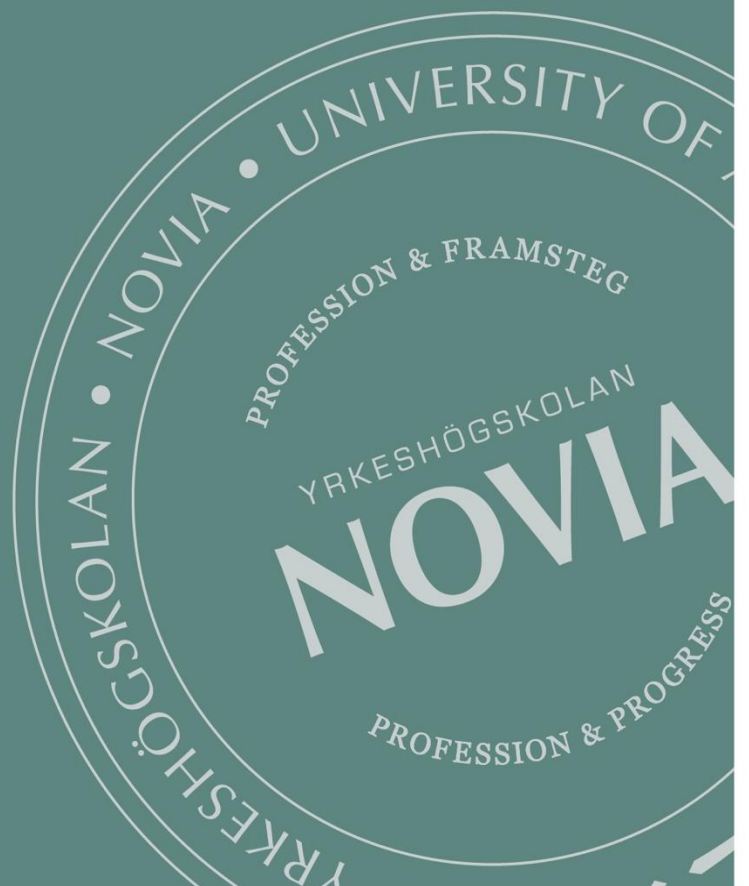


# REKO i nyländska stads- och landsbygdsområden. Vilka produkter säljs och hur långt färdas maten?

Ulrika Dahlberg

Serie R: Rapporter



Ulrika Dahlberg

**REKO i nyländska stads- och landsbygdsområden. Vilka produkter säljs och hur långt färdas maten?**

Utgivare: Yrkeshögskolan Novia, Wolffskavägen 33, 65200 Vasa, Finland  
© Yrkeshögskolan Novia, Ulrika Dahlberg

Publikation och produktion, serie R, Rapporter 3/2021

ISBN 978-952-7048-74-0 (Online)  
ISSN 1799-4179

CC BY 4.0

## Innehåll

1. Vad är REKO? .....	4
2. Projektet Lantbruk 2.0.....	4
3. REKO-ringar och indelning.....	4
4. Undersökningens syfte och metoder .....	5
5. Producenter och utbud.....	6
6. Avstånd mellan producent och försäljningspunkt .....	7
7. Utvecklingsmöjligheter för REKO i Nyland.....	9
8. Sammanfattning.....	12
Källor: .....	13
Bilagor .....	15



Rapporten är gjord inom projektet Lantbruk 2.0, som finansieras av Svenska kulturfonden.

## 1. Vad är REKO?

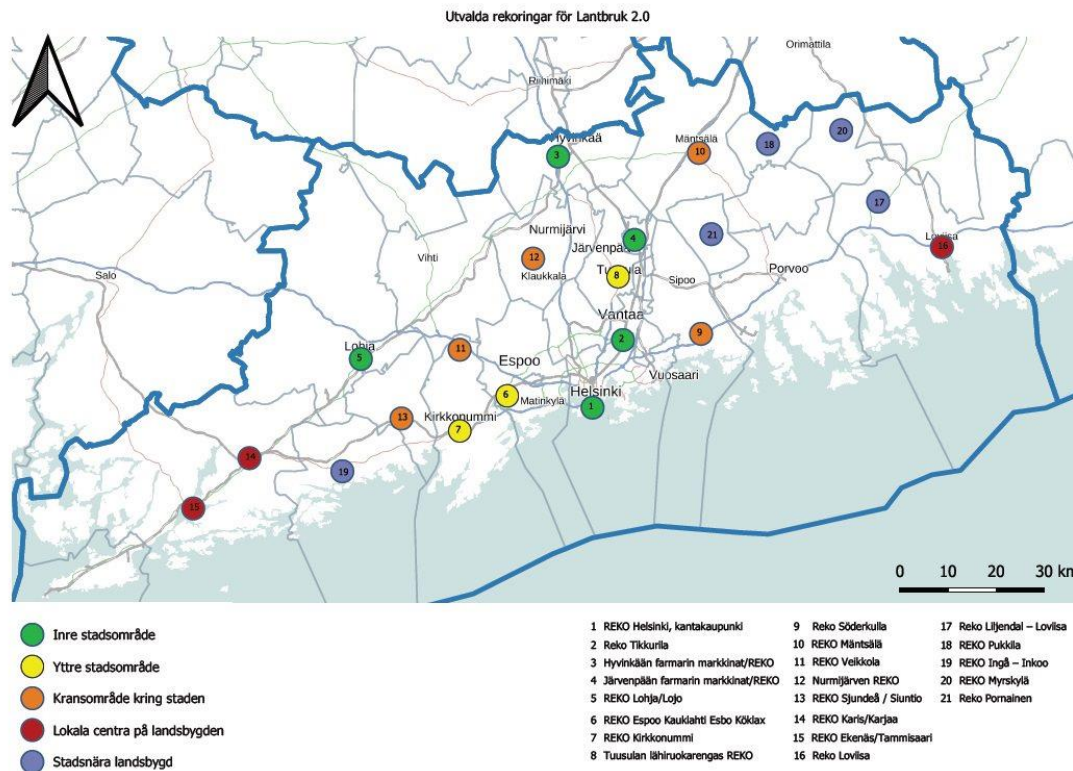
REKO är en avtalsmodell mellan lokala matproducenter och konsumenter. Namnet är en förkortning av orden *rejäl konsumtion* (Aitoja Makuja 2017). REKO-utdelningar koordineras ofta via Facebookgrupper, där producenterna annonserar de produkter de har till salu och konsumenterna gör beställningar genom att kommentera inläggen. Producenter och konsumenter träffas sedan på överenskommen tid och plats. Det kostar ingenting att bli medlem i REKO och administrationen av Facebookgrupperna sköts av frivilliga. REKO-modellen har inspirerats av det franska andelsjordbruket, där konsumenterna köper en andel av produktionen redan på förhand. Grundidén är att främja etisk, rättvis och hållbar produktion och direkt kontakt mellan konsumenter och producenter. Denna typ av alternativt matnätverk kan också tolkas som medborgaraktivism och som en motreaktion till det industrialiserade livsmedelssystemet (Suvanto 2020). I Finland startades REKO vintern 2013 i Österbotten av ekobonden Thomas Snellman. Modellen har sedan spridits till olika delar av landet och till andra länder. Till en början tilläts endast försäljning av lokalproducerad mat och lantbruksprodukter, men på många håll har reglerna blivit friare, beroende på administratörerna. En generell regel är att återförsäljning inte är tillåtet (Westerlund 2019).

