

# Paistopisteet eivät ole leipomoita – rakennettu mielikuva ja todellisuus eivät kohtaa

Mainonnalla luodaan mielikuvia ja mielikuville muokataan todellisuutta. Tuo toteamus on tullut taas vahvasti mieleeni, kun olen seurannut eri päivittäistavarakaupan ryhmien mainontaa. Kaupan tv- ja/tai lehdimainoksissa kaupan ryhmittymät ovat mainostaneet omia paistopisteitään käyttämällä esimerkiksi termejä ”mestarileipuri” tai ”lähileipuri, aina tuoretta”. Näissä mainoksissa esille tuoduista positiivisista mielikuvista huolimatta kyse on kuitenkin ollut ainoastaan leipää paistavista kaupan toimipisteistä, joissa paikan päällä paistetaan leipää myydään tuoreina leipomotuotteina kuluttajalle. Tuollainen paistettu leipä on kuitenkin voinut olla pakasteessa kuukausien ajan ja se on voinut kulkea tuhansien kilometrien matkan joko esipaistettuna/puolivalmiina pakasteena tai raakapakasteena ensin Suomeen ja sieltä kaupan paistopisteeseen. Esipaistetut tuotteet tulevat usein Suomeen myös kaasupakattuna, erittäin pitkään säilyvinä tuotteina. Lisäksi paistopisteissä myydään myös edellä mainitulla tavalla Suomeen tuotuja valmiita pakastettuja leipomotuotteita, jotka vain sulatetaan.

Mielikuvilla voidaan muokata ihmisten mieltä ja käyttäytymistä, mutta todellisuutta se ei kuitenkaan lopulta muuta. Näin se on tässäkin asiassa. Leipomo on leipomo ja paistopiste on toimipiste, jossa leipää ainoastaan paistetaan. Sen takia toimipistettä, jossa leipää ja muita leipomotuotteita ainoastaan paistetaan, ei tule kutsua leipomoksi, eikä tällaisessa toimipisteessä tuotteita paistava henkilö saa kutsua leipuriksi. Tällaista vaikutelmaa ei tule luoda myöskään millään mainoksien sisään rakennettavilla mielikuvilla, kuten laulun sanoilla tms. Jos näin tehdään, niin silloin ihmisten mieltä ja ostokäyttäytymistä voidaan harhauttaa. Siitä, onko kyse jostain laittomasta toiminnasta, päättävät tietenkin viranomaiset.

Esimerkiksi Australiassa edellä mainitun tyylinen toiminta on katsottu laittomaksi. Leipurissa 3/2015 (s. 6) kerrottiin, että Australian liittovaltion tuomioistuin oli määrännyt australialaiselle supermarketketjulle, Coles Supermarkets Australia Pty Ltd., 1,9 miljoonan dollarin sakot harhaanjohtavien väitteiden vuoksi\*. Tuomioistuin viittasi päätöksessään Australian kilpailu- ja kuluttaja-

toimikunnan tekemään tutkimukseen, jossa tuotteita oli mainostettu ”tuoreina, tänään leivottuina” (”fresh, baked today”) sekä ”vastaleivottuina myymälässä” (”freshly baked in-store”). Jutun mukaan kilpailu- ja kuluttajatoimikunnan tutkimuksissa oli kuitenkin selvinnyt, että monet edellä mainituilla tavoilla mainostetut tuotteet oli tehty puolivalmiiksi (”par-baked”) 10 000 mailin päässä - Irlannissa, Tanskassa ja Saksassa. Tuotteet oli pakastettu ja sen jälkeen kuljetettu Australiaan ja lopulta paistettu viikkoja tai jopa kuukausia myöhemmin Colesin supermarketissa. Samankaltainen tapaus oli ko. uutisen mukaan johtanut oikeustoimiin myös Yhdysvalloissa. New Jerseyssä nostettu kanne sisälsi jutun mukaan syytteitä petollisista, vääristä, harhaanjohtavista, vilpillisistä ja kohtuuttomista kaupallisista keinoista leipä- ja leipomotuotteiden myynnissä, markkinoinnissa ja mainonnassa.

