

Maailman kuluttajälähtöisin ruoan arvoketju 2025

Kuluttajien kiinnostus tuotteiden ja niiden raaka-aineiden alkuperään, turvallisuuteen sekä yritysten vastuullisuuteen on kasvanut viime aikoina voimakkaasti. Tämän seurauksena ruoan arvoketjun kuluttajälähtöisyyden kehittäminen on noussut merkittäväksi teemaksi alan yritysten keskuudessa. Digitalisaatio mahdollistaa arvoketjun muutoksen arvoverkostoksi, jossa saumaton tiedonvaihto verkoston eri osapuolien välillä mahdollistaa kuluttajille elämyksellisen asiakaskokemuksen. Tämä edellyttää eri toimijoiden välille yhteensopivaa tiedonjakoa.

Visiona maailman kuluttajälähtöisin ruoan arvoketju 2025

Suomen päivittäistavarakauppa ja elintarviketeollisuus sitoutuivat lokakuussa 2020 yhteiseen kehittämiseen visionaan maailman kuluttajälähtöisin ruoan arvoketju vuonna 2025. Yhteinen julkilausuma allekirjoitettiin lokakuussa 2020. Tavoitteena yhteisellä kehittämisellä on rakentaa mahdollisuuksia parempaan kuluttajakokemukseen sekä uusiin kuluttajille merkityksellisiin palveluihin. Tavoitteena on myös kustannustehokkuuden kasvu sekä koko kaupan arvoketjun kilpailukyvyyn kasvattaminen.

Kuluttajat edellyttävät yhä enemmän tietoa ostamistaan tuotteista

Yhteistä kehittämistyötä pidetään tärkeänä, sillä kuluttajat haluavat saada yhä tarkempaa tietoa tuotteiden ja niiden raaka-aineiden alkuperästä.

Alkuperätiedon lisäksi kuluttajat toivovat yhä kattavampaa ruokavaliotietoa sekä tietoa tuotteiden soveltuvuudesta oman terveyden ja hyvinvoinnin edistämiseen. Mitä enemmän kuluttajilla on



“Maailman kuluttajälähtöisimmän ruoan arvoketjun kehityshanke on ainutlaatuinen: missään muussa maassa koko toimiala ei ole lähtenyt yhtä laajasti kehittämään ruoan arvoketjun kuluttajälähtöisyyden tulevaisuutta yhteisen kehitystyön kautta.”

Jenni Särkkä
CDO
GS1 Finland Oy

mahdollisuus saada tietoa tuotteista, sitä paremmin he pystyvät tekemään arvojensa ja tarpeidensa mukaisia päätöksiä samalla, kun tuotteiden välinen vertailtavuus helpottuu.

Kuluttajien muuttuviin tietotarpeisiin vastaaminen edellyttää sitä, että tuotteisiin liittyvät tiedot liikkuvat koko ruoan arvoketjun kaikissa vaiheissa saumattomasti yritysten välillä. Tässä globaalit *GS1-standardit* ovat avuksi. Niiden laajamittainen hyödyntäminen osana toimialan digitalisointia luo yhteisen pohjan kuluttajia palvelevalle tuotetiedolle.

Yhteinen tietomalli luo perustan tiedon saumattomalle liikkumiselle

Matka kohti maailman kuluttajalähtöisintä ruoan arvoketjua alkoi viime vuoden lopulla käynnistyneessä *Yhteinen tietomalli* -projektissa. Projektin osallistuivat Elintarviketeollisuusliitto ry, Päivittäistavarakauppa ry sekä seuraavat elintarvikealan ja kaupan alan yritykset: Apetit Oyj, Atria Suomi Oy, Fazer, HKScan Oyj, Kesko Oyj, Lidl Suomi, SOK, Valio Oy ja Wihuri Oy Aarnio. Projektia fasiltoi GS1 Finland Oy.