## 2. Projektet Lantbruk 2.0

REKO-uppföljningen i Nyland har gjorts inom projektet Lantbruk 2.0 vid Yrkeshögskolan Novia, Institutionen för bioekonomi. Projektet finansieras av Svenska kulturfonden med medel ur Henrik Nysténs testamentsfond. Projektets syfte är att synliggöra hållbart jordbruk och entreprenörskap i Nyland och att presentera lantbruket som ett framtidsyrke. Att främja konsumtionen av hållbart producerad närmat är därmed ett centralt tema. Lantbruk 2.0 samarbetar med utbildningen inom bioekonomi och med nyländska gårdar och lantbruksaktörer. Projektet ordnar seminarier, workshops och kurser om odling, direktförsäljning och cirkulär ekonomi. Mer information hittas på hemsidan: [novia.fi/lantbruk2.0](http://novia.fi/lantbruk2.0)

## 3. REKO-ringar och indelning

Under år 2020 har Lantbruk 2.0 följt med 21 nyländska REKO-ringar för att kartlägga produktutbud, priser, produktionsmetoder samt avstånd mellan producenter och utdelningsplatser. REKO-ringarna delades in enligt en områdesklassifikation av Finlands miljöcentral (Suomen ympäristökeskus 2020) i inre stadsområde, yttre stadsområde, kransområde kring staden, lokala centra på landsbygden och stadsnära landsbygd (Figur 1). Kärnlandsbygd och glesbygd föll bort som kategorier, eftersom inga rekoringar hittades på dessa områden. Sammanlagt hade rekoringarna 61 257 medlemmar i augusti 2020 (se bilaga 1).



Figur 1. Rekoringarna som var med i projektets uppföljning.

#### 4. Undersökningens syfte och metoder

Syftet med undersökningen var att kartlägga produktutbudet i REKO-ringarna under olika tidpunkter på året och att få reda på eventuella luckor i utbudet. Alla livsmedel som såldes i de 21 utvalda REKO-ringarna i augusti 2020, november 2020 och april 2021 dokumenterades och kategoriserades. Förutom livsmedel såldes också bland annat hudvårdsprodukter, garn och fårskinn, men de produkterna togs inte med i den här undersökningen. Livsmedlen delades upp i följande kategorier:

1. Grönsaker och frukt
2. Kött och korv
3. Spannmål
4. Ägg
5. Bär
6. Drycker (ej alkoholhaltiga)
7. Sylt, sås, puré, inlagda produkter, honung
8. Fisk och skaldjur
9. Färdigmat, halvfabrikat, mjölkprodukter
10. Naturprodukter, svamp, kryddor, olja
11. Frukt
12. Övrigt

Med naturprodukter avses bland annat vildörter och björksav. I kategorin *övrigt* finns till exempel kaffe och choklad. I undersökningen räknas försäljningstillfällen av olika produkter. Eftersom samma producenter är med i flera olika REKO-ringar, kommer samma producent och samma produkter med i materialet flera gånger under en månad. Resultaten som benämns som *försäljningstillfällen* måste alltså tolkas som en volym av försäljning och inte som enskilda producenter.

