

Eduskunta
Maa- ja metsätalousvaliokunta

LAUSUNTO

21.9.2011

**Viite: Komission vihreä kirja maataloustuotteita koskevasta tiedotuksesta ja menekinedistämisestä: eurooppalainen korkean lisäarvon strategia eurooppalaisten maku-
jen menekin edistämiseksi, E 46/2011 vp**

Elintarviketeollisuusliitto ry kiittää maa- ja metsätalousvaliokuntaa mahdollisuudesta antaa lausunto komission vihreästä kirjasta maataloustuotteiden tiedotuksesta ja menekinedistämisestä.

Elintarviketeollisuusliitto ry pitää maataloustuotteiden tiedotus- ja menekinedistämistoimia Suomelle tärkeinä ja toivoo järjestelmän säilyvän tulevaisuudessakin. Kyseisten toimien hyödyntämistä Suomessa ovat rajoittaneet alan järjestöjen varsin byrokraattisiksi ja jäykiksi kokemat hankkeiden hallinnoimiseen liittyvät seikat. Suomessa toimivat järjestöt ovat monissa maissa toimiviin vastaaviin järjestöihin verrattuna pieniä eivätkä henkilöstö- ja taloudelliset resurssit useinkaan riitä monivaiheisen hallinnointiprosessin hoitamiseen.

Tiedotus- ja menekinedistämisen aihealueet ja hallinnointi tulevaisuudessa

Elintarviketeollisuusliitto ry tukee e-kirjeen Suomen kannassa esitystä laatutuotteen käsitteen laajentamisesta nimi- ja alkuperäsuojattujen tuotteiden ulkopuolelle. Liitto pitää suomalaisuuden esilletuonnin mahdollisuutta tiedotus- ja menekinedistämistoimissa erittäin tärkeänä toimien houkuttelevuutta lisäävänä tekijänä. Nykysäännökset ovat vahvasti suosineet Etelä-Euroopan pitkiä perinteitä tuotteiden nimisuojausessa.

Hankkeiden ja kampanjoiden käytännön hallinnointia tulee yksinkertaistaa

Elintarviketeollisuusliitto ry tukee Suomen kannassa esitettyä EU:n tiedotus- ja menekinedistämistoimien yksinkertaistamisen tarvetta. Käytännön hanke- ja kampanjahallinnoinnissa epäkohdiksi järjestöt ovat kokeneet muun muassa seuraavat asiat:

- Jo ohjelman hakuvaiheessa ennakkoon vaadittavat tarkat ja paljon aikaa vievät suunnittelutyöt, joiden toteutumisesta ei ole mitään varmuutta. Esimerkiksi suunnitteluvaiheessa tulee tietää jo mediat kustannuksineen; todellisuudessa mediat vaihtuvat ja kustannukset vaihtelevat.
- Vakuuden asettaminen ja rahaliikenteen hoitaminen. Kampanjan alussa asetettaviin vakuuksiin joudutaan sitomaan runsaasti rahaa. Mitä pienempi järjestö on kyseessä, sitä vaikeampaa on löytää EU-hankkeissa vaadittavia vakuuksia koko hankkeen toteutusajaksi. Rahat saadaan maksetuista laskuista pahimmillaan useita kuukausia myö-

hemmin, mutta hakijajärjestö joutuu kuitenkin maksamaan hankkeelle kohdistuvia laskuja.

- Raskas hyväksyttämisen- ja raportointiprosessi. Esim. kampanjoissa käytettävien lauseiden hyväksymisprosessia (mitä voidaan ohjelmassa sanoa ja millaisia lauseita voidaan käyttää) pidetään erittäin turhauttavana. Hyväksyttämiskierroksen raskaus sekä hyvien ideoiden ja lauseiden hylkääminen lannistaa ohjelman hakijoita ja mukana olevia mainostoimistoja. Toteuttajat ovat kokeneet, että kaikkein parhaimmin kohderyhmiä puhuttelevat ja heitä ajattelemaan herättävät ideat on tyrmätty ja jäljelle on jäänyt tasapaksua tekstiä, mikä jää helposti viestinnässä huomaamatta.
- Yleiskustannusten osuuden reilu aliarvioiminen prosessiin vaatimaan työmäärään nähden. Hallinnollinen työ on lisääntynyt ohjelman edetessä uusien EU-vaatimusten takia, mutta tätä ei ole huomioitu hankkeen yleiskustannuksissa.
- Vaatimus median tasapuolisesta ja samanaikaisesta kohtelusta. Tämän takia ei hankkeissa ole voitu järjestää henkilökohtaisia tapaamisia toimittajien kanssa (esim. tilavierailut), jotka olisivat hankkeen kannalta olleet tärkeitä.

