

Segern i Årets Brödbutik till Pargas

K-supermarket Reimari vann i år tävlingen Årets Brödbutik, som ordnades för tjugoförsta gången. Segern var den andra för köpmannaparet **Kim** och **Marita Mattsson**, eftersom samma butik med samma köpmän vann tävlingen också år 2009. Tillsammans med köpmannaparet belönades också samma bröдавdelningsskötare som år 2009, dvs. **Tuula Heino** och **Armi Vähäsarja**.

När man jämför K-supermarket Reimaris bröдавdelning med till exempel en bröдавdelning i en butik som närmast erbjuder stora riksomfattande bageriers produkter och utländska importprodukter i hyllan med nygräddat bröd, är skillnaden mellan dessa bröдавdelningar enorm.

Årets Brödbutik har valts vartannat år sedan 2007, alltså sammanlagt sex gånger, bland de s.k. mindre dagligvaruaffärerna. Av dessa sex gånger har segern gått två gånger till Pargas K-supermarket.

Att Pargas K-supermarket förnyade titeln Årets Brödbutik efter åtta års paus är ett starkt bevis på både köpmannaparets och bröдавdelningsskötarnas yrkeskicklighet. Det är samtidigt ett tecken på deras väl utförda arbete för finländsk brödkultur, då man i K-supermarket Reimari starkt för fram den lokala och regionala brödkulturen.

Viktiga kriterier vid valet av Årets Brödbutik är tillgängligheten av lokala, regionala och riksomfattande bageriprodukter samt sortimentets mångsidighet, varornas

färskheter och utbud av produkter för specialdieter. I valet fås stor uppmärksamhet vid att produkterna har tillverkats i hemlandet. Vid bedömningen fäster man uppmärksamhet också vid bröдавdelningens allmänna intryck, ordning och reda, presentationen av produkterna samt avdelningens egen prägel.

I K-supermarketen hade de ovan nämnda sakerna observerats så pass bra, att jag beslöt att lyfta fram K-supermarket Reimaris seger i denna ledarartikel. När man jämför K-supermarket Reimaris bröдавdelning med till exempel en bröдавdelning i en butik som närmast erbjuder stora riksomfattande bageriers produkter och utländska importprodukter i hyllan med nygräddat bröd, är skillnaden mellan dessa bröдавdelningar enorm.

Det har under de senaste åren varit positivt att märka, att de lokala, regionala och överhuvudtaget i Finland tillverkade produkters ställning i handeln verkar ha förstärkts. Redan för vinnarens av Årets Brödbutik 2015 (S-Market Rantakatu Joensuu) del kommer jag ihåg att majoriteten av produkterna i butikens hylla med nygräddat bröd var producerade i Finland. Dessutom fanns hyllmärkningen "Arbete från Norra Karelen" vid lokala och regionala produkter. Även under årets brödbutiksruna var det anmärkningsvärt att butikerna på många olika sätt förde fram det regionala och lokala.

Livsmedelsbranschen i Finland är mycket koncentrerad. Främst i bageribranschen finns det fortfarande många små och medelstora företag. Därför kan dagligvarubutikerna särskilja sig tydligt från varandra med bröдавdelningen. Ett bra sätt att urskilja sig är att butiken ökar utbudet av

produkter från lokala och regionala bagerier och konditorier. Jag anser att det är gallet att sträva efter olikhet genom att öka utbudet av utländska bageriers produkter genom att transportera dem tusentals kilometer från olika delar av världen.

Det är fint att tävlingen Årets Brödbutik väcker intresse och känslor på butikssidan. Det är utgångsmässigt enbart positivt. Men det ökade intresset för tävlingen har under åren även lett till överdrifter från handelsida när "den egna" butiken inte har varit framgångsrik. Enskilda bagerier, som har deltagit i valet av den egna regionens kandidat till Årets Brödbutik, har avlägsnats från enskilda butikens brödbutbud när "fel butik" har utsetts till regional kandidat.

Det ovannämnda har gällt beklagliga enskilda företeelser, men även enskilda företeelser är för mycket. Det är klart, att inte ett enda bageriföretag vill se sin verksamhet lida av att företagets representant frivilligt deltar i föreningsverksamhet för att utveckla bageribranschen och finländsk brödkultur, men som belöning endast får gå i en enskild butiks "hundscola". Sådant barnsligt beteende av enskilda butikschefer kan hota existensen av hela tävlingen Årets Brödbutik.

På s. 10-13 i den här tidningen finns en längre artikel om tävlingen Årets Brödbutik och årets vinnare. 🍞

Mika Väyrynen

Därför kan dagligvarubutikerna särskilja sig tydligt från varandra med bröдавdelningen