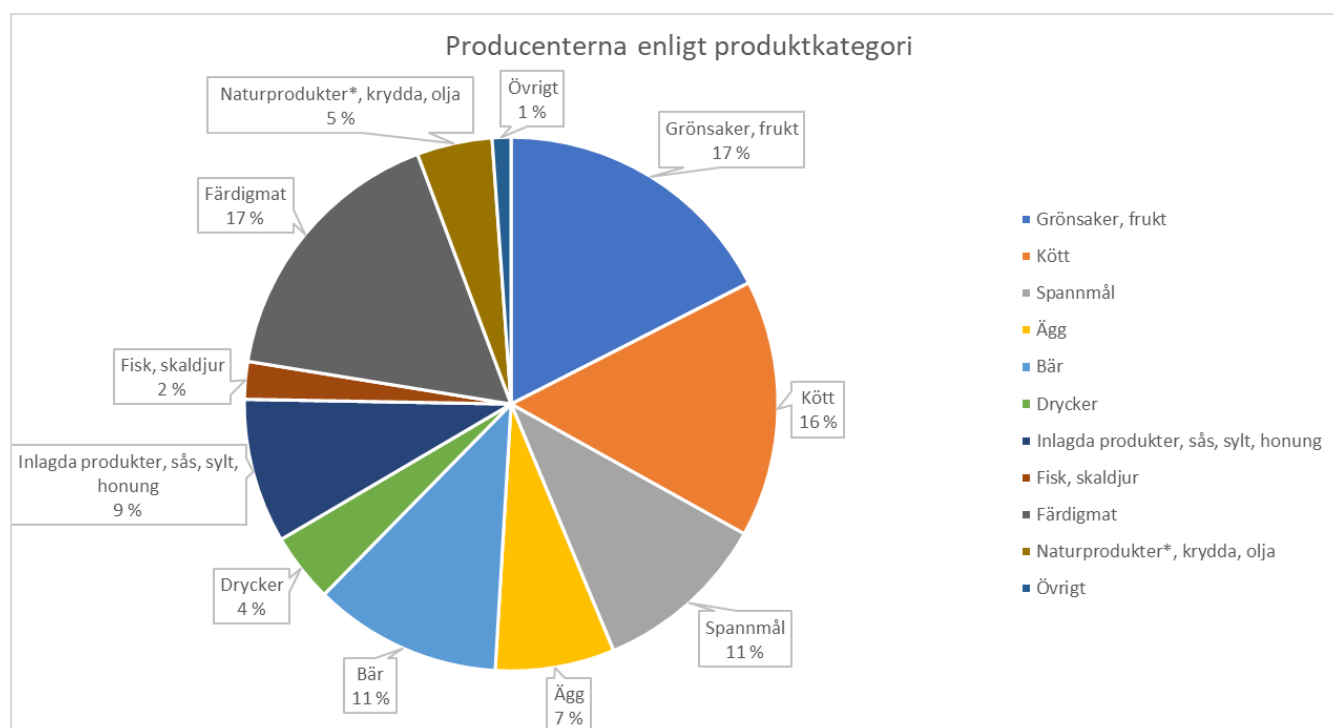
Alla producenter samlades i en lista och fick ett eget producentnummer. I listan definierades även huvudkategori för produkterna producenten sålde. Detta gjordes för att se fördelningen mellan olika produktionsinriktningar hos producenterna. Om två produktkategorier ansågs vara lika viktiga, fick producenten två likvärdiga kategorier.

Avstånd mellan försäljare och REKO-ring samt varje REKO-ringens medlemsantal registrerades i augusti 2021. Avståndet mättes genom att mata in REKO-utdelningens adress och producentens adress i Googles karttjänst ([maps.google.com](https://maps.google.com)) och anteckna avståndet enligt den snabbaste ruten med bil. Om den exakta adressen inte fanns tillgänglig, användes producentens hemort som produktionsplats.

## 5. Producenter och utbud

### Produktkategorier per producent

Sammanlagt 258 producenter sålde produkter under någon av de tre månaderna då utbudet följdes upp. Alla var inte med varje månad. När den huvudsakliga kategorin för de sålda produkterna definierades per producent (Fig. 2), visade det sig att de två största kategorierna var grönsaker och färdigmat (17%). Kött var den tredje största kategorin (16%), följt av spannmål och bär (11%). Spannmålskategorin innefattar bröd, bullar, mjöl, flingor, pasta och mysli.



Figur 2. Producenterna indelade enligt produktkategori. \*Med naturprodukter avses bl.a. vildörter och björksav.

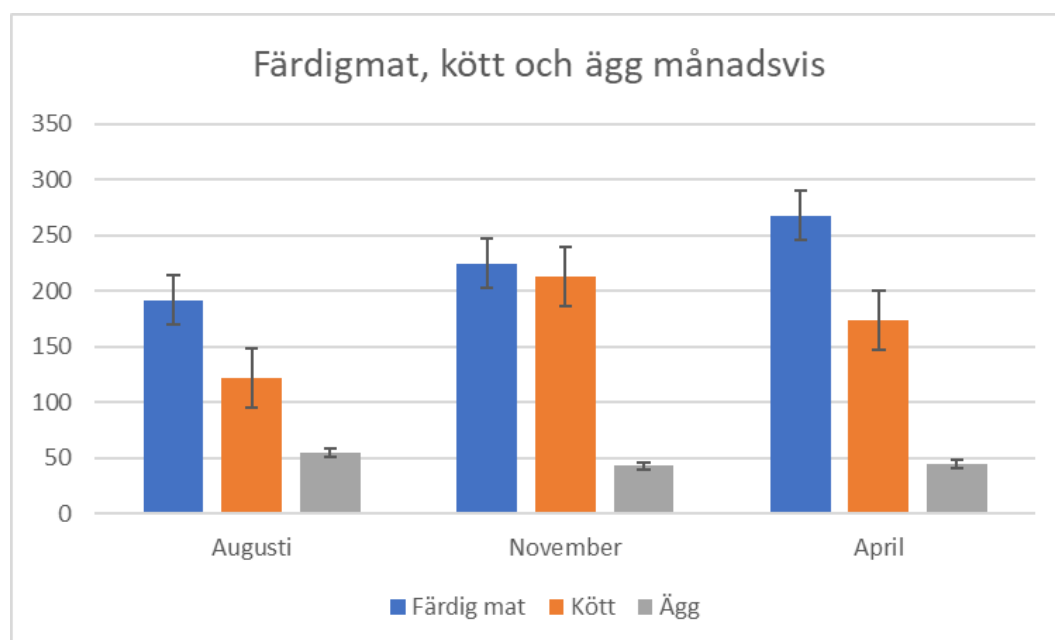
### Försäljning kategorivis – förekommer säsongsvariation?

När försäljningstillfällena i augusti och november 2020 samt april 2021 jämförs, förekommer en viss säsongsvariation i andelen sålda produkter per kategori. Den största variationen syns i

grönsakskategorin. I augusti var andelen grönsaker störst (729 försäljningstillfällen med olika typer av grönsaker). I november var andelen mindre (385 tillfällen) och i april minst (167 tillfällen). Största delen av bärförsäljningen skedde också av naturliga orsaker på sensommaren, men en del frysta bär förekom även i november och april. De förädlade bärprodukterna som sylt och saft finns medräknade i samma kategori som inlagda produkter.

