

Koillismaan elintarvikealan
KASVUOHJELMA



Sisällys

1. Johdanto	3
2. Arvot ja visio	4
3. Strategiakartta	5
4. Kasvun keskeiset tekijät ja tavoitteet	5
4.1 Tuotannon lisääminen	7
4.2 Lisäarvon tuottaminen: tuotteistus, jatkojalostus ja uusien tuotteiden kehittäminen	8
4.3 Tuotteiden saatavuus helpoksi, logistiikka	10
4.4 Jatkuva parantaminen	12
5. Toimenpidesuosituks et	13
6. Koillismaan elintarvikealan näkymät	15
Tausta-aineistot	15
Strategiakaavio	16



1. Johdanto

Elintarvikealalla on ruokatuotannon ja huoltovarmuuden lisäksi kyse maaseudun elinvoimaisuudesta, yrittäjyydestä, työllisyydestä, ihmisten hyvinvoinnista, ravitsemuksesta, ruokakulttuurista, elämyksistä ja makunautinnoista. Kotimainen kysyntä on elintarvikealan kivijalka, mutta ruoan kysyntä maailmalla kasvaa ja Suomen elintarviketeollisuudella on hyvät mahdollisuudet viennin kehittämiseen.

Koillismaalla elintarvikeala on viime vuosina lähtenyt kehittämään monipuolisesti eteenpäin mm. matkailun luoman kysynnän kasvun kautta. Liiketoiminnan kasvu vaatii yrityksiltä jatkuvaa kilpailukyvyyn kehittämistä, ketterää reagointia toimintaympäristössä tapahtuviin muutoksiin, asiakaslähtöistä tarjontaa ja erikoistumista sekä toimialan sisäistä ja ulkoista yhteistyötä. Talouden orastava elpyminen tukee kuluttajien ostovoiman kehitystä ja sitä kautta tuotteiden kysyntää. Digitaalisuus muokkaa ruokaketjua ja ruoan jakelukanavia. Yksilökeskeisyyden vahvistuminen ja muut demograafiset muutokset sekä megatrendit meillä ja maailmalla tarjoavat uusia menestymismahdollisuuksia. Elintarvikkeiden kilpailukyky rakentuu ruokaketjun osaamiselle ja kyvylle tuottaa asiakaslähtöisiä innovaatioita ja korkeamman jalostusarvon tuotteita – yhteistyössä.

Elintarvikealan yritysten toimintaympäristöä tulee lähivuosina kehittää monipuolisesti, sillä alan hyvien kehitysnäkymien ansiosta yrityksillä on aito mahdollisuus kasvattaa liiketoimintaansa. Kasvu edellyttää kuitenkin mm. sopivia yritystoimitiloja, osaamista esim. jatkojalostukseen ja markkinointiin, raaka-aineiden saatavuutta edistäviä toimenpiteitä sekä toimivia yhteistyöverkostoja niin yritysten kuin yritysten ja koulutus- ja kehittämisorganisaatioiden välillä. Kasvun mahdollistamiseksi tarvitaan suunnitelmallisuutta ja määrätietoi-

suutta. Koillismaan elintarvikealan kasvuohjelma koostaa toimialalle yhdessä määritetyt kehittämistarpeet ja -tavoitteet katto-ohjelmaksi, jota alueen kunnat ja kehittämissyhtiö yhdessä yritysten kanssa toteuttavat tulevana vuosina kasvun mahdollistamiseksi.

Koillismaan elintarvikealan kasvuohjelma laadittiin vuoden 2016 aikana ja sen tekemiseen myönnettiin Pohjois-Pohjanmaan liitolta maakunnan kehittämisrahoitusta. Ohjelman sisältöä työstettiin yhteistyössä Kuusamon ja Taivalkosken elintarvikealan yritysten kanssa. Yrittäjiä (17 kpl) haastateltiin puhelimitse tai henkilökohtaisesti ja heille järjestettiin sähköinen kysely (12 vastausta) ja työpajapäivä (20 osallistujaa). Yrittäjiltä kysyttiin koulutus-, työvoima- ja toimitilarpeita, kehittämiskohteita ja kehittymisen esteitä sekä kasvun mahdollisuuksia. Lisäksi kontaktoitiin oppilaitoksia ja työvoimahallinnon edustajia, joiden kanssa kartoitettiin yrittäjien tarpeisiin soveltuvia koulutusvaihtoehtoja ja uusia mahdollisuuksia osaamisen kehittämiseksi. Kunnista kartoitettiin elintarvikkeiden jatkojalostustiloja sekä muuta toimitilatarjontaa. Työn toteuttajina olivat Naturpolis Oy:stä projektisuunnittelija Toini Kumpulainen, ulkopuolisena asiantuntijana Heikki Ojaniemi Solved Oy:stä sekä ohjelman koostajana Naturpolis Oy:n ohjelmapäällikkö Kirsi Kuosku. Ohjelman yhteydessä laadittiin Koillismaan maitotalouden kehitystä tarkasteleva analyysi, jonka tekijänä oli Naturpolis Oy:stä projektipäällikkö Hannu Virranniemi. Lisäksi ohjelman laadinnassa on huomioitu ja hyödynnetty käynnissä olevien kehittämishankkeiden, erityisesti villiruokaan keskittyvän Elintarvikkeista ja luonnosta elinvoimaa Koillismaalle –hankkeen projektipäällikön Elisa Kangasahon asiantuntemusta, sekä alueellisia ja kansallisia lähiruoka- ja elintarvikealan ohjelmia, selvityksiä ja tutkimuksia.

2. Arvot ja visio

Arvot, jotka Koillismaan elintarvikealan yrittäjät kokevat tärkeiksi, toimivat kehittämisen lähtökohtana. Arvot ovat toiminnan perusta ja ne näkyvät alkutuotannosta lopputuotteisiin sekä palveluissa ja niiden markkinoin-

nissa. Arvot tulee voida aistia koillismaalaisista tuotteista, jotka kertovat tarinaa luonnosta, aitoudesta ja omaleimaisuudesta sekä vahvasta yrittäjyydestä.

