord" och anpassas till finländska förhållanden. Finland håller redan en hög nivå i miljöfrågorna (OECD). Vissa företag kan ha styrkor och kompetens med särskild koppling till miljön. I Finland vägleds, tillståndsprövas och övervakas företagen av många myndigheter, bl.a. i miljötillståndsärenden.

Det finns potential för hållbar matproduktion i de nordliga odlingsområdena. Då den inhemska produktionen uppfyller striktare krav än andra alternativ borde skillnaden märkas mer i det mervärde som kedjan skapar. Dagens jordbruk är företagsverksamhet oberoende av gårdsstorlek. I princip ska en affärsverksamhet vara lönsam på längre sikt. Grundläggande i all företagsverksamhet är att förstå vad kunden vill ha. Tillgängligheten för närproducerad mat påverkas av gårdarnas direktförsäljning och näthandelns utveckling. Efterfrågan på ekologiska produkter är större än utbudet inom detaljhandeln men särskilt i de professionella köken.

På uppdrag av jord- och skogsbruksministeriet upprättade utredaren Reijo Karhinen en rapport om olika lösningar för att förbättra och utveckla livsmedelssystemets funktion (MMM 2019b). Jord- och skogsbruksministeriet inrättade i enlighet med rapporten och regeringsprogrammet ett diskussionsforum – Det gemensamma matbordet (MMM 2019c), vars medlemmar representerar olika aktörer inom livsmedelskedjan: jordbrukarna, förädlingsindustrin, handeln, restaurangbranschen och forskarna. Forumet ska erbjuda möjlighet till en öppen och rak dialog inom en ny slags referensram samt identifiera smärtpunkterna i dagens livsmedelssystem och ta fram riktlinjer för bättre balans i systemet.

Kvalitetssystemen förbättrar producenternas ställning

En bättre användning av kvalitetssystem kan förbättra jordbrukarnas ställning i värdekedjan och leda till att efterfrågan på produkter av hög kvalitet bättre kan tillgodoses. Producenterna kan få ett bättre pris för kvalitetsmärkta produkter, och dessutom är dessa produkter viktiga med tanke på landsbygdens livskraft.

EU har s.k. kvalitetsordningar för ekologisk produktion och om ett namnskyddssystem (geografisk beteckning, ursprungs-beteckning och garanterade traditionella produkter). Finland har än så länge bara ett nationellt kvalitetssystem – ett kvalitetssystem som grundar sig på hälsovårdssystemet Sikava och som är avsett för svingårdar.

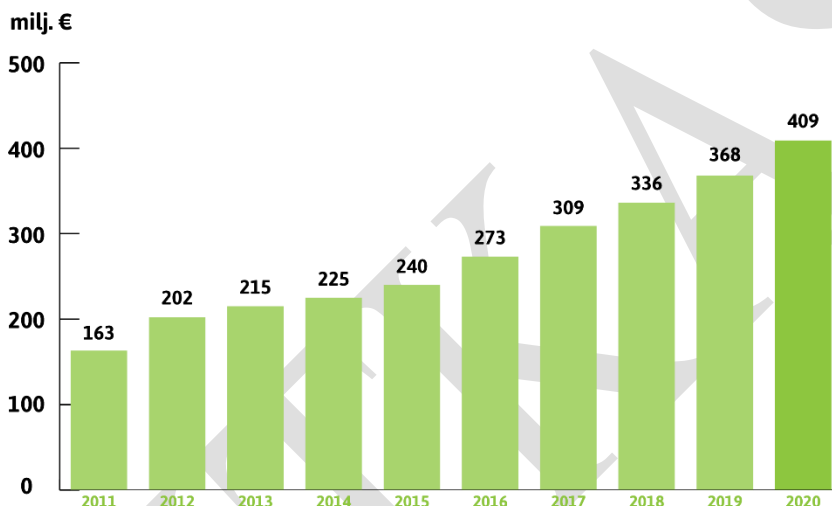
C.34: Value of production under EU quality schemes: värdet finns inte tillgängligt för Finlands del

