

Vuoden Leipäkauppa -kilpailu

– hyviä voittajia ja huonoja häviäjiä

Kahdeksattatoista kertaa järjestetyn Vuoden Leipäkauppa -kilpailun voitti tänä vuonna K-citymarket Kouvola, Anne ja Simo Hiltunen Oy, kuten jo tämän lehden kansikuvasta ilmenee. Kilpailu eteni siten, että Suomen Leipuriliitto ry:n neljästätoista paikallisyhdistyksestä kaksitoista valitsi omalta alueeltaan parhaaksi katsomansa päivittäistavarakaupan leipäosaston ja nimesi sen ehdokkaakseen Vuoden 2014 Leipäkaupaksi. Loppukilpailuun oli valittu neljä päivittäistavarakauppaa, jotka olivat K-citymarket Päiväranta, Kuopio; K-citymarket Kouvola; K-citymarket Rovaniemi ja Prisma Seppälä, Jyväskylä.

Tässä lehdessä on laajempi artikkeli Vuoden Leipäkauppa -kilpailusta ja sen tämänkertaisesta voittajakaupasta s.12–14. Artikkelissa kerrotaan myös Vuoden leipäkaupan valintakriteereistä. Yhden valintakriteerin nostan esille myös tässä kirjoituksessa. Voittajaksi valikoituneessa K-citymarket Kouvolassa leipomoiden tuoreet leivät olivat päällimmäisinä ja edellisenä päivänä ylijääneet leivät olivat tuoreiden leipien alla alimmaisina. Ei toisinpäin, kuten valitettavan usein suomalaisessa leipäkaupassa näytetään toimivan. Jos vanhemmat leivät ovat päällimmäisinä, niin silloin vain osa kuluttajista osaa etsiä tuoreita leipiä vanhojen alta ja kiireiset kuluttajat ostavat huomaamattaan vanhempaa leipää. Myöhemmin he ihmettelevät, miten kaupasta äsken ostettu leipä ei maistu tuoreelta. Tuolla toimintatavalla ei Vuoden Leipäkauppa -kilpailussa ole koskaan menestytty ja tuskin tullaan menestymään tulevaisuudessaakaan. Tällä tavoin ehkä huomaamatta edistetään paistopisteleipien myyntiä, kun niitä voidaan ostaa tuoreemman tuntuksina. Valitettavasti paistopisteleivät ovat usein ulkomaisia paljon suolaa sisältäviä halpoja tuotteita.

Vuoden Leipäkauppa-kilpailu herättää kaupan puolella mielenkiintoa ja tunteita, mikä on positiivista. Mutta kun kiinnostus kilpailua kohtaan lisääntyy, se tuo mukanaan myös lieveilmiöitä, kuten huonoja häviäjiä ja heidän negatiivisia tunteenpurkauksiaan. Yksi Leipuriliiton paikallisyhdistyksistä päätti olla valitsematta tämän vuoden kilpailuun mukaan lainkaan omaa ehdokastaan edellisen vuoden kilpailun ai-

heuttamista traumaista johtuen. Tuolloin erään kaupan edustaja laittoi yhden leipomon ”koirakouluun”, kun paikallisyhdistys oli kyseisen kaupan edustajan mukaan valinnut ”väärän” kaupan omaksi alueelliseksi ehdokkaakseen. Kaupan edustajan mukaan kyseisen leipomon yrittäjä oli päävastuussa paikallisyhdistyksen yhdessä tekemästä väärästä päätöksestä. Siis päätöksestä, jonka paikallisyhdistyksen jäsenet olivat tehneet yhdessä. Ja tämän päävastuun kyseinen leipomo sai huomata ko. kaupan ostojen vähentymisenä ja muuna toimintana, josta aiheutui yritykselle tuntuva taloudellista tappiota.

On valitettavaa, että on yksittäisiä kaupan edustajia, jotka purkavat pettymystään tavalla, joka vaarantaa koko kilpailun olemassaolon. Äsken esitetty tapaus on tietenkin yksittäinen ääritapaus, mutta myös pienemmistä tunteenpurkauksista kerrotaan minulle aina silloin tällöin. On selvää, että yksikään leipomoalan yritys ei halua toimintansa kärsivän siitä, että yrityksen edustaja on vapaaehtoisesti mukana yhdistystoiminnassa yrittäen siinä kehittää leipomoalaa ja suomalaista leipäkulutturia, mutta saa palkkioksi leipomoalan eteen tehdystä vapaaehtoisesta toiminnastaan jonkun kaupan/kaupan edustajan vihat ja vahingolliset toimenpiteet. Olisin todella mielelläni halunnut kertoa tässä kirjoituksessa kyseisen kaupan ja sen henkilön nimen, joka oli tämän ”koirakoulun” takana, mutta yritys ei halunnut nimeä julkistettavan, koska ei halunnut saada lisävihoja niskaansa kyseiseltä kaupalta.

Tämän vuoden kilpailussa erään kaupan edustaja otti minuun yhteyttä ja pyysi selvitystä siitä, miksi heidän kaupansa ei päässyt alkukilpailusta jatkoon finaalikierrokselle. Tällaisia yhteydenottoja tulee aika usein ja se on tietenkin yleensä vain positiivista. Se osoittaa, että kaupalla on kiinnostusta kehittää omaa toimintaansa ja halua menestyä kilpailussa. Tässä tapauksessa yhteydenotto oli vain hiukan erilainen. Kaupan edustajan kysymykset olivat: ”Minä päivänä te kävitte meidän kaupassa? No miltä se näytti? Oliko meidän kaupassa tuona päivänä jotain muuta sellaista, joka teidän olisi pitänyt huomata?” Ihmettelin ensin kysymysten laatua, kunnes oivalsin

mistä asiassa oli kyse. Kysyin: ”Epäiletkö, että valitsijaraati ei olisi käynyt lainkaan kaupassanne”. ”No sitä minä tarkoitan”, kuului vastaus. Totesin siihen, että raati voi tehdä huonoja ja väärä päätöksiä, kun se valitsee kauppia loppukilpailuun. Mutta niin hölmö raati ei sentään ole, että se ei kävisi lainkaan kaupassa, joka on valittu kilpailuun mukaan. Mitä järkeä sellaisessa kilpailussa olisi?

Yritin vielä selittää, että valitsijaraadille tulee todella paljon ajokilometrejä, kun se etsii kahdestatoista eri puolella Suomea sijaitsevasta kaupasta parhaita ensin loppukilpailuun ja sen jälkeen erikseen finaalikierroksella kilpailun voittajaa. Kerroin, että kun valitsimme kauppia loppukilpailuun, teimme matkat seuraavalla tavalla: ensimmäisellä reissulla kävimme Tampereella, Kankaanpäässä, Halikossa ja Myyrmäessä. Toisella reissulla lensimme ensin Rovaniemelle ja sieltä ajoimme Ouluun, Ylivieskaan, Seinäjoelle, Jyväskylään, Kuopioon ja Joensuusta lensimme takaisin Helsinkiin. Erikseen kävimme vielä Kouvolassa, jonka jälkeen valittiin loppukilpailuun päässeet kaupat. Kerroin myös, että finaalikierroksella valitsijaraati menee vielä käymään uudestaan Rovaniemen, Kuopion, Jyväskylän ja Kouvolan kaupissa. Sympatiapisteitä ei tuosta selvityksestä kaupan edustajalta irronnut, kun hänen edustamansa kauppa oli jo pudonnut kilpailusta.

M. Väyrynen

Mika Väyrynen

