

KOTIMAISEN KALAN MENEKINEDISTÄMISEN MAHDOLLISUUKSIA

Sisävesiammattikalastajien tiedotus- ja koulutusristeily 7.4.2026

Kirsi Romppainen, Osto- ja myyntipäällikkö, Kesko Oyj



Kirsi Romppainen



Osto- ja myyntipäällikkö
Valmisruoka, kala, kaupan ruokamaailma,
Kesko Oyj, PT-kauppa, tuoretuotteet
1/2025->

Valikoimapäällikkö, Kesko Oyj 2017-2024
Valikoimapäällikkö, Suomen Lähikauppa Oy, 2009-2016
Valikoimapäällikkö, Tradeka Oy, 2005-2008
Valikoimapäällikkö, Ketjuetu OyT&E 1999-2004

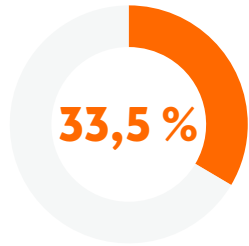
Kauppatieteiden maisteri, Helsingin Kauppakorkeakoulu
1999, kaupan koulutusohjelma

AGENDA

1. Keskon päivittäistavarakauppa ja strategia
2. Kalakaupan merkitys ja nykytila Keskon Pt-kaupassa
3. Kotimaisen kalan rooli
4. Kalakaupan kasvun ajurit ja esteet
5. Ammattikalastajat osana kokonaisuutta
6. Paikallisen yhteistyön mahdollisuuksia
7. Yhteenveto



PÄIVITTÄISTAVARAKAUPPA LYHYESTI



Markkina-osuus 2025

(Keskon oma arvio, perustuu Nielsenin vertailuryhmään)



1 100 kauppaa,
joista noin 800 tarjoaa
verkkokauppapalveluita

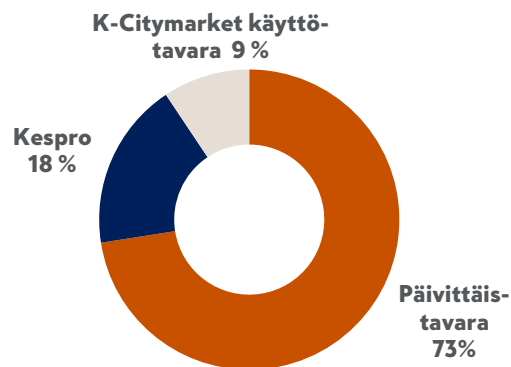


6 300 työntekijää
900 K-kauppiasta



Suomen johtava
foodservice-toimija,
markkinaosuus **49,2 %**

Liikevaihdon jakauma



Liikevaihto 2025

	2025	2024	2023
Liikevaihto, milj. €	6 447	6 381	6 352
Liikevoitto*, milj. €	418,1	438,0	444,8
Liikevoitto-%*	6,5	6,9	7,0 %
Investoinnit, milj. €	309	276	304

* Vertailukelpoinen

PÄIVITTÄISTAVARAKAUPAN KETJUT:

KCITYMARKET

KSupermarket

KMarket

FOODSERVICE:

KESPRO

PÄIVITÄISTAVARAKAUPAN STRATEGIA



VISIO

EUROOPAN HOUKUTTELEVIMMAT RUOKAKAUPAT –
HENKILÖKOHTAISIN JA ARVOSTETUIN ASIAKASKOKEMUS

STRATEGISET TAVOITTEET

VAHVAN
KANNATTAVUUDEN
YLLÄPITÄMINEN
EBIT% >6%

MARKKINAOSUUDEN
VAHVISTAMINEN

ASIAKASARVON
TUOTTAMINEN

HALLITTU JA
PITKÄJÄNTEINEN
KAUPPAVERKOSTON
KEHITTÄMINEN

KESPRON
MARKKINAJOHTAJUUDEN
VAHVISTAMINEN

KILPAILUEDUT

K-KAUPPIASYRITTÄJYYS
JA VOITTAVAT
KAUPPAKOHTAISET
LIIKEIDEAT

MODERNI JA
KILPAILUKYKYINEN
KAUPPAVERKOSTO,
DIGIPALVELUT JA
PALVELUT TUKEMASSA
KASVUA

HOUKUTTELEVIMMAT JA
ASIAKASLÄHTÖISIMMÄT
KAUPAT ERITYISESTI
TUORETUOTTEISSA

KEHITTYNEET
TEKNOLOGIAT JA TEKOÄLY
PARANTAMSSA
ASIAKASKOKEMUSTA JA
TEHOKKUUTTA

MAAILMAN VASTUULLISIN
RUOKAKAUPPA

KATTAVA PORTFOLIO



IHMISET

TYÖPAIKKA, JOSSA JOKAISELLA ON MAHDOLLISUUS LOISTAA

ASENNE

JOKA PÄIVÄ KOHTI PAREMPAA KAUPPAA - LET'S **K**!