Ekologisk produktion

År 2020 fanns det i Finland cirka 5 200 gårdar som bedrev ekologisk odling, det vill säga 11,5 % av alla gårdar. Av dessa var 1 126 husdjursgårdar. Totalt 300 gårdar övergick till ekologisk odling. År 2020 odlades ekologiskt på sammanlagt 321 969 hektar. Den ekologiskt brukade åkerarealen ökade med cirka 15 200 hektar från föregående år. Ekologisk odling bedrevs således på 14,1 % av Finlands totala åkerareal. De ekologiska gårdarnas genomsnittliga storlek var 62 hektar (Livsmedelsverkets tillsynsstatistik över den ekologiska odlingen 2020) medan den genomsnittliga storleken på alla gårdar var cirka 50 hektar.

Efterfrågan på ekologiska produkter växer både i Finland och globalt. Mer än hälften av finländarna använder regelbundet ekologiska produkter. Användningen av ekologiska produkter är inte längre lika koncentrerad till huvudstadsregionen, vissa inkomstgrupper och högskoleutbildade. Männens andel av konsumenterna har ökat, men barnfamiljerna är fortfarande den stora konsumentgruppen. Det har uppskattats att de ekologiska produkternas andel är 2,6 % inom detaljhandeln och cirka 15 % i de offentliga professionella köken. Inom detaljhandeln ökade försäljningen av ekologiska produkter med 9,7 % från föregående år. I de bästa produktgrupperna (barnmat och ägg) är de ekologiska produkternas andel över 20 %. Konsumenterna önskar ett ökat utbud av förädlade köttprodukter och bageriprodukter tillverkade av ekologiska råvaror.

Försäljningen av ekologiska produkter inom detaljhandeln, miljoner euro. Källa: Pro luomu 2021



För många livsmedelsföretag som tillverkar ekologiska produkter är export en möjlighet om man vill öka produktionen, eftersom den finländska marknaden är begränsad. Inom exporten är åtgången stor även på ekologiska insamlingsprodukter. Å andra sidan ökar efterfrågan på ekologiska produkter i Europa och resten av världen.

Enligt konsumentbarometern Luomun kuluttajabarometri (Pro Luomu 2019) är det nationella ekomärket, det så kallade solmärket, i dagens läge det mest kända, 60 % av finländarna känner igen det. Så många som 40 % känner igen det nationella nyckelpigemärket. EU-bladmärket har blivit bättre känt, och i den senaste undersökningen kände cirka hälften av finländarna igen det. Bladmärket blir mer och mer känt för varje år. Det har inte skett någon förändring i fråga om hur väl finländarna känner igen de nationella märkena.

Namnskydd

Med namnskydd, en etablerad benämning i Finland, avses skyddade ursprungsbeteckningar för jordbruksprodukter och livsmedel, skyddade geografiska beteckningar och EU:s kvalitetsordningar för garanterade traditionella produkter.

Skyddet av beteckningar är en viktig del av EU:s jordbrukspolitik, och beteckningarna uppmärksammas både i säljfrämjande program och i handeln med tredjeländer. År 2017 uppgick försäljningsvärdet för produkter som hade en geografisk beteckning till 77,15 miljarder euro, vilket motsvarade 7 % av EU:s livsmedels- och dryckessektor. Värdet av exporten till tredjeländer utgjorde 15,5 % av livsmedels- och dryckessektorns export. Försäljningsvärdet för produkter som hade en geografisk beteckning var i medeltal dubbelt så högt som för motsvarande oregistrerade produkter. Hittills har nästan 3 500 beteckningar för druvviner, destillerade alkoholdrycker samt jordbruksprodukter och livsmedel skyddats.

I Finland har intresset för skydd av beteckningar varit litet – vi har skyddat endast 12 beteckningar. Av dessa är endast två beteckningar, som gäller destillerade alkoholdrycker, kommersiellt betydelsefulla. Detta beror på att varken den stora allmänheten eller producenterna känner till systemet och fördelarna med att skydda beteckningar. Tröskeln är också hög för att göra en ansökan; ansökargrupperna saknar kunskaper och erfarenhet av att göra en ansökan, och det är också svårt att få lämpliga ansökargrupper att engagera sig i saken.