Suurilla aihekokonaisuuksilla ja yhteishankevaatimuksilla ei tule hankaloittaa suomalaisten järjestöjen osallistumismahdollisuuksia

Liitto ei kannata sitä, että jatkossa tiedotus- ja menekinedistämispoliittikan painopistettä siirrettäisiin erityisesti terveysaiheiden korostamiseen ja/tai useiden tuotteiden ja useiden maiden yhteishankkeisiin.

Suuret aihekokonaisuudet rajaavat toteuttajatahoja Suomessa ja monimutkaistavat käytännön hallinnointia. Terveellisestä ravitsemuksesta viestiminen ja kansanterveyden tavoitteiden edistäminen on tärkeää, mutta koska kyseessä on maataloustuotteiden tiedotus- ja menekinedistämistoimet - ei terveysohjelma – olisi toivottavaa, että Suomelle merkitykselliset maataloustuotteet olisivat mukana listoilla eikä niitä koskevien hankkeiden toteuttaminen tulevaisuudessa monimutkaistuisi. Terveysasioista voidaan viestittää kunkin maataloustuotteen osalta, mutta sen ei tulisi olla maatalouspuolen toimissa pääasia. Suomalaisten osallistumismahdollisuuksien lisäämiseksi tukikelpoisten tuotteiden listalle tulee saada mukaan vilja ja viljatuotteet, joiden osalta tiedotus- ja menekinedistämiskampanjoita tulisi voida järjestää sekä EU:ssa että kolmansissa maissa.

Monen järjestön yhteinen ohjelma on vaikeusasteessa vielä paljon haastavampi kuin yksin toteutettava. Yhden järjestön on tehtävä tukihakemukset, vaadittavat lukuisat raportit, ilmoitukset ja muu dokumentaatio. Organisaatioiden hallinnointityötä lisäisivät organisaatioiden kesken neuvoteltavat korvaukset, rahoituksen jakaminen ja vakuuksien asettaminen.

Monen jäsenvaltion hankkeet ovat hankalia mm. kulttuurierojen takia, joten yhden jäsenvaltion ja useamman jäsenvaltion erityisesti sisämarkkinoille suuntautuvia yhteishankkeita tulisi kohdella samanveroisesti. Idea useamman valtion yhteishankkeista on hyvä, mutta monet kulttuurilliset ja käytännön erot ruokatottumuksissa ja ruokailussa rajoittavat toteuttamismahdollisuuksia ja yhteisten intressien löytämistä. Hyvää yhteistyötä muiden maiden kanssa

on tärkeä tehdä, mutta yhteistyön ei tarvitse kuitenkaan olla yhteisohjelmia, vaan esimerkiksi tietojen ja kokemusten vaihtoa verkostoissa.

Komissio esittää vihreässä kirjassa, että menekinedistämistoimia voisi jatkossa toteuttaa vain kolmansissa maissa. Elintarviketeollisuusliitto ry pitää tärkeänä, että menekinedistämistoimia voitaisiin jatkossakin tehdä myös sisämarkkinoilla. Menekinedistämistoimien puitteisissa on pystytty Suomessakin tekemään lehti- ja TV-kampanjoita, jotka on koettu hankkeiden viestien läpimenon kannalta oleellisiksi viestintäkeinoiksi. Liitto kannattaa myös sitä, että yritykset voisivat jättää ohjelmaehdotuksia ammattijärjestöjen lisäksi, mikä voisi osaltaan lisätä suomalaisten osallistumista EU-menekinedistämiseen ja tiedotukseen. Tuotemerkkien tulisi voida näkyä kampanjoissa ja asiasta tulisi laatia selkeät ohjeet.

Kunnioitavasti

ELINTARVIKETEOLLISUUSLIITTO ry

Heikki Juutinen
toimitusjohtaja