Köttutbudet var minst i augusti, men varierade inte lika kraftigt under året som grönsaksutbudet. Äggförsäljningen var av de tre jämförda månaderna störst i augusti, men varierade inte heller mycket. Variationerna kan bero på djurens betesgång, djurhållarnas odlings- och skördarbeten och hönsens mindre aktiva värpande vintertid.

I kategorin färdigmat ingår både maträtter, pastejer, piroger och ostkakor, men även mjölkprodukter som ost och glass. Kategorin omfattar också keto-produkter, dvs. produkter med låg kolhydrathalt, utan spannmål. Eftersom producenterna av färdigmat enligt egen observation oftast inte använder lokala råvaror, är den kategorin inte lika bunden till säsong och försäljningen i de olika månaderna kan bättre jämföras med varandra. I augusti 2020 registrerades 191 försäljningstillfällen med färdigmat. I november 2020 var försäljningstillfällena 224 och i april 2021 var de 265. Från den första till den tredje uppföljningen har det alltså skett en ökning i utbudet av färdigmat på 38,74 %. En möjlig förklaring är att restriktionerna som satts på restaurangerna under pandemitiden har fått restaurangägare och kockar att söka sig till alternativa försäljningskanaler som REKO.



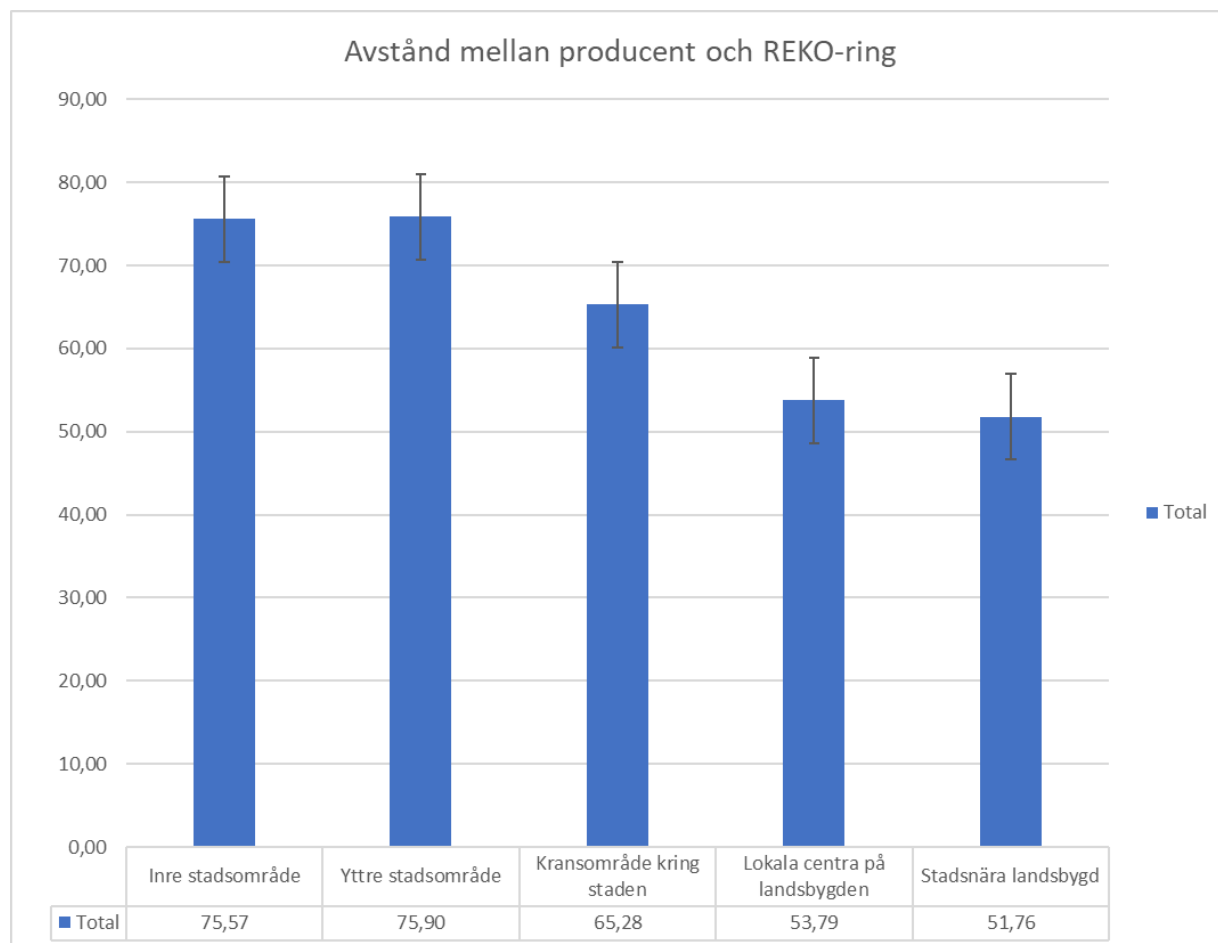
Figur 3. Medelantalet försäljningstillfällen (med standardavvikelse) för färdigmat, kött och ägg i augusti 2020, november 2020 och april 2021.

## 6. Avstånd mellan producent och försäljningspunkt

Avståndet mellan producent och REKO-försäljningsplats var i augusti 2020 i medeltal 66 km. Även om REKO-ringarna som undersöktes hade sina utdelningar i Nyland, var inte alla producenter som deltog nyländska. En del kom från Egentliga Finland och Satakunta och några från Päijänne-Tavastland, Egentliga Tavastland, Österbotten, Kymmenedalen och Birkaland.

Avståndet till producenten var större i stadsområden än på landsbygden (Figur 4). Resultatet ter sig naturligt, eftersom det är svårare att odla och föda upp djur i stadsområde. Även andra faktorer,

som konsumenternas intressen och producenternas relationer till olika orter, kan tänkas påverka vilka producenter som söker sig till vilken REKO-ring.