I sin utvecklingsplan för namnskyddssystemet har jord- och skogsbruksministeriet satt som mål att få 20 nya geografiska beteckningar registrerade till 2025. Den största fördelen för producenterna är att de får ett bättre pris för en registrerad produkt än för en standardprodukt. För konsumenten utgör skyddet en garanti för att produktens ursprung, råvaror och tillverkningsmetoder är kända.

De geografiska beteckningarna är viktiga med tanke på landsbygdens livskraft, eftersom produktionen inte kan flyttas bort från området i fråga. Dessutom gynnar skyddet inte bara en företagare utan alla producenter i området, så länge de iakttar kriterierna för produkten enligt registreringen. En produkt som har en geografisk beteckning har också en positiv inverkan på andra produkter i området, och den gör hela området mera känt. Lokala namnskyddade produkter kan också utnyttjas inom turismen.

Nationella kvalitetssystem

Finland har ett nationellt kvalitetssystem. Evira (numera Livsmedelsverket) godkände 2013 som nationellt kvalitetssystem enligt livsmedelslagen ett kvalitetssystem som grundar sig på hälsovårdssystemet Sikava och som är avsett för svingårdar. Med termen Laatuvastuu (Kvalitetsansvar) görs systemet känt för konsumenterna. Till Sikava har mer än 90 % av alla Finlands svingårdar anslutit sig. Slutprodukten i det nationella kvalitetssystemet är färskt, nedkylt eller fruset svinkött.

Syftet med systemet är att främja djurens hälsa och välbefinnande på gårdarna och att säkerställa säkerheten för de produkter som erhålls från djuren och, tack vare en bättre kvalitet, gårdarnas lönsamhet. Systemet samordnas av Djurens hälsa ETT rf, vars verksamhet styrs av slakterier, mejerier och äggpackerier.

Kvalitetssystemarbete har utförts också i fråga om nötkreatur och fjäderfä, likaså inom växtproduktionen. Arbetet fortsätter, och målet är att det också för dessa sektorer ska komma nationella kvalitetssystem.

2.3.2. SWOT

Styrkor

Maten är allt mer omtalad och uppmärksammad i olika sammanhang, och uppskattningen av inhemska livsmedel, inhemskt arbete och närproducerad mat har ökat. Detta syns t.ex. som ett mångsidigare livsmedelssortiment i dagligvaruhandeln, där man numera lättare kan hitta produkter från små producenter. Konsumenterna visar ett positivt intresse för produkterna och nyheterna. Den närodlade matens betydelse har ökat.

Dokumenterade finländska styrkor är matens och råvarornas höga kvalitet och säkerhet. Finland har stora och rena vattenresurser i tillverkningen av livsmedel och drycker och inom produktionsprocessen. Råvarorna har god spårbarhet och de olika delarna i produktionskedjan är transparenta och hela livsmedelskedjan är ansvarsfull.

Efterfrågan på ekologiska produkter växer både inom detaljhandeln och i professionella kök. Finland har goda förutsättningar att öka den ekologiska produktionen, insamlingen och exporten, vilket kan ge produktionen ett mervärde.

Svagheter

Jordbrukarnas och livsmedelsbranschens omvärld är beroende av regelverk och övervakas. Höga krav med koppling till livsmedelssäkerheten och produktionsvillkoren ökar kostnaderna i hela livsmedelssystemet. Å andra sidan säkerställer certifieringen och övervakningen av den organiska produktionen produkternas kvalitet. Mycket få finländska geografiska beteckningar har registrerats på EU-nivå.

Livsmedelskedjan är mycket koncentrerad, särskilt när det gäller handeln, vilket innebär att jordbrukarna har en mycket svag förhandlingsposition.