Suomessa ei varmaankaan kukaan halua, että täällä mentäisiin tuollaisiin äärimäisyyksiin. Suomi on tarpeeksi byrokraattinen ja viranomaisvaltainen maa muutoinkin. Edellä mainittu on kuitenkin hyvä esimerkki siitä, että myös muissa maissa halutaan pitää kiinni ammattilypeydestä.

Mielestäni on positiivista, että Suomen Leipuriliiton hallitus ja valtuuskunta otti syksyllä 2015 selkeän kannan koskien erilaisia paistopisteitä (mm. kaupan paistopisteet, kioskit ja huoltoasemat). Kannanotossa todetaan seuraavasti:

*”Suomen Leipuriliitto toteaa, että toimipisteitä, joissa leipää ja muita leipomotuotteita ei valmisteta jauhoista ja muista raaka-aineista lähtien, ei tule kutsua leipomoiiksi. Suomen Leipuriliiton näkemyksen mukaan erilaiset toimipisteet (mm. kaupan paistopisteet, kioskit ja huoltoasemat), joissa tuotteita vain paistetaan, eivät ole leipomoita, vaan paistopisteitä tai bake off -pisteitä. Leipomoissa leipää ja muita leipomotuotteita valmistetaan alusta alkaen jauhoista ja muista raaka-aineista”.*

Tuollaisen yhteisen kannanoton aikaansaaminen leipomo- ja konditoria-alan sisällä ei ole helppoa, koska yhä useammat suomalaiset leipomot valmistavat myös paistopistetuotteita, joita ne tarjoavat myytäväksi erilaisiin paistopisteisiin. On kuitenkin hienoa, että myös tällaiset yritykset pystyvät

katsomaan asiaa kokonaisvaltaisesti ja todellisten leipureiden työtä arvostaen.

Leipomoalan yhteinen näkemys tuntuu vahvasti olevan myös se, että leipurin työn arvostuksen ja ammattiosaamisen ja -ylpeyden ylläpitäminen edellyttää, että kuka tahansa tuotteita paistava henkilö ei voi kutsua itseään leipuriksi.

Epäselvyyksien välttämiseksi haluan korostaa, että tällä kirjoituksella en halua mitenkään moittia paistopistetuotteita ja niiden laatua. Paistopisteissä paistettavat paistopistetuotteet ovat laadukkaita leipomotuotteita, myös useimmiten ulkomailta tuodut tuotteet. Eri asia on, että pitääkö niitä kuljettaa ympäri maailmaa tuhansia kilometrejä, kun vastaavia leipomotuotteita valmistavat myös suomalaiset leipomot ja konditoriat. Toivottavasti suuntaus on, että paistopisteissä myydään jatkossa yhä enemmän suomalaisten leipomoiden ja konditorioiden valmistamia leipomotuotteita. Näin myös kuluttajien suolan saanti vähenisi ja kuidun saanti lisääntyisi, kun tiedetään, että suomalaisten leipomoiden valmistamat leipomotuotteet ovat yleisesti ottaen huomattavasti vähäsuolaisempia ja paljon kuitupitoisempia kuin ulkomailta tuodut leipomotuotteet.

**Mika Väyrynen**

\*Linkki uutiseen: [http://www.bakingbusiness.com/articles/news\\_home/Business/2015/04/Supermarket\\_chain\\_fined\\_over\\_i.aspx?ID={76B04DAB-169F-48F7-831F-56A60B01EE4E}](http://www.bakingbusiness.com/articles/news_home/Business/2015/04/Supermarket_chain_fined_over_i.aspx?ID={76B04DAB-169F-48F7-831F-56A60B01EE4E})