Projektissa määriteltiin edellä mainittujen edelläkävijäyrityksen kanssa yhteinen tietomalli kaupan toimialan arvoketjulle globaaleja GS1-standardeja hyödyntäen. Lisäksi projektin aikana syntyi kehittämisen tiekartta vuosille 2021–2025. Projektissa luotiin myös koko toimialalle yhteinen näkemys siitä, millaista tietoa syntyy toimitusketjun eri vaiheissa ja missä muodossa tietoa tarvitaan, jotta tiedot voidaan välittää mahdollisimman tehokkaasti toimijalta toiselle.

Yhteinen tietomalli -projekti käynnistyi asiakasyritysten ennakkohaastatteluilla. Seuraavassa

vaiheessa määriteltiin yhdessä ennakkohaastattelujen tutkimustulosten pohjalta käsitemalli kaupan arvoketjulle. Tunnistetut mahdollisuudet priorisoitiin yhdessä sekä rakennettiin tiekarttaehdotus vuosille 2021–2025. Valitut käyttötapa-ukset määriteltiin tarkemmin ja yhdessä arvioitiin niiden vaikuttavuutta arvoketjun eri osapuolille. Lopuksi tuotoksia validoitiin tulevaisuuden kehitystä varten. Projekti toteutettiin pandemiasta johtuen täysin digitaalisesti yhteiskehittämisen menetelmiä hyödyntäen.

Kuluttaja-tuottaja-dialogin kehittäminen, saldon hallinta sekä hävikin vähentäminen

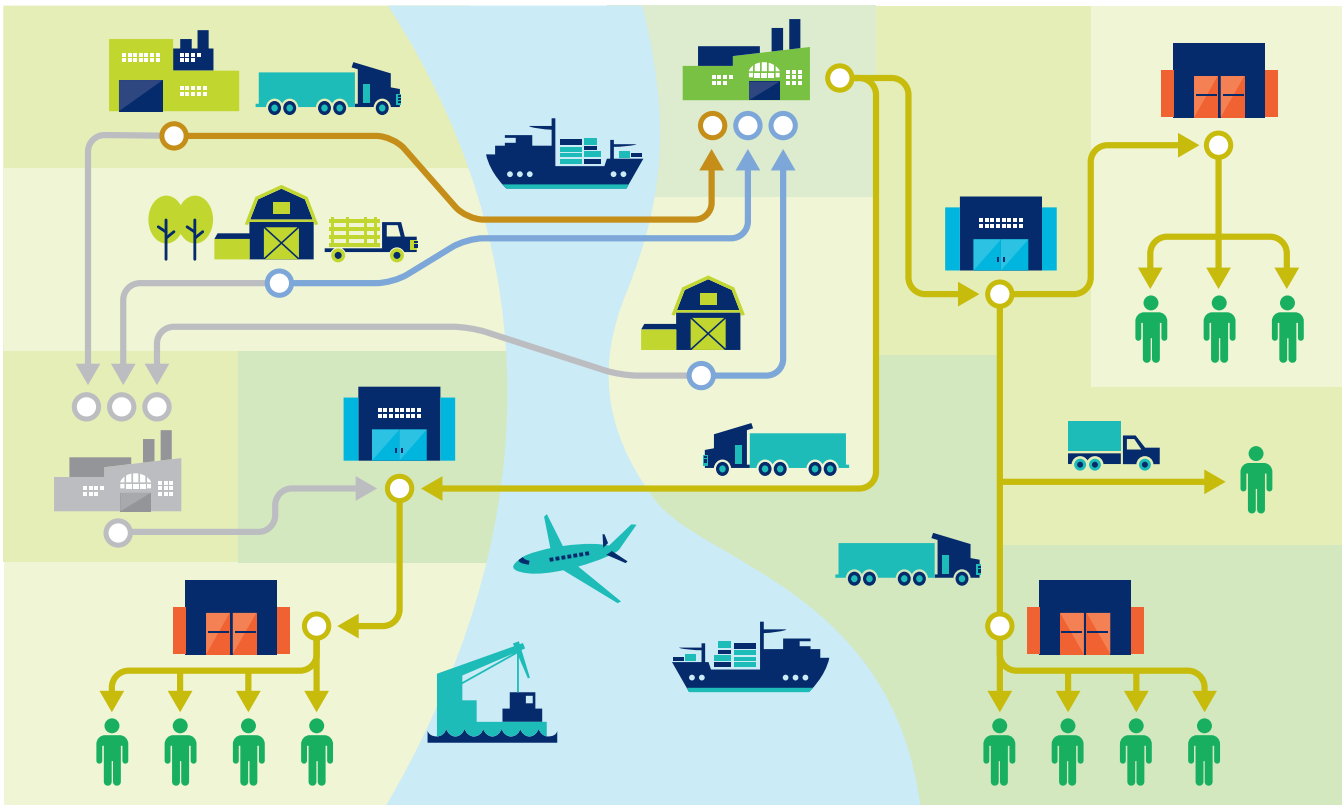
Projektin ennakkohaastattelujen perusteella keskeisimmiksi mahdollisuuksiksi valikoituvat *kuluttaja-tuottaja-dialogin kehittäminen* sekä *saldon hallinta ja hävikin vähentäminen*.