Den finländska matproduktionens och förädlingens styrkor är i stor utsträckning utnyttjade som konkurrensfördel. Trots att man börjat satsa på exporten ligger fokus till övervägande del fortfarande på hemmamarknaden, som har liten tillväxt. Finland är ett litet och avlägset marknadsområde. Sammantaget finns det få exportbranscher och -företag och exporten har en smal bas. Förädlingsgraden i exportprodukterna är låg. Exporten av råvaror ger inte det mervärde som behövs. Finländska livsmedel har dålig igenkänning. Volymen räcker inte för livsmedellexport.

Affärskompetensen är svag nationellt och internationellt. Detta kan bl.a. ses i gör det själv-kulturen och nätverkens fåtalighet. Företagarna är ålderstigna och har verksamheten som bisyssla, vilket minskar intresset för någon omfattande utveckling av verksamheten.

Möjligheter

Intresset för matens hälso- och miljöeffekter samt etisk produktion ökar. Mångsidig och differentierad mat (t.ex. ekologiskt eller närmät) intresserar konsumenterna allt mer. En del konsumentsegment har större villighet att betala för mervärdet inklusive de miljö- och klimatvärden som är förknippade med produkterna. I och med förändrade konsumtionsmönster skapas nya konsumentsegment och därigenom nya affärsmöjligheter, som avspeglas i handeln och måltidstjänsterna.

Ökad kunskap och registrering av nya namnskyddade produkter på EU-nivå förbättrar producenternas ställning i livsmedelskedjan, eftersom producenterna därigenom kan få ett bättre pris för sina produkter. Produkter med en geografisk beteckning har också en positiv inverkan på andra produkter i området och gör hela området mera känt. Lokala namnskyddade produkter kan också utnyttjas inom turismen.

Nya, mångsidigare distributionskanaler och ny teknik samt tätare samarbete mellan jordbrukarna och de övriga aktörerna i livsmedelsbranschen ger bättre möjligheter att möta efterfrågan hemma och internationellt när efterfrågan på mat växer i världen. Producentorganisationerna kan ge mervärde särskilt för nya tillväxtområden, såsom olje- och baljväxtsektorn. Snabb teknisk utveckling och digitalisering leder till effektivare verksamhet, skapar nya produktmöjligheter, främjar cirkulär ekonomi och minskar miljöbelastningen.

Verifierad säkerhet och vidareutvecklad spårbarhet ökar exportmöjligheterna för livsmedel. Nya forskningsdata kan målinriktat produktifieras i ett utvecklat ömsesidigt samarbete mellan aktörerna inklusive ett forskningssamarbete med sikte på kommersialiserbara produkter och där jordbrukarna medverkar som en del av värdekedjan.

Hot

Jordbrukarna tröttnar, åldras och blir utsiktslösa så att förutsättningarna för branschens utveckling minskar. Sjukdomsrisiker och störningar i den ekonomiska utvecklingen försvårar matkedjans funktion.

Negativa bilder blir vanligare i livsmedelskedjan och t.ex. livsmedelsbedrägerier påverkar efterfrågan i betydande grad. Primärproduktionen av inhemska livsmedel minskar väsentligt och blir ensidig. Tillgången till inhemska råvaror försämras. Den globala konkurrensen hårdnar och importen ökar.

Konsumenternas uppskattning av inhemska livsmedel minskar och man är inte beredda att betala för hög kvalitet. Utländska ägare tar över företag i den inhemska råvaruhandeln och livsmedelsbranschen. Investeringarna inom livsmedelskedjan minskar.