VISIO 2021

Koillismaa on villin ruuan koti - elintarvikkeet ovat tunnettuja aidosta ja omaleimaisesta luonteestaan. Pohjoisen puhtaat, turvalliset ja laadukkaat ruokatuotteet ovat haluttuja kotimaassa ja kasvattavat suosiotaan myös ulkomailla.

Koillismaa on Suomen merkittävin ruokamatkailukohde ja tunnettu myös kansainvälisesti.



- Puhtaus ja turvallisuus** Koillismaalaiset raaka-aineet ja tuotteet tulevat puhtaasta luonnosta ja kasvavat puhtaassa ilmastossa. On turvallista nauttia koillismaalaista ruokaa.
- Aitous** Aitous tulee esille kaikessa tekemisessä. Aitous on paitsi arvo, myös tavoite. Yhteistyö, tarinat, raaka-aineet, lopputuotteet, ihmiset. Aidot kokemukset, jotka tuottavat positiivisia elämyksiä asiakkaille.
- Omaleimaisuus** Koillismaalaisia tuotteita yhteisen brändin alla. Tuotteet saavat ja niiden pitää erottua toisistaan, mutta kaikkien menestyksen mahdollistaa yhteinen brändi, jolla tunnettua rakennetaan. Ei riitä, että ollaan omaleimaisia paikallisesti. Omaleimaisuutta rakennetaan kansainvälisesti.
- Vahva yrittäjyys** Koillismaalla menestyvät vain vahvat yrittäjät. Paikallista yrittäjyyttä ja yhteistyötä tuodaan aktiivisesti esiin tarinoiden, nykypäivän ja historian kautta, millä voidaan tukea tuotteistusta ja markkinointia sekä rakentaa positiivisia mielikuvia.

3. Strategiakartta

Elintarvikealan kasvuohjelman strategiakarttaan (kuva 1) on koottu keskeiset elementit, jotka kertovat tavoitteista, teemoista, arvoista ja trendeistä, joita alan kehittä-

miseen tulevaisuudessa liittyy. Se toimii kehittämisen viitekehyksenä ja ohjaa toimenpiteiden suuntaamista.



Kuva 1. Koillismaan elintarvikealan kasvuohjelman strategiakartta

4. Kasvun keskeiset tekijät ja tavoitteet

Koillismaan elintarvikealan kasvustrategian perustaksi on valittu 1) tuotannon lisääminen, 2) lisäarvon tuottaminen: tuotteistus, jatkojalostus ja uusien tuotteiden kehittäminen, 3) tuotteiden saatavuuden ja logistiikan sekä 4) toiminnan ja tuotteiden jatkuva parantaminen erityisesti yritysten välisen yhteistyön avulla.

Haettaessa kasvua Koillismaan elintarvikealalle on seurattava Suomessa ja maailmalla muuttuvia trendejä, tunnettava oman alueen lähtökohdat ja kasvun mahdollisuudet sekä panostettava kysyntälähtöisesti tuotteisiin, niiden jatkuvaan kehittämiseen ja elintarvikealan yritysten toimintaympäristön parantamiseen. Koillismaalla on erinomaiset edellytykset kasvaa ja

kehittyä elintarvikealalla hyödyntäen sekä olemassa olevia tuotteita että panostamalla uusiin tuotteisiin. Tavoitteena on kasvavat markkinat ja välineenä on halu tehdä ja menestyä. Kasvuun tarvitaan yhteistyötä, toimivaa tuotanto- ja logistiikkaketjua aina alkutuotannosta kansainvälisille markkinoille asti, laadukkaita, omaleimaisia ja alkuperäisiä, kansainväliset trendit huomioivia asiakaslähtöisiä korkean jalostusarvon tuotteita, joiden arvoa ylellisyystuotteina puoltavat tuotteiden alkuperän arvostus, laadukas tuotteistus ja alueen puhdas luonto, joka on kaiken tekemisen lähtökohdana. Pohjoisen lähi- ja villiruokaa tulee tuotteistaa myös vientimarkkinoille, vaikka paikallisten ostajien tuki on avainasemassa.



Kuva 2. Koillismaan elintarvikealan kasvustrategian osatekijät. Kaplan & Nortonin strategiakartan pohjalta mukaeltuna.

Laajempina, Koillismaan ulkopuolisina asioina, jotka vaikuttavat eniten alueen elintarvikealan kehitykseen, ovat Koillismaan elintarvikealan yritysten mukaan luonnon puhtauden arvostus, kiinnostus ruuan alkuperästä, ihmisten hyvinvoinnin arvostus sekä matkailun kasvu. Koillismaan elintarvikealaa halutaan tehdä tunnetuksi ensisijaisesti puhtauden ja turvallisuuden kautta sekä villin ruuan kotina. Aitous, omaleimaisuus ja vahva yrittäjyys luovat niiden kanssa arvopohjan toiminnalle.

Elintarvikealan yrittäjyyttä tukevista toimenpiteistä tärkeimpien listalla ovat markkinoinnin ja myynnin kehittäminen sekä tuotanto- ja käsittelytilojen toimivuuden ja saatavuuden parantaminen, sillä toimivat tilat ovat luonnollisesti edellytys yritystoiminnan kehittymiselle. Logistiikan kehittämällä ja yritysysteistyön lisäämisellä puolestaan parannettaisiin tuotteiden tasais-ta saatavuutta ja riittävyttä sekä uusien markkina-alueiden tavoittamista. Osaamista halutaan kehittää ensisijaisesti markkinoinnissa, tuotteistuksessa sekä jatkojalostuksessa. Osaamista tulee lisätä myös raa-

ka-aineiden käsittelyssä, viljelyosaamisessa, elintarvikehygieniassa, luonnontuotteiden talteenotossa ja jalostamisessa, pakkausmerkinnöissä ja pakkausten visuaalisesti houkuttelevan ulkonäön suunnittelussa sekä vientikaupassa.