*Figur 4. Medelavstånd med standardavvikelse (km) mellan producent och REKO-ring områdesvis i augusti 2020.*

Viljan att stöda de lokala producenterna är aningen högre på landsbygden och glesbygden än i städer (Barman-Geust 2019, 63). Det är möjligt att närproducerat definieras bredare i Helsingfors, och omfattar hela Nyland och även områden utanför Nyland, medan närproducerat på en mindre ort innebär att det kommer från samma eller bredvidliggande ort. Andra aspekter, som produktionsmetod och produktens egenskaper, kan väga tyngre än produktionsort i vissa fall. För producenterna har REKO-ringarna i städerna den fördelen att de har fler medlemmar, en större kundkrets med större köpkraft, och därmed kan det vara värt att ta sig till dem med sina produkter även en längre väg. En del producenter sålde inte produkter i sina närmaste REKO-ringar, utan i inre och yttre stadsområde lite längre från produktionsplatsen.

Många producenter deltar i flera än en utdelning. Enligt en riktgivande analys bland REKO-försäljare i hela landet, kör en producent i medeltal till 5,2 utdelningar per månad och deltar i verksamheten i 4,2 REKO-ringar (Luomala 2020). Eftersom REKO-utdelningar på samma område ofta ordnas samma dag efter varandra, är det möjligt för producenterna att delta i flera utdelningar på samma resa.

När avstånden analyseras enligt produktkategorier, visar det sig att kött och drycker färdas en jämförelsevis lång väg på ca 100 km i medeltal till stadsområden, medan fisken har en lång väg till landsbygdsområden. Enligt egna observationer beror detta på att försäljare från andra delar av landet kommer till huvudstadsregionen med produkter som kött och saft. Förutom saft innefattar



dryckeskategorin bland annat den fermenterade drycken kombucha och bubblande dryck av bär. I augusti besöktes REKO-ringarna av fyra fiskare. En av dem kom från Österbotten och sålde fisk endast i landsbygdsområden, vilket påverkar medelavståndet på lokala centra på landsbygden och stadsnära landsbygd. Alla medelavstånd produkt- och områdesvis syns i bilaga 2.

## 7. Utvecklingsmöjligheter för REKO i Nyland

### Färdigmat av lokala ingredienser

En klar utvecklingsmöjlighet för den färdiga maten på REKO är att den skulle bestå så långt som möjligt av lokala ingredienser från små producenter. En grönsaksförsäljare på REKO kunde till exempel leverera grönsaker till en företagare som gör vårrullar av dem. För tillfället är det få av försäljarna av färdigmat som uppger i sina annonser varifrån råvarorna kommer. Undantaget utgörs av vissa grönsaksproducenter som tillverkar färdigmat av sina egna råvaror eller en glassproducent vars glass är gjord på naturbetesmjölk från egna kor. Att råvarorna är av känt ursprung och kommer från lokala, hållbart producerande företag är något som stöder REKO:s grundidé (Suvanto 2020). Både primärproducenter och restaurang- och cateringföretagare kunde dra nytta av trenden om den färdiga maten gjordes säsongsbaserat på lokala råvaror. Kretsen av kunder som vill handla lokalt finns redan där.

### Avståndet - bara en siffra?

REKO speglar en brytning i vårt livsmedelssystem, när medvetenheten om att jordens resurser är begränsade ökar och livsmedelssystemen utvecklas mot att bli horisontella och nätverksbaserade, samtidigt som ny teknologi underlättar informationsflödet och distributionen. Hur närproducerad mat ska definieras är diffust och tolkningsbart. Ibland räknas allt som är inhemskt som närproducerat, medan det i andra fall definieras som mat som är producerad inom det egna landskapet (Viitaharju et al. 2020). Det väsentliga är trots allt att produktion och eventuell förädling sker nära varandra, produkten har en identitet, att kedjan är transparent och att miljö och hållbar utveckling tas i hänsyn i produktionen. En produkt som fyller dessa krav och som dessutom är ovanlig på REKO, kan vara lönsam att transportera en längre sträcka och kan hitta sin plats i systemet.

Att avståndet mellan producent och REKO-ring i vissa fall är över 100 km, vilket är kort i ett globalt perspektiv, och behöver inte vara ett problem, om producenten följer REKO:s principer om rättvis, etisk och hållbar produktion och berättar öppet om sin verksamhet (Aitoja Makuja 2017). För att skapa en lokal identitet och en relation mellan producenter och konsumenter har det i vilket fall som helst betydelse att maten är producerad inom det egna landskapet.

### Administratörer och producenter

De tre grupperna alternativt aktörer som behövs för att REKO ska fungera är administratörer, producenter och konsumenter. REKO-grupperna administreras av frivilliga, oftast 2–3 personer per grupp. Deras uppgifter är att övervaka vad som säljs, vem som säljer, informera om utdelningstillfällen och att se till att verksamheten följer REKO:s riktlinjer om försäljning utan mellanhänder samt etisk och hållbar produktion (Aitoja Makuja 2017). En utmaning för REKO är att verksamheten är beroende av frivilligarbete och eventuella projekt som stöd. Samtidigt är det en styrka och stor fördel att det inte finns mellanhänder som tar betalt för sin insats. Administratörerna är en viktig resurs för utvecklingen av närmatsförsäljningen.

I projektet "REKO Jämt Här" i Jämtland och Härjedalen i Sverige, har REKO-ringar med framgång startats upp i varje kommun där de inte funnits från tidigare (Svenska Hushållningssällskapet 2019). Projektet har främst jobbat med att kontakta producenter och övertala dem att pröva på REKO-försäljning. Aktiviteter som projektet gjort tillsammans med producenterna är att starta upp diskussionsgrupper och studiecirkel där deltagarna tillsammans kan lära sig mer om ämnen som livsmedelslagstiftning, stresshantering och annonsering. Ökat samarbete mellan producenterna underlättade bland annat sambeställning av papperskassar för packning av varorna. Producenterna har även organiserat sig för att transportera produkter gemensamt, så att alla kan träffas på en utdelningspunkt och sedan åka till olika ställen med både egna och andras produkter. Arrangemangen sparar tid och transportkostnader (REKO jämt här projektledare Stina Dahlquist, personlig kommunikation 27.1.2021).