Diagram (sammanfattning)

<p>Styrkor</p> <ul style="list-style-type: none"> - Maten är allt mer omtalad och uppmärksammas i olika sammanhang - Uppskattningen av inhemska livsmedel, inhemskt arbete och närproducerad mat - Råvarornas höga kvalitet och säkerhet - Jord, luft och vatten som är rena - God spårbarhet, transparent produktionskedja och ansvarsfull livsmedelskedja - Ökad efterfrågan på ekologiska produkter inom detaljhandeln och i professionella kök - Goda förutsättningar för ökad ekologisk insamlingsproduktion - Goda förutsättningar att öka den ekologiska produktionen - Under de senaste åren har man satsat på förutsättningarna för export - Relativt stabil marknad 	<p>Svagheter</p> <ul style="list-style-type: none"> - Matproduktionens styrkor som konkurrensfördel blir i stor utsträckning utnyttjade - Höga krav med koppling till livsmedelssäkerheten och produktionsvillkoren ökar kostnaderna i hela livsmedelssystemet - Hemmamarknadsfokus på en marknad med liten tillväxt - Volymen räcker inte för livsmedelsexport - Låg förädlingsgrad – bristfälligt mervärdestänkande - Dålig kännedom om livsmedlen - EU:s namnskyddssystem utnyttjas i liten utsträckning - Knappa resurser för forskning inom livsmedelssystemet (1,4 procent av den offentliga forskningsfinansieringen) - Omvärld som är beroende av regelverk - Blygsam lönsamhet och rätt svag produktivitet - Bristar i affärskompetensen - Företagarkåren åldras
<p>Möjligheter</p> <ul style="list-style-type: none"> - Intresset för matens hälso- och miljöeffekter samt etisk produktion ökar - Mångsidig och differentierad mat (t.ex. ekologiskt eller närmat) intresserar konsumenterna allt mer - Nya distributionskanaler och utvecklad teknik samt digitalisering - Förändringar i handeln och måltidstjänsterna - Förändringar i konsumtionsmönstren, matens betydelse - Internationella marknader och export - Fördjupat samarbete i livsmedelssystemet - Den cirkulära ekonomins utveckling - Produktifiering av nya forskningsdata - Ökad kännedom om namnskyddssystemet och registrering av nya finländska beteckningar förbättrar producenternas försörjning 	<p>Hot</p> <ul style="list-style-type: none"> - Trötthet, åldrande och utsiktslöshet gör att utvecklingsförutsättningarna minskar - Konsumenternas uppskattning av inhemska livsmedel minskar och man är inte beredda att betala för hög kvalitet - Primärproduktionen av inhemska livsmedel minskar och blir ensidig - Produkter som tillverkas av nya och innovativa företag hamnar utanför efterfråge- och distributionskedjorna - Negativa bilder blir vanligare i livsmedelskedjan och t.ex. livsmedelsbedrägerier påverkar efterfrågan i betydande grad - Utländska ägare tar över företag i den inhemska råvaruhandeln och livsmedelsbranschen - Handeln starka ställning i utbudskedjan - Global konkurrens - Ökande import, utländska aktörer - Sjukdomsrisker

2.3.3. Behovsanalys

I livsmedelssystemet eftersträvas allt säkrare och nyttigare mat som har odlats, gödslats och förädlats hållbart med så liten belastning på klimatet och miljön som möjligt.

Ökad gårdsstorlek och kanalisering av jordbruksstödet till aktivt utövande av jordbruk förbättrar jordbrukarnas ställning i värdekedjan när effektiv produktion och kvalitet i verksamheten främjas. Aktivt utövande kan stödjas så att verksamheter med flera gårdar tryggas.

Åtgärder med bevarandelogik har dock en så stark roll i jordbrukspolitiken att landsbygdsprogrammets insatser inte räcker för att stärka hela sektorns konkurrenskraft (PTT 2019).

Innovationer

Finlands livsmedelssystem har en stor tillväxt-, sysselsättnings- och exportpotential, och för att utnyttja den fullt ut behövs en starkare satsning på forsknings-, utvecklings- och innovationsfinansiering samt investeringar i systemet. Mångsidigare verksamhet på gårdarna är en förutsättning för att odlarna ska kunna få nya inkomster.

Det behövs nya verksamhetsformer både inom och utom jordbruket. Jordbruket kan göras mångsidigare via övergång till ekologisk produktion, odling av nya sorter eller övergång till andra former av produktion såsom insektsproduktion. Direktförsäljning till konsumenter eller företagskunder förutsätter bearbetning av produkter och produktutveckling (jfr särskilt mål 8).