Tärkeimmät kohderyhmät, joihin elintarvikealan kasvudotukset kohdistuvat, ovat matkailijat, minkä jälkeen tulevat kaupat ja kaupapakettajat Suomessa sekä suomalaiset ravintolat, elintarvikealan tukkuliikkeet ja Koillismaan ravintolat. Kuusamon kaupungin strategiaan on kirjattu tavoitteeksi, että 60% elintarvikehankinnoista on lähiruokaa vuoteen 2020 mennessä. Mikäli tavoite halutaan toteuttaa, se vaatii päätöksentekoa ja nykykäytäntöjen muuttamista kuntahankinnoissa. Paikallisten hankintojen lisääntyminen loisi toteutessaan tulevaisuudenuskkoa, työtä ja toimeentuloa sekä niiden myötä kasvumahdollisuuksia paikallisille elintarviketuottajille. Paikallisilla ostoilla on mahdollista luoda yritystoiminnalle juuret, jotka puolestaan kasvattavat siivet, eli mahdollisuudet kasvaa ja kehittyä.



4.1 Tuotannon lisääminen

Raaka-aineiden helppo, tasainen ja luotettava saanti on edellytyksenä paikallisten elintarvikkeiden kysynnän ja käytön kasvulle, joten kaikki siihen tähtäävät toimenpiteet ovat tärkeitä kehityskohteita lähitulevaisuudessa. Tällä hetkellä kysyntää on enemmän kuin tarjontaa ja erityisesti kaupat ja ravintolat haluaisivat hyödyntää enemmän paikallisia raaka-aineita, jos niitä olisi saatavilla. Elintarvikealan liiketoiminnan kasvatamiseksi on siksi tärkeää lisätä raaka-ainetuotantoa (keräily, kasvatuus/viljely) erityisesti niissä tuoteryhmissä, joille on eniten paikallista kysyntää jalostajien, kauppojen, matkailu- tai julkisen sektorin taholta. Vuoden 2017 alusta voimaan tulevan hankintalain mukaan hankintoja suositellaan kilpailutettavaksi pienempinä ja pk-yrityksille sopivampina osina ja ympäristö- ja sosiaalisia näkökohtia voidaan huomioida aiempaa tehokkaammin. Laki mahdollistaa myös joustoja tarjousten arviointiin sekä neuvottelujen laajamittaisempaan käymiseen tarjouskilpailuissa. Tämä vaikuttaa jatkossa myös elintarvikealan julkisten hankintojen kilpailutukseen ja tuo siten mahdollisuuksia alueen pienyrittäjille. Hankintaosaamista tulee lisätä ja nykykäytäntöjä tarkastella niin hankintayksiköissä kuin pk-yrityksissäkin, jotta uudistuksen mahdollistama hyöty saadaan alueelle.

Tuoteryhmiä tarkasteltaessa suurin kasvupotentiaali niin tuotantomäärissä mitattuna kuin liikevaihdon kautta nähdään kalalla, marjoilla, yrteillä ja sienillä sekä maitotaloustuotteilla, kalan ollessa selkeästi odotusarvon kärjessä. Kalan osalta kasvumahdollisuuksia on erityisesti vähempiarvoisen ja vajaasti hyödynnetyn luonnonkalan pyynnissä ja jalostuksessa sekä kalanviljelyn lisäämisessä, jota kuitenkin tällä hetkellä rajoit-

taa nykyinen lupapolitiikka. Tuotantomäärien nosto edellyttää kalan osalta käsittelylaitteiden ja muun konekapasiteetin lisäämistä ja jalostusasteen nosto puolestaan lisäpanostuksia nykyisen jalostustoiminnan kehittämiseen. Yrttien ja marjojen tasaisen saatavuuden lisäämiseksi puolestaan tulee jatkossa huomioida erityisesti kerääjien ja tuottajien toiminnan organisoinnin kehittäminen sekä myös raaka-aineiden puoliviljely ja viljely, sillä keruutuotteiden osalta kerääjiä ei ole tällä hetkellä riittävästi edes marjoille. Vihannes- ja juuresviljelystä puolestaan puuttuu viljelyosaamista, sillä niiden viljely on alueelta loppunut lähes kokonaan. Edistämällä tuottajien ja ostajien välistä sopimuksellisuutta voitaisiin tuottajia rohkaista tuotannon lisäämiseen tai aloittamiseen; esimerkiksi kaupallinen yrttilviljely on toistaiseksi alueella vasta alkuvaiheessa, vaikka tuotelle olisi ympärivuotista kysyntää.

TOIMENPIDESUOSITUKSET

- Säännöllisesti järjestettävät keruutuotekoulutukset
- Sopimuksellisuuden ja yhteistyön edistäminen myyjien ja ostajien välillä viljely- ja keruutuotteiden osalta (lajit, määrät, laatu, käsittely, hinnat)
- Keruutuotteiden poimijoiden järjestäytyminen ja toiminnan kehittäminen yhteistyössä ostajien ja jalostajien kanssa
- Hankintaosaamisen lisääminen ja nykykäytäntöjen uudistaminen julkisissa hankintayksiköissä ja alueen elintarvikeyrityksissä

4.2 Lisäarvon tuottaminen: tuotteistus, jatkojalostus ja uusien tuotteiden kehittäminen

Koillismaan nykyisistä elintarviketuotannon raaka-aineista nähdään olevan hyvät mahdollisuudet jalostaa nykyistä enemmän korkeamman jalostusasteen tuotteita ja kasvattaa siten liiketoiminnan kannattavuutta. Korkeaa lisäarvoa haettaessa tulee varmistua siitä, että kasvavasta laadusta saadaan myös perustasoa parempi hinta. Kiinnostusta tuotekehitykseen, jatkojalostukseen ja uusien tuotteiden suunnitteluun alueen yrityksistä löytyy. Ideoitakin on, mutta uudenlaisten tuotteiden toteuttaminen, lanseeraus ja kokeilu esimerkiksi pienimuotoisesti raaka-aineista pakkauksiin, markkinointiviestintään ja kokeiluun vaatisi erikoisosaamista ja koetuotantoympäristöä, jollaista yksittäisten yrittäjien on vaikea yksin toteuttaa. Riittävän kokoinen ja muunneltavissa oleva elintarviketuotannon tila mahdollistaisi monen tyyppisten elintarvikealan yrittäjien erilaisten koesarjojen tekemisen. Tilan tulisi mahdollistaa paitsi raaka-aineen käsittely ja tuotteen tekeminen, myös mm pakkausvaihtoehtojen toteuttaminen ja kokeilu. Tietoa muualla maassa toteutetuista elintarvikehuoneistojen toimintamalleista on saatavilla ja hyödynnettävissä. Koillismaalaisen toimintamallin kehittämiseksi tulee paitsi ratkaista tilakysymykset myös vahvistaa alueellisia ja alueiden välisiä yhteistyöverkostoja.