Enligt en rapport av Vaara et al. 2020 önskar små och medelstora företag inom livsmedelsbranschen i Finland mer samarbete och stöd för den egna orken, att genomföra miljöåtgärder och att ta i bruk digitala kommunikationskanaler. I Nyland har det uppstått samarbetsnätverk mellan REKO-producenter. Bland annat transporteras produkter tillsammans till utdelningar, enligt egna observationer från Facebookgrupper och utdelningstillfällen.

Det finns sannolikt utrymme för ännu mer samarbete och organisering producenter mellan. För att locka nya producenter till REKO, kan infotillfällen och utbildning om direktförsäljning och alternativa nätverk vara nyttiga. En del utbildning inom direktförsäljning av livsmedel på svenska i Finland finns på yrkesskolornas och yrkeshögskolornas öppna utbud. Olika projekt och organisationer jobbar med att ordna infotillfällen, mediakampanjer, evenemang och seminarier, men utbudet kunde med fördel utökas.

Hur hålla kvar konsumenterna?

Tidigare undersökningar (Barman-Geust 2019, 42-44; Öman 2017) visade att det är viktigt för REKO-konsumenterna att maten smakar gott, är inhemsk och närproducerad. Främsta orsaken till att handla på REKO är att stöda livsmedelsproducenterna och -förädlarna i närsamhället. Att lokala producenter fortsätter besöka REKO regelbundet med sina högklassiga livsmedel, är avgörande för att konsumenterna ska hållas kvar.

Enligt Amy Lam (2020) är orsaker till att konsumenter slutar handla på REKO den extra resan konsumenten måste göra för att komma till utdelningen, besväret att göra och komma ihåg beställningar och att stå och köa på utdelningsplatsen i dåligt väder. Även om konsumenten har kvar sin ideologi och vilja att stöda lokala producenter, är det enklare och mindre tidskrävande att handla allt i ett storköp. I Jämtland, Sverige, har man underlättat uträttandet av andra ärenden genom att förhandla med bibliotek om öppethållningstider samtidigt som REKO-utdelning ordnas och att ordna julgransförsäljning på samma plats och tid (REKO jämt här projektledare Stina Dahlquist, personlig kommunikation 27.1.2021) och motsvarande jobb görs också av administratörer i Nyland. Handlandet behöver alltså vara så enkelt som möjligt för konsumenten, och det är en fördel om det går att uträtta andra ärenden på samma gång.

Andra digitala plattformar – är de en möjlighet?

Andra digitala plattformar än Facebook för REKO har diskuterats och testats, men ingen har slagit igenom i Finland. Problematiskt med Facebook är både allmänt kända etiska aspekter med användarnas dataskydd och integritet och att algoritmerna förstärker användarnas beteende. Om en

konsument inte är aktiv på REKO under en tid, slutar Facebook visa REKO-relaterat material i flödet, vilket leder till en ond cirkel med ännu mindre aktivitet (Lam 2020).

En alternativ digital kanal för försäljning av närproducerad mat är FoodHub - producenternas gemensamma nätbutik som är aktiv i huvudstadsregionen (Nylands mat 2021). På FoodHub hämtas de beställda varorna från en utdelningspunkt där antingen administratörerna delar ut beställningarna eller dörren öppnas med en kod på mobilen. Det är i slutändan inte så viktigt att träffa producenten varje gång man handlar mat, enligt förfrågningar som gjorts bland konsumenterna, säger Rikard Korkman (personlig kommunikation 9.12.2020) som varit med om att starta upp Nylands FoodHub. Detta kan kompletteras med evenemang på gårdar under sommartid. I Nyland erbjuder FoodHuben också möjligheten att reservera varor på förhand eller att göra kontrakt med odlarna om att köpa en andel av produktionen. Priserna med producentens andel, FoodHubens andel och skatter visas öppet på hemsidan där matbeställningarna görs (Nylands mat 2021).

Konceptet med FoodHub visade sig inte lämpligt för producenter som redan hade fungerande försäljning för så gott som alla sina produkter. För dem som ännu saknade ytterliga försäljningskanaler gav det en ypperlig möjlighet till extra försäljning utan att behöva satsa på egen nätbutik. (Projektansvarig för Närmat Kimitoön Stella Törnroth, personlig kommunikation 11.12.2020)

REKO och FoodHub kan tänkas komplettera varandra. En konsument som inte hinner åka till REKO på utsatt tidpunkt, kan beställa och hämta varorna flexibelt via FoodHub. Den som gärna vill träffa producenten personligen och känna av gemenskapen på utdelningstillfällena kan söka sig till REKO. Konsumenter kan tänkas använda sig av båda systemen enligt situation.

På REKO Åland, med utdelningar i Mariehamn och Godby, sköts beställningar även via applikationen Local Food Nodes (2021). Applikationen kommer från Sverige och är där i användning i stora delar av landet. Orsaken till att administratörerna på REKO Åland ville ha en ny beställningskanal för REKO-produkter, är att de upplevt att allt fler lämnar Facebook och allt färre ungdomar ansluter sig. Det har fungerat bra att få med speciellt nya producenter i Local Food Nodes, och applikationens upprätthållare har gett god och personlig service åt användarna. Antalet beställare kan inte ännu jämföras med Facebook, men det kan ändras i framtiden om Facebook tappat fler medlemmar, speciellt bland medvetna konsumenter (administratör för Local Food Nodes Åland Emelie Christenbrunn, personlig kommunikation 11.6.2021)