Kuluttaja-tuottaja-dialogi

Kuluttaja-tuottaja-dialogissa keskeisiksi kehityskohteiksi nousivat tuotteisiin liittyvien vastuullisuustietojen sekä laajennettujen ruokavalio- ja ravitsemustietojen tarjoaminen kuluttajille. Näin kuluttajat voivat tehdä vertailuja eri tuotteiden ja tuoteryhmien välillä, löytävät ruokavalioonsa sopivat tuotteet helpommin erityisesti digitaalisessa kanavassa, ja luotettavan tietopohjan päälle voidaan rakentaa myös kokonaan uudenlaisia palveluja kuluttajille.

Kuluttajatarpeita palvelevien ruokavalio- ja ravitsemustietojen priorisointi ja määrittelytyö tehdään yhdessä arvoketjun osapuolten kanssa kesällä 2021 käynnistyneessä kehitystyössä.





Globaalien GS1-standardien avulla tuotteisiin liittyvää tietoa voidaan liikuttaa saumattomasti läpi arvoketjun aina tuottajalta kuluttajaan asti riippumatta siitä, kuinka kompleksinen ketju on.

Vastuullisuustietojen välittämiseen liittyvää yhteisten toimintatapojen määrittelyä jatketaan Business Finlandin tukemassa Food From Finland -konsortiossa, jossa ovat myös mukana alkutuotanto ja tutkimuslaitokset.

Saldon hallinta ja hävikin vähentäminen

Saldon hallinnassa ja hävikin vähentämisessä keskeisiksi mahdollisuuksiksi priorisoituivat erityisesti erätietojen hyödyntämisen sekä tuotteiden kysyntäennusteen kehittäminen yhtenäisemmäksi koko arvoketjussa.

Valmistuserätietojen hyödyntäminen tarjoaa mahdollisuuksia kaupparyhmille ja myymälöille erä- ja päivätasoiseen saldonhallintaan ja inventointikäytäntöjen tehostamiseen, jolla on vaikutusta hävikin vähentämiseen koko arvoketjussa. Erätietojen hyödyntämisen kehittäminen älykkäämpien viivakoodien avulla tarjoaa myös mahdollisuuden digitaaliseen dialogiin kuluttajien kanssa..

Kaupparyhmien tuottaman kysyntäennusteen muodon yhtenäistäminen ja systematisointi tehostaa ennusteen käsittelyä tavarantoimittajilla sekä luo edellytyksiä hävikin vähentämiselle.