Kommersialisering

Förändringar i konsumenttrender och kundens starkare roll skapar nya kommersiella möjligheter för jordbrukarna och branschen i stort. Det behövs satsningar på kompetens framförallt i produktifiering och kommersialisering, inklusive marknadsföring, för att de nya produkter som man tar fram ska komma ut på marknaden.

Utbildning

Jordbrukarna behöver aktuell utbildning som motsvarar de föreliggande behoven. Alla jordbrukare har inte möjlighet att komma loss från det dagliga arbetet och använda betydande tidsresurser för att studera och inhämta ny kunskap, så utbildningarna ska vara högklassiga och intensiva samt tillgängliga i många former.

Producenternas aktiva deltagande i utbildning och rådgivning stärker deras kompetens och uthållighet samt bidrar till sektorns förnyelse och utvecklingskapacitet. Vikten av jordbrukarens yrkeskunnande bör betonas och kompetensen utvecklas allt mer genom bättre utbud av utbildning. (PTT 2019).

Rådgivning och konsultering

Jordbrukarna har behov av att få tillgång till vetenskaplig kunskap som kan utnyttjas praktiskt på gårdsnivå. Här betonas inte bara utbildningen utan även tillgången till rådgivnings- och konsulteringstjänster. Tillgång till tjänsterna är grundläggande för att kunna omsätta kunskaperna i praktiken.

Den begränsade spridningseffekten sett till Finlands geografiska storlek signalerar att en politik baserad på eftersträvar spridningseffekter i regioncentrum- och innovationspolitiken passar dåligt för utveckling av hela Finland. Med en gles centrumstruktur, små centrum och långa avstånd minskar de potentiella spridningseffekterna, vilket kräver skräddarsydda lösningar.

Affärskompetens

Affärskompetens innefattar all kunskap och allt kunnande som behövs för en framgångsrik affärsverksamhet. I gårdarnas och företagens verksamhet ger kompetens resultat i form av ständig förändring, utveckling och förnyelse. Den som har kompetens kan förutse och förstå förändringar i verksamhetsmiljön, människors levnadssätt och konsumtionsvanor. Man måste kunna reagera snabbt på även en oförutsedd utveckling och oväntade fenomen. Den som har affärskompetens kan också utveckla produkt- och servicekoncept som svarar på kundernas förväntningar och behov. Att kunna omsätta saker i praktiken blir allt viktigare.

De nya behoven av affärskompetens utgår från att jordbrukarna måste kunna kommunicera bättre om sitt jordbruk och sina gårdar ur ett miljö- och klimatperspektiv. Förhållandena på gården har betydelse för vilka metoder jordbrukaren kan tillämpa i praktiken.

Ny teknik och digitalisering

De ökade möjligheter som ny teknik och digitalisering ger kan utnyttjas i hela livsmedelskedjan. Det behövs investeringar för att utöver traditionella investeringar öka införandet av informations- och kommunikationsteknik samt digitala lösningar på gårdsnivå. Digitaliseringen löser dock inte alla problem. Digitala lösningar kan inte genomföras utan fungerande bredbandsuppkopplingar (se särskilt mål 8).

Genom utvecklingen av det digitala ekosystemet för hela jordbruks- och livsmedelskedjan, såsom standarder, dataplattformar och dataområden, kommer också jordbruksföretagarna att få möjlighet att skapa nya typer av mervärde.

Livsmedlen produceras även i framtiden till största delen på landsbygden, men i takt med att tekniken och miljön utvecklas produceras allt fler livsmedel nära konsumenten, i närheten av och i städerna. Detta förändrar den traditionella uppfattningen om livsmedelsproduktionen (MMM 2017).

Samarbete

Skapandet av verksamhetsmodeller som främjar samarbete mellan jordbrukarna och andra former av samverkan spelar en central roll för jordbrukarnas möjligheter att möta efterfrågan på ett bättre sätt och utveckla sin verksamhet. I sammanhanget finns det också behov av att stärka kontakten mellan producenterna och konsumenterna.