VASTUULLISUUSSTRATEGIAN PAINOPISTEALUEET



MAHDOLLISTAMME ASIAKKAILLEMME VASTUULLISET VALINNAT EDISTÄMÄLLÄ MUUTOSTA KOKO ARVOKETJUSSA



ILMASTO JA LUONTO

Vähennämme päästöjä arvoketjussa
Suojaamme luonnon monimuotoisuutta
Huolehdimme veden riittävydestä
Edistämme kiertotaloutta



ARVOKETJU

Varmistamme toimitusketjun vastuullisuuden
Kannustamme asiakkaitamme vastuullisiin valintoihin
Luomme lisäarvoa yhteiskunnalle



IHMISET

Kehitämme henkilöstömme turvallisuutta ja hyvinvointia
Edistämme monimuotoisuutta, yhdenvertaisuutta ja mukaan ottamista



HYVÄ HALLINTO

Sitoudumme K Code of Conductiin
Vahvistamme vastuullisuusosaamista koko organisaatiossa
Hyödynnämme dataa ja luomme sillä lisäarvoa

Kala- ja äyriäislinjaus

Keskon päivittäistavarakauppa, Kespro, Kalatukku E.Eriksson ja K-ruokakaupat edistävät [WWF:n kalaoppaassa](#) vihreällä merkittyjä lajeja valikoimissaan. Valikoimapäätöksissä suosimme kestäviä kalakantoja sekä MSC- ja ASC-sertifioituja toimittajia. Kesprolla ja Kalatukku E.Erikssonilla sekä lukuisilla K-ruokakaupoilla on MSC- ja ASC-sertifikaatti.

Keskon päivittäistavarakaupalla, Kesprolla, Kalatukku E.Erikssonilla ja K-ruokakaupoilla ei ole valikoimissaan sellaisia [WWF:n kalaoppaassa](#) punaisella merkittyjä lajeja, joilla ei ole MSC- tai ASC-sertifiointia. Muita sertifiointeja emme ota huomioon.

Edellytämme kaikissa hankinnoissamme, että kalan jäljitettävyys voidaan todentaa. Suosimme valikoimissamme kotimaisia kaloja sekä vaihtoehtoja, joiden hiilijalanjälki on mahdollisimman pieni.

Panostamme monipuoliseen valikoimaan ja pidämme tarjolla myös pieniä parvikaloja. Kalankasvattamoiden sosiaalisen vastuun näkökohtia valvotaan ASC-auditoinneissa.

Kala- ja äyriäislinjaus on julkaistu 11.11.2008 ja katselmoitu viimeksi 12.12.2025.

KALA-TUOTERYHMÄN ROOLI KESKON PT-KETJUISSA



- Tuoretuotteet Keskon PT-strategian keskiössä ”houkuttelevimmat ja asiakaslähtöisimmät kaupat erityisesti tuoretuotteissa”
 - Valikoiman laajuus, laatu ja inspiraatio!
- Tuoteryhmä, jossa mahdollisuus erilaistua markkinasta: tarjooma sekä pakattu, että kalatiskin tarjoama palvelu
- valtakunnallinen, alueellinen, paikallinen (kauppakohtainen) osuus – kaikilla oma rooli tekemisessä!

Alueen laajin valikoima ja huipputarjoukset!

Tuore KIRJOLOH Ilmainen fileointi! Suomi 8⁹⁹ KG	HÄTÄLÄ OF TUORE MUIKKU Suomi 6⁹⁹ KG	HÄTÄLÄ OF TUORE HAUKI Ilmainen käsittely! Suomi 8⁹⁹ KG	HÄTÄLÄ OF TUORE MERILOHI Ilmainen fileointi! Norja 12⁹⁹ KG	HÄTÄLÄ OF TUORE KUHA Ilmainen käsittely! Suomi 16⁹⁵ KG
--	--	--	--	--

HINNAT VOIMASSA: MA-KE 23.-25.3. Katso lisää tarjouksiamme: cittarihoitaa.fi

Mustapekka
PARAS TUOREKAUPPA.
Tarjoukset voimassa MA-TI 16.-17.3. Reilut, mutta rajoitetut erät.