Tärkein keino, jolla ruokatuotteille saataisiin korkeampi arvostus ja sitä kautta korkeampi hinta, olisi tuotteiden profilointi ylellisyys-/ luksustuotteiksi. Tähän päästään, kun panostetaan tuotteiden laatuun ja asiakaslähtöiseen tuotekehitykseen, tuodaan markkinointiviestinnässä paremmin esiin strategiassa valittuja arvoja, korostetaan tuotteiden raaka-aineiden alkuperää sekä lisätään yrittäjien välistä yhteistyötä. Ei siis riitä, että tuotteet ovat hyviä, niistä on myös osattava viestiä kuluttajaa puhuttelevalla tavalla. Uusimman elintarviketoimialaraportin mukaan lisäarvotuotteiden ja muiden elintarvikkeiden vienti tarjoaa alalle kasvumahdollisuuksia. Valtaosa Suomen elintarvikkeiden ja juomien ulkomaankaupasta käydään naapurimaiden kanssa, mutta mahdollisuuksia on kaukaisemminkin markkinoilla, sillä ruoan kysyntä maailmalla kasvaa.

Koillismaalla tulee jatkossa entistä paremmin ja suunnitelmallisesti hyödyntää saatavilla olevaa elintarvikesektorin kehitystä tukevaa tutkimustietoa, yhteistyömah-

dollisuuksia, työkaluja ja ohjeistusta sekä tarjolla olevat kansallisten verkostojen tukimahdollisuudet. Food from Finland -vientiohjelma tukee elintarvikeketjun toimijoiden ja elintarvikkeiden vientiä. Samoin arktisen ruuantuotannon ja elintarvikeviennin tueksi on Arktisuudesta elintarvikeviennin kärki –hanke, Eviralta saa tietoa puhtaiden tuotanto-olosuhteiden merkityksestä ruuantuotannossa myös vientimarkkinoille viestittäväksi sekä tietoa viennin viranomaisvaatimuksista ja Luke on tutkinut arktisen ruoantuotannon lisäarvotekijöitä. Koillismaalla on jo hyvät yhteydet oppilaitoksiin, korkeakouluihin ja tutkimuslaitoksiin mm. Oulussa, Kajaanissa ja Rovaniemellä ja näitä yhteistyösektoreita tulee edelleen vahvistaa, samoin kuin hakea aktiivisesti uusia kumppanuuksia.

Koillismaa on merkittävä matkailualue, mikä antaa elintarvike- ja matkailualan yrityksille mahdollisuuden yhteistyössä kehittää tuloksellisesti ruokamatkailua ja ruokamatkailun kärkituotteita. Suomen ruokamatkailustrategian esiin nostamat tuotekehitystä tukevat toimenpiteet ovatkin suoraan hyödynnettävissä Koillismaan elintarvikealan kehittämisessä: tavoitteena on, että matkailualueilla on kärkituotteita, jotka heijastavat alueen raaka-aineita, historiaa, perinteitä, tarinoita ja elämäntapaa. Samalla pyritään vahvistamaan kansainvälisesti kiinnostaviin ruokailmiöihin tarttumista ja tapahtumien kehittämistä sekä ruokamatkailutuotteiden näkyvyyttä yhdistettynä Visit Finlandin hyvinvointi-, kulttuuri- ja luontomatkailun tuoteteemoihin. Koillismaalla ruokamatkailun eteen tehty työ on jo saanut valtakunnallista tunnustusta, joten tätä työtä on syytä jatkaa ja vahvistaa. Villiruualle haettu Wild Food -tuotemerkki on tae ruuan paikallisesta alkuperästä ja puhtaista Koillismaan raaka-aineista. Wild Food sisältöineen kiinnostaa maailmalla. Samalla se on haaste, jota pitää osata kehittää ja johon pitää osata vastata. Se on jo nyt ja tulee olemaan yksi tärkeimmistä Koillismaan alueen uusista elintarvikealan kehittämis- ja kasvualueista sekä vientituotteista. Kansainvälisille markkinoille suunnattaessa yhteistyöverkostojen merkitys kuitenkin korostuu: ulkomailla arktisuutta ja pohjoismaista ruokaa arvostetaan, jolloin on luontevaa verkostoitua esimerkiksi Pohjois-Kalotin ruokamatkailutoimijoiden kanssa.