Erätietojen hyödyntämisen määrittelytyötä jatketaan huhtikuussa käynnistyvällä

yhteiskehittämiprojektilla. Projektissa määritellään yhdessä kulmakivet erätietojen sekä tulevaisuuden älykkäämpien viivakoodien hyödyntämiselle ruoan arvoketjussa, joiden avulla voidaan rakentaa digitaalinen dialogi kuluttajiin ja jotka mahdollistavat arvoketjun toiminnan tehostamisen. Projektin tavoitteena on myös tunnistaa tuoteryhmäkohtaiset pilotointikohteet.

Älykkäämmät viivakoodit kuluttajakokemuksen vauhdittajana

Älykkäät viivakoodit mahdollistavat kuluttajille rikkaamman tietosisällön ja syvemmän vuoropuhelun liittämällä fyysiset tuotteet osaksi digitaalisia kanavia. Älykkään viivakoodin avulla tuote voidaan yhdistää kaikkeen verkossa tarjottavaan listietoon, minkä avulla on mahdollista tarjota personoituja sisältöjä kuluttajien erilaisiin tarpeisiin niin myymälässä kuin myös tuotteiden käyttötilanteissa esimerkiksi kotona.

Älykkäämmät viivakoodit mahdollistavat lisäksi erätietojen tehokkaan hyödyntämisen toimitusketjussa. Tiedon ollessa aina saatavilla automaattisesti skannaamalla viivakoodi, voidaan tuotteita ja toimintoja ohjata tehokkaammin tarkemman ja ajantasaisen tiedon avulla.



Suomen päivittäistavara- ja elintarviketeollisuus ovat yhdessä kehittämässä ruoan arvoketjun kuluttajälähtöisyyttä ja arvoketjun yhteistyötä sekä edistämässä tuotteisiin liittyvän tiedon liikumista yli organisaatorajojen. Elintarviketeollisuusliitto ry ja Päivittäistavara- ja elintarviketeollisuus ry sekä yhdeksän elintarvikealan ja kaupan alan yritystä tekivät päätöksen osallistua GS1 Finlandin fasilitoimaan Yhteinen tietomalli -hankkeeseen.

Kaikki alan toimijat kutsutaan edelläkävijöiden kehitystyöhön mukaan

Maailman kuluttajälähtöisimmän ruoan arvoketjun kehityshanke on poikkeuksellinen: missään muussa maassa koko toimiala ei ole lähtenyt yhtä laajasti kehittämään ruoan arvoketjun kuluttajälähtöisyyttä. Yhteinen matka kohti maailman kuluttajälähtöisintä ruoan arvoketjua on nyt saatu hyvään vauhtiin ja tähän kehitystyöhön kaikki alan toimijat ovat tervetulleita mukaan.

Visio on innostava: kun kaikki kehittävät yhdessä, koko toimialan kilpailukykyä saadaan vietyä yhteistyössä eteenpäin. Kuluttajälähtöisyyden kehittäminen digitaaliseen rajapintaan mahdollistaa erilaisten näkemysten yhteensovittamisen ja yhteisen tietopohjan rakentamisen arververkoston eri osapuolien välille. Tämän tietopohjan avulla yritykset voivat luoda ensimmäiset yhteiset askeleet kuluttajille merkityksellisemmän arjen rakentamiseksi.

Haluatko tulla mukaan kanssamme rakentamaan maailman kuluttajälähtöisintä ruoan arvoketjua?

Ota yhteyttä:

Jenni Särkkä

e. jenni.sarkka@gs1.fi

p. 040 519 1518

Lue lisää:
www.gs1.fi/ruoka

GS1 Finland

Firdonkatu 2, 00520 Helsinki, Finland
T +358 75 756 3500 | E asiakaspalvelu@gs1.fi
www.gs1.fi

Connect With Us



GS1 is a registered trademark of GS1 AISBL.
All contents copyright © GS1 AISBL 2021