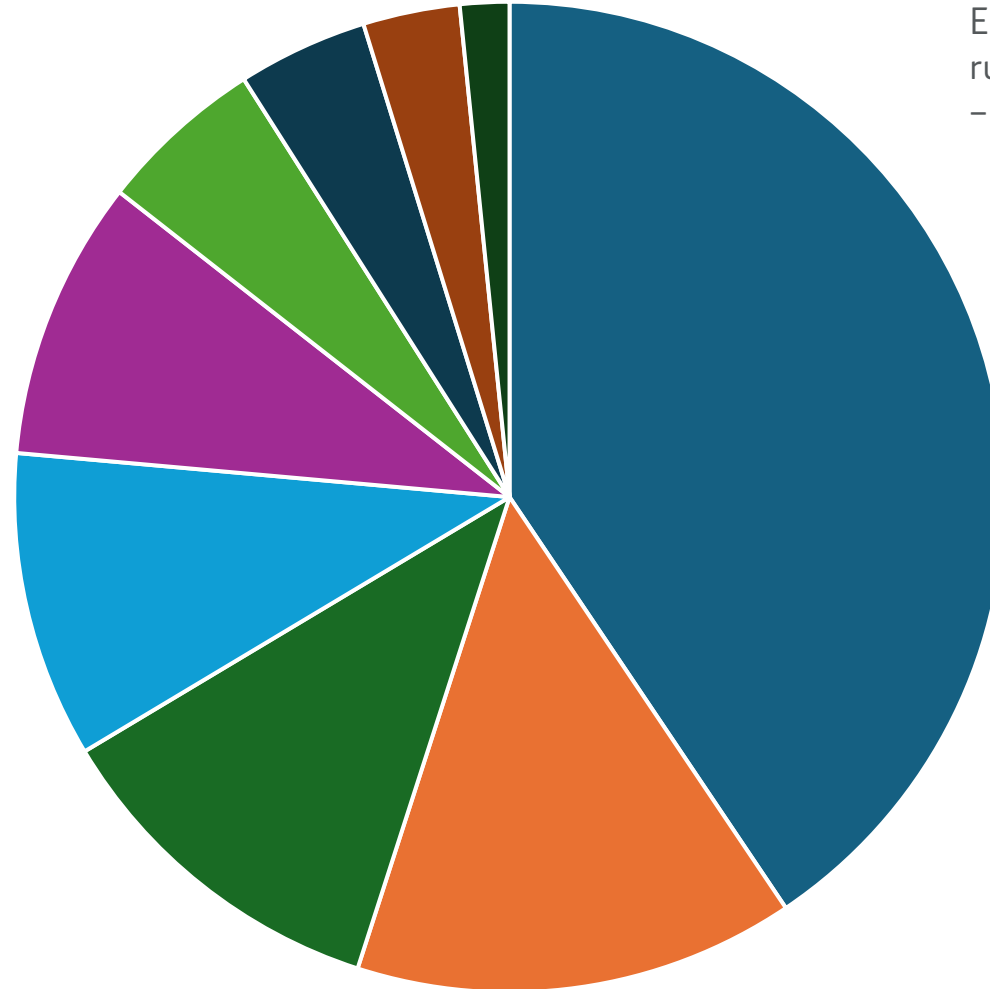
TUORE MERILOHI Norja 12⁹⁵ KG	ILMAINEN FILEOINTI	TUORE KUHA Oulujärvi 12⁹⁵ KG
TUORE NIERIÄ Islanti 14⁹⁵ KG	TUORE VILLISIIKA Inarijärvi 14⁹⁵ KG	TUORE KANAN RINTAFILÉE Suomi 9⁹⁵ KG

K Supermarket Mustapekka **24h**
AVOINNA JOKA PÄIVÄ 24/7
Käpylän asema, Mäkitorpantie 1, 00620 HELSINKI

KALAN MYYNTI ALATUOTERYHMITÄIN 2025 = MONIA MAHDOLLISUUKSIA



Ei sis. Teollisen puolen kala-säilykkeitä eikä ruokapakaste-tuoteryhmän tuotteita (kalapuikot – ja pihvit)



- | | | |
|----------------------------------|---|--------------------------------|
| ■ Lohikalat | ■ Savu-loimu, paistettu ja hiillostetut | ■ Kylmäsavu- ja graavikalat |
| ■ Kalajalosteet | ■ Muut tuorekalat | ■ sillit silakat ja anjovikset |
| ■ pakasteäyriäiset ja nilviäiset | ■ Naturel kalapakasteet | ■ Muut |

MUU TUOREKALA, MYYNTI KESKON PT- KAUPAN KETJUISSA 2025, KG



Yli miljoona myytyä kiloa 2025 jakautuen seuraavasti:

- Muikku 29 %,
- Kuha 24 % (Suomi+Viro)
- Silakka 18 %
- Siika 13 % (kasvatettu+villi)
- Ahven 10 %
- Hauki 3 %
- Made 2%