TOIMENPIDESUOSITUKSET

- Elintarviketuotantotilojen (varastot, kylmiöt, pakastetilat, tuotekehitystilat) saatavuuden ja toimivuuden (kalankäsittelylaitteet) parantaminen
- Tuotteistuskoulutusta (työn ohessa suoritettavaa moduuli-/lyhytkoulutusta) käynnistämään korkeamman jalostusasteen tuotteiden kehittämistä ja markkinointia
- Villiruokabrändin laaja ja laadukas hyödyntäminen
- Arktisuuden, puhtauden, turvallisuuden, aitouden ja omaleimaisuuden korostaminen alueen tuotteissa. Tuotteiden kiinnostava ja houkutteleva esilletuonti (pakkaukset, jotka ilmentävät valittuja arvoja ja on suunniteltu houkutteleviksi valituille asiakaskohderyhmille)
- Tiedottamisen ja markkinoinnin kehittäminen ruuan alkuperästä kerrottaessa, väittämien perustelut faktatietojen pohjalta ja arktisuuden korostaminen erityisesti matkailijoiden ollessa kohderyhmänä sekä vientimarkkinoille suunnatuissa tuotteissa ja toimenpiteissä
- Markkinatuntemuksen kehittäminen, Food from Finland –kasvuohjelman, Arctic Food from Finland –konseptin ja muun kansallisen yhteistyön hyödyntäminen erityisesti kansainvälisen vientiliiketoiminnan kehittämisessä
- Ruokamatkailun osalta Visit Finland –yhteistyö ja ruokamatkailustrategian toimenpidesuosittelusten alueellinen toimeenpano
- Tutkimus- ja tuotekehitysyhteistyö oppilaitosten, korkeakoulujen ja tutkimuslaitosten kanssa alueellisesti ja alueiden välillä
- Kansainvälisessä ruokamatkailumarkkinoinnissa verkostoituminen Pohjoismaiden/ Pohjois-Kalotin toimijoiden kanssa



4.3 Tuotteiden saatavuus helpoksi, logistiikka

Pohjois-Suomessa luonnonolosuhteet ja harva asutus aiheuttavat haasteita logistiikalle. Etäisyydet tiloilta ja keruualueilta taajamiin ovat pitkät, samoin jalostettujen tuotteiden kuljetusmatkat markkina-alueille, mikä lisää kuljetuskustannuksia. Kuljetukset toimivat hyvin vain pohjois-etelä –suunnassa ja tavarantoimitusten varmistamiseksi sekä kustannusten pienentämiseksi tarvittaisiin lisää yrittäjien ja alueiden välistä yhteistyötä. Esimerkiksi lähiruuan logistiikkaketjujen kehittäminen Pohjois-Suomen sisällä voisi lisätä eri alueiden yrittäjien mahdollisuuksia erikoistua ja kasvattaa liiketoimintaansa. Yhteistyötä alueellisesti ja yritysten välillä tarvittaisiin lisää myös siksi, että pystyttäisiin osallistumaan suurempien hankintayksiköiden, lähinnä kuntien, elintarvikehankintojen kilpailutuksiin.

Lyhyt ruokaketju nähdään tulevaisuudessa kuluttajien vaatimukseksi, mitä kautta myös tuottajien ja kuluttajien kohtaamiset lisääntyvät: arvoketju tunnetaan, tuotteen turvallisuuden ja laadun takeena ovat tuottajan kasvot ja asiakkaan antama suora palaute. Pitkistä etäisyyksistä johtuen myynti- ja markkinointikanavia on kehitettävä siten, että tuotteita on helppo ostaa. Paikalliseen myyntiin päätyy tuore- ja sesonkituotteita, jalosteet ja hyvin säilyvät tuotteet löytyvät verkkokaupastakin. Digitaalisten myyntikanavien käyttöönotto tulee ajankohtaiseksi jo lähitulevaisuudessa. Yksi kotimainen kohderyhmä, jolle koillismaalaisten tuotteiden markkinointia kannattaisi suunnata, ovat Koillismaalla kesämökin omistavat henkilöt. Heille alueen tuotetarjonta on tuttu ja mökkipaikkakunnan yrittäjien tuotteet todennäköisesti kiinnostavat heitä myös kotipaikkakunnalla, jos niitä on helposti ostettavissa.

Tuotteiden helppoon ostettavuuteen liittyy varsinkin luonnontuotteiden osalta tarve varastointitiloille (kylmiö- ja pakastetilat). Kasvien sato- ja keruukausi on lyhyt, mutta tuotteita pitäisi pystyä toimittamaan ostajille tasaisesti ympäri vuoden. Tarve elintarvikehuoneistolle

käsiteltiin jo tuotannon lisäämisen ja tuotteistuksen kehittämisen yhteydessä, mutta asia liittyy oleellisesti myös logistiikkaan. Yrittäjien välisen yhteistyön ja toiminnan organisoimisen kehittäminen on kuitenkin ensimmäinen ja tärkein askel, jotta tilakysymyksetkin saadaan sen kautta ratkaistua.

Paikallisten tuotteiden myyntiä voisi edistää lisäämällä niiden näkyvyyttä alueen elintarvikeliikkeissä. Wild food –merkki on monissa paikoin jo näkyvissä hyllyn reunoilla, mutta parhaiten tuotteet löytyisivät esimerkiksi omalta erilliseltä tiskiltään. Jotta kaupat kiinnostuisivat asiasta, se edellyttäisi ainakin tuotetarjonnan laajentamista, tuotteiden tasaista laatua ja saatavuutta sekä houkuttelevia ja myyviä pakkauksia.

TOIMENPIDESUOSITUKSET

- Pohjois-Suomen kattavan lähiruuan logistiikkaketjun mahdollisuuksien selvittäminen (esim. Oulu-Pudasjärvi-Taivalkoski-Kuusamo-Kemijärvi-Sodankylä-Kittilä) ja yhteistyön lisääminen muiden kuntien, maakunnan toimijoiden ja naapurimaakuntien kanssa logistiikan kehittämisessä
- Tuottajien välisen yhteistyön kehittäminen ja toiminnan organisoiminen myynnin helpottamiseksi
- Varasto- ja käsittelytilat luonnontuotteille: tasaisen toimitusketjujen varmistaminen
- Digitaalisen ostettavuuden (nettikaupan)/ hankintaketjujen kehittäminen
- Koillismaalaisten lähiruokatuotteiden markkinoinnin kohdennus kesämökkiläisten kotipaikkakunnille



4.4 Jatkuva parantaminen

Jatkuvalla parantamisella tarkoitetaan tahtotilaa kehittyä ja kehittää toimintaa. Erityisesti se tarkoittaa sitä, että alueen elintarvikealan toimijat ovat jatkuvasti hereillä siitä, mitä maailmalla tapahtuu, haastelevat trendejä ja ovat valmiita tarttumaan uusiin mahdollisuuksiin, kehittämään itseään, toimintaansa ja tuotteitaan. On tunnistettava, millaisilla tuotteilla olisi kysyntää tai miten tuotteet pitäisi tuoda esiin, jotta ne olisivat houkuttelevampia. Seurataan trendejä, muutoksia matkailijoiden käyttäytymisessä ja odotuksissa, ruokakulttuurien ja tapojen muutoksia, muoti-ilmiöitä jne. Tässä elintarvikealan toimijoiden tulee tehdä yhteistyötä matkailutoimijoiden kanssa, koska matkailu ja ruokatrendit kulkevat usein käsi kädessä.