REKO är en av många försäljningskanaler för producenterna, tillsammans med gårdsbutiker, torg och andelsjordbruk och försäljning till delikatesshandel, grossist eller dagligvaruhandel. Andelsjordbruk innebär att konsumenten köper en andel av skörden eller produktionen på förhand och delar på så sätt riskerna med producenten (Kumppanusmaatalous 2021). En gård som bedriver andelsjordbruk kan sälja sin överskottsproduktion via REKO. En producent som säljer produkter till delikatessaffärer kan använda REKO för att testa nya produkter, medan REKO för andra är den huvudsakliga försäljningskanalen och de kan försörja sig på småskaligt jordbruk tack vare det (Ehrnström-Fuentes, Jauho & Jallinoja 2019). REKO:s styrkor ligger i dess flexibilitet, att det är inkluderande och inte exkluderande och att det engagerar och för samman producenter, konsumenter och administratörer. Det kommer högst sannolikt att finnas kvar som en form av direktförsäljning även i framtiden.

## 8. Sammanfattning

- De största produktkategorierna bland försäljarna på REKO är grönsaker, färdigmat, kött, spannmål och bär.
- En naturlig säsongsvariation syns i REKO-ringarna, speciellt när det gäller grönsaker och bär.
- Konsumenterna behöver enkla lösningar för att fortsätta handla på REKO. Färska, lokala råvaror är det som lockar mest, men också färdiga matportioner intresserar konsumenterna.
- Även den färdiga maten kunde med fördel vara gjord av lokala säsongsråvaror.
- Administratörerna har med det frivilligarbete de gör, en stor roll i att driva utvecklingen.
- Samarbete och produktutveckling mellan lokala producenter är en möjlighet för Nyland.
- Medelavståndet mellan producent och REKO-utdelning är 66 km. Med specialprodukter som passar in i REKO:s koncept lönar det sig för producenten att komma längre väg.
- Facebook är den vanligaste kanalen för att koordinera REKO-utdelningar. Nya digitala plattformar för närproducerad mat kan komplettera och stöda REKO:s verksamhet.

## Källor:

Aitoja Makuja, 2017. *Direkt från producent till konsument utan mellanhänder!* Tillgängligt på <https://aitojamakuja.fi/sv/reko-2/>. Hämtad 20.5.2020.

Barman-Geust, H., 2019. *Från jord till bord utan mellanhänder: En empirisk undersökning om rekoringarnas konsumenter i Finland*. Åbo: Avhandling pro gradu i sociologi. Åbo Akademi, Fakulteten för samhällsvetenskaper och ekonomi.

Ehrnström-Fuentes, M., Jauho, M. & Jallinoja, P., 2019. Perceptions and experiences of sustainability among producers in the REKO alternative food network in Finland. *Sosiologia*, vol. 56, no. 4, 401-419

Kumppanuusmaatalous. 2021. *Ruokaa yhdessä ja kestävästi*. Tillgänglig på: [www.kumppanuusmaatalous.fi](http://www.kumppanuusmaatalous.fi). Hämtad 3.6.2021.

Lam, A., 2020. *Looking beyond individual behaviour: a social practice theory approach to understanding consumer drop out in REKO*. Ås: Master's thesis, Faculty of Biosciences, Norwegian University of Life Sciences.

Lehtonen, S., 2021. Pro Luomun tuore toiminnanjohtaja: Tasainen kasvu parempi kuin kysyntäräjähähdys. *Maaseudun Tulevaisuus* 4.1.2021, s.7.

Local Food Nodes, 2021. *Your open source platform for peoples driven local food markets and CSA*. Tillgänglig på: <https://localfoodnodes.org>. Hämtad 15.6.2021.

Luomala, A., 2020. *REKO-tuottajakyselyn tulokset. Kevät 2020*. Pientuottajat yhteistyössä markkinoille – hanke. Tillgänglig på: <https://aitojamakujalehti.fi/wp-content/uploads/2020/05/20200504-REKO-tuottajakyselyn-raportti-julkinen.pdf>. Hämtad 20.12.2020.

Suomen ympäristökeskus, 2020. *Kaupunki-maaseutuluokitus 2018*. Tillgängligt på: [https://www.ymparisto.fi/fi-FI/Elinymparisto\\_ja\\_kaavoitus/Yhdyskuntarakenne/Tietoa\\_yhdyskuntarakenteesta/Kaupunkimaaseutu\\_luokitus/Kartat\\_ja\\_tilastot](https://www.ymparisto.fi/fi-FI/Elinymparisto_ja_kaavoitus/Yhdyskuntarakenne/Tietoa_yhdyskuntarakenteesta/Kaupunkimaaseutu_luokitus/Kartat_ja_tilastot). Hämtad 15.6.2020.

Suvanto, H., 2020. Askel kohti asiakaslähtöisyyttä Etelä-Pohjanmaan REKOissa. *Ruralialehti* 1/2020, s. 16.

Svenska Hushållningssällskapet, 2019. REKO Jämt Här. Tillgänglig på: <https://hushallningssallskapet.se/?projekten=reko-jamt-har>. Hämtad 24.9.2021.

Nylands mat, 2021. *Local FoodHub*. Tillgänglig på: [www.ekompi.net](http://www.ekompi.net). Hämtad 10.6.2021.

Vaara E., Väisänen K., Tunkkari-Eskelinen M., Järvinen S. & Pölkki L., 2020. *Elintarvikealan pk-yritysten toimintaympäristö 2020*. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Tillgänglig på: [https://mmm.fi/documents/1410837/1890227/Elintarvikealan\\_toimintaymparisto\\_2020.pdf/48cb3e72-dab5-ee25-90e5-93be6ca1b9c5/Elintarvikealan\\_toimintaymparisto\\_2020.pdf?t=1610436396019](https://mmm.fi/documents/1410837/1890227/Elintarvikealan_toimintaymparisto_2020.pdf/48cb3e72-dab5-ee25-90e5-93be6ca1b9c5/Elintarvikealan_toimintaymparisto_2020.pdf?t=1610436396019). Hämtad 10.6.2021

Viitaharju L., Kujala S., Hakala O. & Trogen A., 2020. *Lähiruoka puheissa ja teoissa – julkiskeittiöiden lähiruoan käytön muutos vuosien 2013 ja 2019 välillä*. Helsingfors: Ruralia-institutet, Helsingfors universitet.