Marknadsinformation

Bristande öppenhet och obalans i marknadsinformationen kan leda till ineffektiva marknader och ge orimligt stor marknadsstyrka till dem som har den mest exakta informationen. Jordbrukarna och aktörerna i livsmedelssystemet behöver marknadsinformation som stöd för sin verksamhet. Det behövs nya metoder för att minska informationsobalansen och lösningar för att öka marknadernas öppenhet.

Producentorganisationerna

Hela livsmedelskedjan kan dra nytta av producentorganisationer (eller andra samarbetsformer) som stöder kvalitetsutveckling i primärproduktionen och effektivare produktion samt kan föra samman utbudet för livsmedelsindustrin och handeln. Med producentorganisationernas hjälp kan även jordbrukarnas förhandlingsposition stärkas gentemot marknaden för produktionsinsatser. Producentorganisationerna hjälper sina medlemmar med produktionsplanering, marknadsföring och utveckling av odlingsmetoder. Deras huvudsakliga uppgift är att sälja de egna medlemmarnas produkter på marknaden, vilket stärker producenternas ställning på marknaden. Dessutom hjälper producentorganisationerna jordbrukarna med att planera produktionen, minska produktionskostnaderna och utveckla miljövänliga produktionsmetoder.

2.3.4. Åtgärder

Utifrån nuläges- och behovsanalysen möter vi särskilt mål 3 framförallt med nedanstående åtgärder. En del av dessa ingår i CAP-planen, en del genomförs utanför planen.

Vilka åtgärder behövs? (öka kompetensen och samarbetet, projekt, företagsfinansiering, kommunikation)

- producentorganisationerna och kedjan – branschorganisationerna
- höja förädlingsgraden
- nya produkter, produktutveckling och utveckling av affärsverksamheten
- öka antalet registrerade geografiska beteckningar, främja de namnskyddade produkterna och informera om dem
- specialisering – ekologiska produkter, etiska produkter
- korta kedjor på hemmamarknaden
- exportkunnande och ökat förädlingsvärde inom exporten
- integrering av kedjan-punktproduktion-avtal
- förbättring av ställningen i insatskedjan (inköpsandelslag)
- främja de nationella och internationella certifieringarna av kvalitetsarbete och kvalitetssystem
- främja kännedomen om ekomärkena
- utveckla spelreglerna för dataekosystemet och en rättvis dataekonomi

2.3.5. Mål och värden för resultatindikatorerna

Resultatindikatorer	Målvärden
R.10^{PR} Better supply chain organisation: Share of farms participating in supported Producer Groups, Producer Organisations and quality schemes supported by the CAP	
R.11 Concentration of supply: Share of value of marketed production by sectoral Producer Organisations or producer groups with operational programmes	18 %

Källor:

- Europeiska kommissionen 2019. Landsrapport 2019.
- Eurostat 2016. Eurostat. Farm indicators. Senaste uppgifter från 2016.
- ETLA 2016. Pakotteiden vaikutus Suomen vientiin Venäjälle. <https://www.etla.fi/julkaisut/pakotteiden-vaikutus-suomen-vientiin-venajalle/>
- Kantar TNS 2020. Maatilojen kehitysnäkymät 2027 - Lähiruokapalvelut ja suoramyynänti. https://ec.europa.eu/info/archive-european-semester-documents-finland_en
- LUKE 2016. Maatalouden rakennetutkimus 2016. <http://statdb.luke.fi/PXWeb/sq/6d2a4906-1ea4-4cb6-b84e-6fd9f3fca383>
- LUKE 2017a. Ruokaketjun merkitys kansantaloudelle ja alueille Suomessa 2013-2015. <https://jukuri.luke.fi/handle/10024/540444>
- LUKE 2017b. Matfaktasidorna. Naturresursinstitutet 2017. <https://www.luke.fi/ruokafakta/sv/framsida/>
- LUKE 2018. Biotalous lukuina. <https://www.luke.fi/avoim-tieto/biotalous-katsaukset/biotalous-lukuina/>
- LUKE 2019. <https://www.luke.fi/uutinen/suoramyynnista-apua-maatilouden-kannattavuuteen/>
- LUKE 2020a. Viljelijöiden lukumäärä yksityishenkilöiden omistamilla tiloilla. <https://stat.luke.fi/maatalous-ja-puutarhayritysten-rakenne>
- LUKE 2020b. Lihantuotanto. <https://stat.luke.fi/lihantuotanto>
- Makery. Mitä ruuan korkea laatu tarkoittaa kuluttajille? <https://makery.fi/korkea-laatu-merkitys/>
- MMM 2017. Statsrådets redogörelse om livsmedelspolitik. Mat2030. Finsk mat för oss och för världen. <https://mmm.fi/documents/1410837/1923148/Ruokapoliittinen+selonteko+Ruoka2030/d576b315-41fe-4e9d-9d02-8462c5ae5895/Ruokapoliittinen+selonteko+Ruoka2030.pdf>