Jatkuvaa parantamista ei voida saavuttaa vain järjestämällä jokin koulutus. Koulutuksella voidaan kuitenkin tukea tämän tavoitteen saavuttamista esimerkiksi markkinatuntemusta kehittämällä, sosiaalisen median ja muiden sähköisten kanavien hyödyntämisen osaamista lisäämällä sekä varmistamalla osaavan työvoiman saatavuus. Kiinnostusta koulutukseen elintarvikealan toimijoilla on erityisesti markkinointiin, jatkojalostamiseen, tuotteistamiseen sekä kalan ja lihan käsittelyyn liittyen. Tarvetta on myös luonnontuotteiden talteenoton ja jalostamisen kehittämiseksi, elintarvikehygieniosaamiselle, pakkausten ja pakkausmerkintöjen parantamiselle sekä viljelyosaamisen kehittämiseksi. Ajan puutteen vuoksi kiinnostusta pitkiin tutkintotavoitteisiin koulutuksiin ei ole, eli koulutuksia tulisi pystyä järjestämään lyhyinä työn ohessa järjestettävänä täydennys- tai moduulikoulutuksina. Kuusamossa ja Taivalkoskella tällaisia ei tällä hetkellä ole mahdollista suorittaa, vaan koulutusta varten pitäisi kulkea Oulussa, jossa voisi suorittaa elintarvikealan perus- tai ammattitutkinnon eri osia. Tilaukoulutuksen tai lyhyiden teemakohtaisten koulutuspakettien järjestäminen Koillismaalla olisi siten elintarvikealalle lähes ainoa vaihtoehto osaamisen kehittämiseksi.

Jatkuva parantaminen tarvitsee toteutuakseen uudenlaista strategisen tason yhteistyötä alan toimijoiden kesken. Matkailualalla tällaisena toimijoita kokoavana ja toimintaa linjaavana tahona toimivat matkailuyhdistykset ja Kuusamossa myös erillinen matkailun strateginen johtoryhmä. Vastaaventyyppinen säännöllisesti kokoontuva yhteistyöelin tarvittaisiin myös elintarvikepuolelle, jotta alan tavoitteiden saavuttamiseksi tarvittavista toimenpiteistä (ja elintarvikealan kasvuohjelman toteuttamisesta) voitaisiin sopia yhteisesti. Samoin trendien seuraaminen ja uusiin mahdollisuuksiin tarttuminen edellyttävät yhteistä suunnittelua ja toteutuksen seuranta. On päätettävä yhdessä, mitä asioita halutaan seurata, mihin niistä reagoidaan ja millä tavalla. Koulutuksia, investointeja ja muita elintarvikealan tarvitsemia kehittämistoimenpiteitä on myös helpompaa viedä eteenpäin, kun alan keskeisistä toimijoista koostuva yhteistyöelin tuo tarpeet esiin ja esittää tarvittavia toimenpiteitä. Villiruoka –brändillä on jo oma johtoryhmä, ja kun sille nykyisen kehittämishankkeen jälkeiselle ajalle suunnitellaan isäntäorganisaatiota ja toimintamallia, olisi luontevaa, että samassa yhteydessä toiminta laajennetaan käsittämään koko Koillismaan elintarvikealan kehitystä ohjaavaksi ja koordinoivaksi ryhmäksi. Ryhmässä tulee olla edustettuna ainakin elintarvikealan tuottajat ja jalostajat, kaupan ala, matkailutoimijat sekä kehittämissyhtiö siten, että edustusta on sekä Kuusamosta että Taivalkoskelta. Isäntäorganisaatio kartoitetaan vuoden 2017 aikana.

TOIMENPIDESUOSITUKSET

- Elintarviketoimialaryhmän perustaminen Koillismaalle
- Elintarvikealan moduuli- ja lyhytkoulutusten, info- ja teemapäivien järjestäminen Koillismaalla

5. Toimenpidesuosituksset

Kehittämiskohteet / Toimenpiteet

Tuotannon lisääminen

- Säännöllisesti järjestettävät keruutuotekoulutukset
- Sopimuksellisuuden ja yhteistyön edistäminen myyjien ja ostajien välillä viljely- ja keruutuotteiden osalta (lajit, määrät, laatu, käsittely, hinnat)
- Keruutuotteiden poimijoiden järjestäytyminen ja toiminnan kehittäminen yhteistyössä ostajien ja jalostajien kanssa
- Hankintaosaamisen lisääminen ja nykykäytäntöjen uudistaminen julkisissa hankintayksiköissä ja alueen elintarvikeyrityksissä

Lisäarvon tuottaminen: tuotteistus, jatkojalostus ja uusien tuotteiden kehittäminen