Westerlund, B., 2019. Rekoringarna, torgen och Slow Food festivalen. I *Smaka på Västnyland*. Raseborg: Slow Food Västnyland rf.

Öman, A., 2017. *Producenter och konsumenter inom REKO i Närpes och Kristinestad*. Raseborg: Examensarbete för agrologexamen (YH). Yrkeshögskolan Novia, Enheten för naturbruk och miljö.

## Bilagor

### Bilaga 1. Valda REKO-ringar och medlemsantal

Rekoring		Utdelningsadress	Medlemsantal 27.8.2020
1	REKO Helsinki, kantakaupunki	Hietalahden tori	8490
2	Reko Tikkurila	Tiedepuisto 1	4147
3	Reko Hyvinkään farmarin markkinat	Mäkiikumolantie 3	5522
4	REKO Järvenpään farmarin markkinat	Järvenpään tori	5623
5	REKO Lohja	Luksian parkkipaikka, Nummentie	3887
6	REKO Espoo Kauklahti Ebo Köklax	Nissintie 2	3268
7	REKO Kirkkonummi	Kirkkonummen asema	1963
8	Tuusulan lähiruokarengas	Hyrylän tori	4159
9	Reko Söderkulla	Amiraalintie 2	869
10	REKO Mäntsälä	Vanha Porvoontie 21	1763
11	REKO Veikkola	Eerinkinkartanontie 5	1428
12	Nurmijärven REKO	Lopentie 20	4235
13	REKO Sjundeå	Asematie 2	4235
14	REKO Karis/karjaa	Bangatan 75	2399
15	REKO Ekenäs/Tammisaari	Raseborgsvägen 9	3685
16	Reko Loviisa	Loviisan tori, Brandensteininkatu	1037
17	Reko Liljendal - Loviisa	Valtatie 6	1470
18	REKO Pukkila	Koivulinnantie 8	409
19	REKO Ingå - Inkoo	Ola Westmans Allén 12	1455
20	REKO Myrskylä	Virastotie 5	341
21	Reko Pornainen	Koskitie 2	872
	<b>Medlemsantal sammanlagt</b>		<b>61257</b>

### Bilaga 2. Medelavstånd mellan producent och REKO-ring enligt produktkategori och område. Röda siffror markerar avstånd över 100 km och gröna siffror avstånd under 30 km.

Average of Avstånd	Column Labels					Medeltal
Row Labels	Inre stadsområde	Yttre stadsområde	Kransområde kring staden	Lokala centra på landsb.	Stadsnära landsbygd	Medeltal
Grönsaker	77,64	89,52	73,89	51,76	48,73	69,40
Kött	104,78	96,23	78,84	40,70	61,47	86,28
Spannmål	51,58	59,75	52,01	22,58	35,13	45,81
Ägg	95,53	102,31	78,42	55,98	50,48	80,36
Bär	91,53	84,45	66,83	62,24	57,70	79,34
Drycker	113,74	117,00	93,83	10,13	28,47	75,49
Inlagda prod., sylt, sås, honung	48,78	49,67	39,85	26,14	22,92	40,42
Fisk, skaldjur	85,06	33,77	71,75	134,58	102,93	88,14
Färdig mat	50,10	62,03	54,40	37,49	49,38	51,57
Naturprodukter, krydda, olja	38,13		7,30			31,96
Frukt			27,50			27,50
Övrigt	49,80	27,80	39,03	66,17	71,08	51,06
<b>Medeltal</b>	<b>75,57</b>	<b>75,90</b>	<b>65,28</b>	<b>48,94</b>	<b>51,76</b>	<b>66,01</b>

YRKESHÖGSKOLAN  
**NOVIA**

Yrkeshögskolan Novia har ca 4000 studerande och personalstyrkan uppgår till ca 390 personer. Novia är den största svenskspråkiga yrkeshögskolan i Finland som har examensinriktad ungdoms- och vuxenutbildning, utbildning som leder till högre yrkeshögskoleexamen samt fortbildning och specialiseringsutbildning. Novia har utbildningsverksamhet i Vasa, Jakobstad, Raseborg och Åbo.

Yrkeshögskolan Novia är en internationell yrkeshögskola, via samarbetsavtal utomlands och internationalisering på hemmaplan. Novias styrka ligger i närvaron och nätverket i hela Svenskfinland.

Novia representerar med sitt breda utbildningsutbud de flesta samhällssektorer. Det är få organisationer som kan uppvisa en sådan kompetensmässig och geografisk täckning. Högklassiga och moderna utbildningsprogram ger studerande en bra plattform för sina framtida yrkeskarriärer.

Yrkeshögskolan Novia  
Rektorat  
Wolffskavägen 31  
65200 Vasa, Finland  
Tfn +358 (0)6 328 5000 (växel),  
[www.novia.fi](http://www.novia.fi)

Antagningsservice  
Wolffskavägen 33  
65200 Vasa  
[antagningsservice@novia.fi](mailto:antagningsservice@novia.fi)  
[admissions@novia.fi](mailto:admissions@novia.fi)

Yrkeshögskolan Novia upprätthåller en publikations- och produktionsserie för att sprida information och kunskap om verksamheten såväl regionalt, nationellt som internationellt.

Publikations- och produktionsserien är indelad i sex kategorier:

R - Rapporter • P - Produktioner • A - Artiklar • L - Läromedel • S - Studerandes arbete • RS - Reseskildring

Läs våra senaste publikationer på [www.novia.fi/forskning/novias-publikationsserie](http://www.novia.fi/forskning/novias-publikationsserie)

ISSN 1799-4179  
ISBN 978-952-7048-74-0 (Online)