→ ARVIO: Suomalaisen tuoreen luonnonkalan osuus koko kalakaupasta n. 5 % (kg),
kehitys +6 % vrt 2024

KOTIMAISTA LUONNONKALAA HYÖDYNTÄVIÄ TUOTTEITA K-KAUPPOISSA



Kalakaupan kasvun ajurit

- Kalan ravitsemuksellinen merkitys on tärkeä. Kala on hyvä proteiinin, monityydyttymättömien rasvojen ja D-vitamiinin lähde -> Ravitsemussuosituksissa kehoitetaan nauttimaan monipuolisesti kalaa kestäviä kalakantoja suosien, noin 300–450 g viikossa, josta vähintään 200 g on rasvaista kalaa
- Kuluttajat haluavat lisätä kalatuotteita ruokavalioonsa ja monipuolistaa käyttöä (Kesko ruokailmiöt, 2024)
- Kotimaisen kalan osalta halu tukea kotimaista tuotantoa, 75% asiakkaista sanoo ostavansa suomalaisia tuotteita suosiakseen kotimaista tuotantoa (K-barometri syyskuu 2025)

kasvun esteet

- Eläkeläiset ja aikuistaloudet suurimmat asiakasryhmät
- ”nuoremmat” kuluttajat eivät osaa/halua käsitellä kalaa, kuluttajat haluavat helppoutta
- Kala-tuotteiden löydettävyyys kaupoissa, etenkin helpot ja nopeat ratkaisut voisivat toimia hyvin substituuttina lihalle, mutta kaikki eivät ”käy” kalaosastolla
- hinta kalliimpi kuin punaisella lihalla/kanalla/vegellä
- saatavuushaasteet
- hintatason voimakas vaihtelu
- Innovaatioiden vähyys, jää kategoriana vähällä huomiolla

VALTAKUNNALLINEN JA ALUEELLINEN KALATEKEMINEN

- Kesko tekee tiivistä yhteistyötä useimpien kalatalojen ja -tukkureiden kanssa -> tarjotaan tuotteita kauppoille perusvalikoimaan, tuotteistetaan valtakunnalliset ja alueelliset kampanjat
 - ammattikalastajat tärkeä osa kokonaisuutta – tiedonkulku tärkeässä roolissa – kun saadaan viestiä toimijoiden kautta tulevasta, pystytään varautumaan ja hyödyntämään saaliita paremmin ja oikea-aikaisesti myös kampanjatekemisessä
- Alueellisissa kampanjoissa pystytään huomioimaan alueellisia tarpeita nostamalla esiin alueella myynnillisesti korostuvia tuotteita

PAIKALLISEN YHTEISTYÖN MAHDOLLISUUS



- Ammattikalastaja-status yhteistyön edellytyksenä
- Kauppaan ja kauppakohtaiseen liikeideaan tutustuminen – yhteistyön mahdollisuuksien kartoitus, keskustelu kauppiaan kanssa
- Ensiluokkainen kala ja elintarvikelainsäädännön vaatimusten täyttäminen
- tuoreus = paikallisen kalastajan ja asiakkaan etu!
- Sitoutuminen yhteistyöhön, toimitusvarmuus
- Sopimus kirjallisena
- Muuttuvat säädökset, esim. YKP-jäljitettävyys tulossa, kun hanke etenee, pystyttävä toimimaan vaatimusten mukaisesti
- Avoin keskustelu ja viestintä tärkeää, yhteinen ennakointi ja suunnitelmallisuus tekemisessä
- Tuotetietouden antaminen kaupan käyttöön, kalastaja on saaliinsa paras asiantuntija
- Yhteinen markkinointi, paikallisuuden esilletuonti! Kalastajan tarinan hyödyntäminen

YHTEENVETO



YHDESSÄ ETEENPÄIN



- Kotimaiselle (sisävesi)kalalle on kysyntää – se on vastuullinen, kotimainen vaihtoehto
- Kalan kulutuksen kasvua ajavat juuri nyt monet tekijät, mutta myös haasteita on ratkaistavaksi
- Kesko tarjoaa monipuolisimmat mahdollisuudet yhteistyölle - ketjutekeminen, alueellinen tekeminen ja paikallinen (kauppakohtainen) yhteistyö
- Tuotteiden jalostusasteen nostaminen - > uusien tuoteryhmien valloitus
- Kauppa, kalatalot ja ammattikalastajat ovat osa samaa ketjua – rohkaisu vuoropuheluun ja yhteistyön kehittämiseen!



JOKA PÄIVÄ KOHTI PAREMPAA KAUPPAA