- Elintarviketuotantotilojen (varastot, kylmiöt, pakastetilat, tuotekehitystilat) saatavuuden ja toimivuuden (kalankäsittelylaitteet) parantaminen
- Tuotteistuskoulutusta (työn ohessa suoritettavaa moduuli-/lyhytkoulutusta) käynnistämään korkeamman jalostusasteen tuotteiden kehittämistä ja markkinointia
- Villiruokabrändin laaja ja laadukas hyödyntäminen
- Arktisuuden, puhtauden, turvallisuuden, aitouden ja omaleimaisuuden korostaminen alueen tuotteissa. Tuotteiden kiinnostava ja houkutteleva esilletuonti (pakkaukset, jotka ilmentävät valittuja arvoja ja on suunniteltu houkutteleviksi valituille asiakaskohderyhmille)
- Tiedottamisen ja markkinoinnin kehittäminen ruuan alkuperästä kerrottaessa, väittämien perustelut faktatietojen pohjalta ja arktisuuden korostaminen erityisesti matkailijoiden ollessa kohderyhmänä sekä vientimarkkinoille suunnatuissa tuotteissa ja toimenpiteissä
- Markkinatuntemuksen kehittäminen, Food from Finland –kasvuohjelman, Arctic Food from Finland –konseptin ja muiden kansallisten yhteistyömahdollisuuksien hyödyntäminen erityisesti kansainvälisen vientiliiketoiminnan kehittämisessä
- Ruokamatkailun osalta Visit Finland –yhteistyö ja ruokamatkailustrategian toimenpidesuosituksien alueellinen toimeenpano
- Tutkimus- ja tuotekehitysyhteistyö oppilaitosten, korkeakoulujen ja tutkimuslaitosten kanssa alueellisesti ja alueiden välillä
- Kansainvälisessä ruokamatkailumarkkinoinnissa verkostoituminen Pohjoismaiden/ Pohjois-Kalotin toimijoiden kanssa

Tuotteiden saatavuus helpoksi (logistiikka)

- Pohjois-Suomen kattavan lähiruuan logistiikkaketjun mahdollisuuksien selvittäminen (esim. Oulu-Pudasjärvi-Taivalkoski-Kuusamo-Kemijärvi-Sodankylä-Kittilä) ja yhteistyön lisääminen muiden kuntien, maakunnan toimijoiden ja naapurimaakuntien kanssa logistiikan kehittämisessä
- Tuottajien välisen yhteistyön kehittäminen ja toiminnan organisoiminen myynnin helpottamiseksi
- Varasto- ja käsittelytilat luonnontuotteille: tasaisten toimitusketjujen varmistaminen
- Digitaalisen ostettavuuden (nettikaupan)/ hankintaketjujen kehittäminen
- Koillismaalaisten lähiruokatuotteiden markkinoinnin kohdennus kesämökkiläisten kotipaikkakunnille

Jatkuva parantaminen

- Elintarviketoimialaryhmän perustaminen Koillismaalle
- Elintarvikealan moduuli- ja lyhytkoulutusten, info- ja teemapäivien järjestäminen Koillismaalla



6. Koillismaan elintarvikealan näkymät

Elintarvikealan menestyminen tukee aluetaloutta sekä välittömästi että välillisesti. Maatilojen, ammattikalastajien ja elintarvikkeita valmistavien yritysten menestyminen luo liiketoiminnan kasvumahdollisuuksia myös elintarviketuotantoa palveleville teollisuudenaloille, kaupan alalle ja matkailuelinkeinolle. Vaikka alan liikevaihdon suuruusluokka ei ole verrattavissa moneen

muuhun merkittävään Koillismaan toimialaan, ovat alkutuotanto ja elintarvikeala palveluvaltaisia toimialoja ja siten merkittäviä työllistäjiä alueella (taulukko 1). Kannattavan alkutuotannon turvaamisen tulee siten olla elintarvikealan kehittämisen lähtökohtana jatkossakin.

Taulukko 1. Koillismaan elintarviketoimialan toimipaikat, henkilöstö ja liikevaihtotiedot vuonna 2014

		Toimipaikkoja	Henkilöstö	Liikevaihto (1.000 eur)
Kuusamo	Kasvinviljely ja kotieläintalous, riistatalous ja niihin liittyvät palvelut	128	144	
	Kalastus ja vesiviljely	23	18	2366
	Elintarvikkeiden valmistus	11	112	26160
	Juomien valmistus	0	0	0
Taivalkoski	Kasvinviljely ja kotieläintalous, riistatalous ja niihin liittyvät palvelut	47	62	
	Kalastus ja vesiviljely	6	10	2019
	Elintarvikkeiden valmistus	1	.	.
	Juomien valmistus	0	0	0
YHTEENSÄ		216	346	30545

Lähde: Tilastokeskus, Toimialoitainen yritystietopalvelu

Pohjoisissa oloissa kasvien satotasot jäävät pieniksi ja tuotantokustannukset ovat EU:n keskitasoa korkeammat. Luonnontuotteissa kuitenkin pohjoinen sijainti tarkoittaa samalla yöttömän yön aikaisen kasvukauden mukanaan tuomia hyödynnettävissä olevia korkealle arvostettuja ominaisuuksia, kuten esimerkiksi aromikasta makua ja korkeita flavonoidipitoisuuksia. Koillismaan luonnossa ja arktisessa ilmastossa kasvaaneet tuotteet ovat puhtaita, turvallisia ja laadukkaita, mikä viesti halutaan jatkossa saada entistä vahvemmin viestittyä asiakkaille ja muutettua lisäarvoksi elintarviketuotteisiin.

Koillismaalla matkailulla on suuri merkitys elintarvikealan kehitysnäkymiin. Aluetta ollaan järjestelmällisesti kehittämässä yhä tärkeämmäksi luonto-, hyvinvointi- ja ruokamatkailukohteeksi sekä kotimaisille että

kansainvälisille matkailijoille. Koillismaalla on nyt ja tulevaisuudessa loistavat mahdollisuudet hyödyntää Villiruoka-brändiä, luonnosta saatavia monipuolisia raaka-aineita sellaisenaan tai tuotteistettuna uusiksi tuotteiksi niin kotimaassa kuin kansainvälisille markkinoille. Lähtökohdat alan kehittymiselle ovat hyvät: Lähiruoka, paikallisuus ja suomalaisuus ovat tutkitusti tärkeä osa matkailijan ruokakokemusta, kotimaisen kalan arvostus on kasvussa, alueella on oma meijeri, marjat, yrtit ja sienet kasvavat luomusertifioituissa metsissä ja paikallisille elintarviketuotteille riittää kysyntää. Villiruussa on kaikki menestymisen mahdollisuudet, jos se osataan tuotteistaa oikein. Elintarvikealan yrittäjillä on halua ja tulevaisuudenuskoa, joten alan kehitys ja kasvu on paitsi mahdollista myös väistämätöntä.