- MMM 2019a. Möjligheterna att förenkla import av oorganiska gödselmedel. Jord- och skogsbruksministeriet. Publikationsserie 9/2019. <https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/handle/10024/161455>
- MMM 2019b. Uusi alku - Maatalous on myös tulevaisuuden elinkeino. Jord- och skogsbruksministeriets publikationer 2019:3. http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/161359/MMM_3_2019_Turvallista%20ruokaa%20Suomesta.pdf
- MMM 2019c. Det gemensamma matbordet. https://mmm.fi/sv/artikel/-/asset_publisher/kohti-uutta-yhteisen-ruokapoydan-jasenet-nimitetty
- MMM 2019d. Läheltä parempaa –kampanja/Tausta-aineistot/Tuhat suomalaista – kotimaisen ruuan arvostus <https://mmm.fi/laheltaparempaa/tausta-aineistot>
- Mäkelä, Ilkka. 2017. Selvitystyö liittyen Ruoka2030 –selontekoon. <https://mmm.fi/documents/1410837/4045459/Selvitysty%C3%B6+liittyen+Ruoka2030-selontekoon/c4e1c5d8-b1ca-4b50-8324-7c6159b7c03d>
- Piipponen, J., Arovuori, K., Lehtosalo, H. ja Niemi, J. 2018. PTT työpapereita 196. Elintarvikkeiden hintamarginaalit.
- Pro Luomu 2019. Luomun kuluttajabarometri 2019. Pro Luomu/Kantar. <https://proluomu.fi/wp-content/uploads/sites/11/2018/03/luomun-kuluttajabarometri-2019.pdf>
- PTT 2017. Kyläkauppaselvitys. PTT arbetspapper 193. <https://www.ptt.fi/media/julkaisut/tp-193.pdf>
- PTT 2019. Manner-Suomen maaseudun kehittämissuunnitelman 2014-2020 vaikuttavuusarviointi - maatalousalan kilpailukyky. https://www.ptt.fi/media/tp199_f.pdf
- Livsmedelsverket 2020. Suoramyyntiä harjoittavien maatilojen lukumäärä 2020.
- Taloustutkimus 2020. Suomi syö -tutkimus.
- TEM 2014. Finlands bioekonomiska strategi. https://www.biotalous.fi/wp-content/uploads/2014/08/TEM_Biotalous_ruotsi.pdf
- TEM 2019. 365 ruoan päivää.: Elintarviketeollisuuden toimialaraportti. Arbets- och näringsministeriets publikationer 27.11.2019. <https://tem.fi/julkaisu?pubid=URN:ISBN:978-952-327-473-0>
- VM 2014. EU:n Venäjä-pakotteiden ja Venäjän vastapakotteiden taloudelliset vaikutukset. https://valtioneuvosto.fi/documents/10184/1058456/Venajapakotteet_SUOMI.pdf/adf852b5-7917-4396-9b6e-ec3c3fc072c5
- VNK 2017. Suomalaisen elintarviketehtävän menestyksen avaintekijät. <https://vnk.fi/julkaisu?pubid=16501>