Tausta-aineistot

Arktinen ruoantuotanto –Taustaselvitys ja kiteytysmatriisi, Luonnonvara- ja biotalouden tutkimus 47/2015, Luonnonvarakeskus

Elintarviketeollisuus, toimialaraportti 7/2016, Työ- ja elinkeinoministeriö

Hungry for Finland, Suomen ensimmäinen ruokamatkailustrategia 2015-2020, Haaga-Helia ammattikorkeakoulu Oy

Koillismaan elintarvikealan kasvuohjelma –hankkeen aikana tuotetut taustatiedot

Luonnontuotteet monipuolistuvissa arvoverkoissa – Luonnontuotealan toimintaohjelma 2020, Helsingin yliopisto Ruralia-instituutti, raportteja 145

Paikallisen ruuan tulevaisuuskuvat. Tulevaisuuden tutkimuskeskus, Tutu e-julkaisuja 1/2016, Turun yliopisto

Pohjois-Pohjanmaan elintarvikealan selvitys, Pohjois-Pohjanmaan liitto B:85

Ruoka 2030: Suomi-ruokaa meille ja maailmalle. Valtioneuvoston selonteko ruokapolitiikan linjauksista vuoteen 2030.

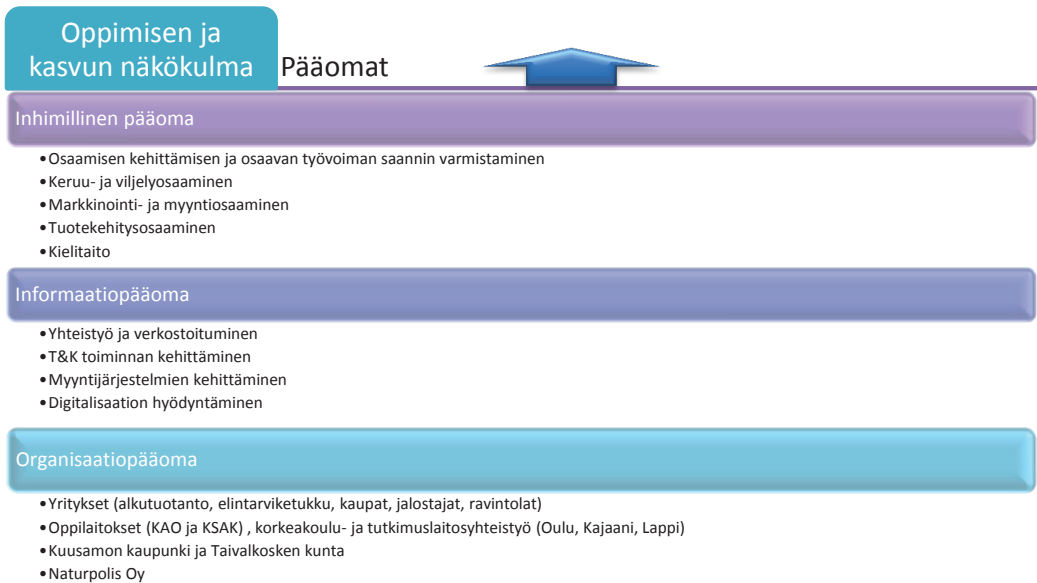
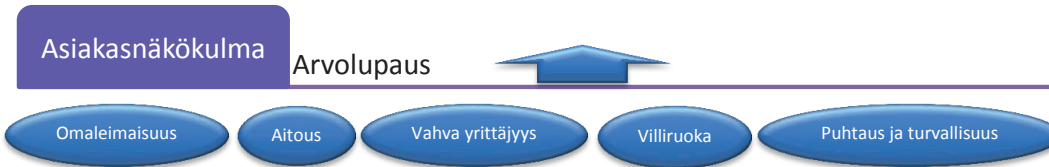
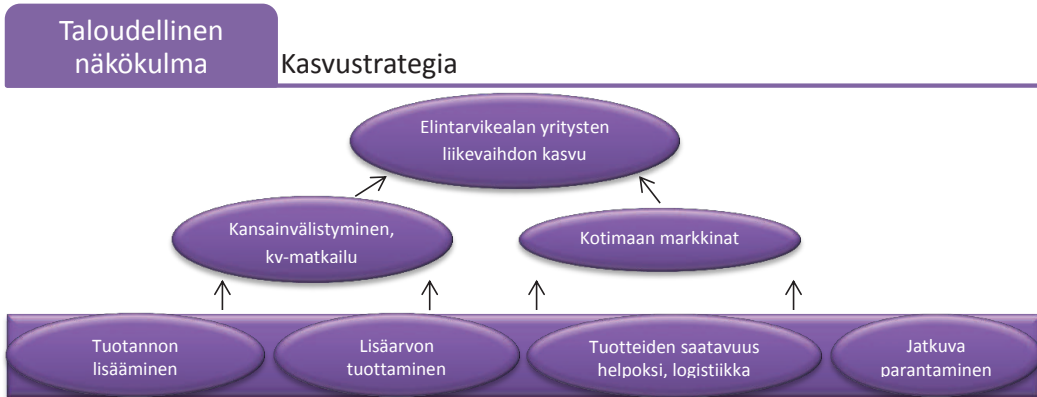
Ruokaelämyksien tarjonnan eteen kannattaa tehdä töitä, Terhi Hook, Finpro Oy Visit Finland, Aitoja makuja 3/2016

Villiruoan kaupallistamismahdollisuudet. Elintarvike ja Terveys –lehti 1:2016, 30. vsk.

WFTA:n (World Food Travel Association) Food Travel Monitor 2016 –tutkimus, Finland Custom Questions



Koillismaan elintarvikealan kasvuohjelman strategiakaavio



naturpolis

NORDIC BUSINESS CENTER

POHJOIS-POHJANMAA
Council of Oulu Region