Koillismaan elintarvikealan strateginen kehittämisohjelma 2026-2030

Toteutus ja asiantuntijatyö:

idea nature INNVOLVE

Tiiviissä yhteistyössä:

Koillismaan alueen yrittäjät, Naturpolis ja kaupungin ja kunnan sidosryhmät

Sisällysluettelo

1. Johdon avauspuheenvuoro: Toiveista kaupalliseen johtamiseen

2. Toimintaympäristön tilannekuva ja strategian todelliset muutosvoimat

2.1. Matkailun kasvu ja elintarvikealan kytkös aluetalouteen

2.2. Yrittäjien ja sidosryhmien ääni: Keskeiset nostot haastatteluista ja työpajoista

2.3. Kytkös strategioihin (Kuusamo ja Taivalkoski)

2.4. Alkutuotannon ekologiset reunaehdot ja strateginen potentiaali

3. Koillismaan ruoka-alan kausaalikartta: Miksi eurot karkaavat?

3.1. Arvoketjun katkos: Jalostuksen tyhjiö ennen markkinaa

3.2. "Vantaan kautta" -ilmiö ja kallis yksityislogistiikka

3.3. Investointiloukku, luottamuspula ja koordinaation puute

4. Kysyntälähtöinen tuoteportfolio ja strategiset valinnat

4.1. Kaksikärkinen malli: Arjen parhaat -tuotteet ja kansainvälinen premium

4.2. Rukan vetovoiman laajentaminen ja hiljaisuuden kaupallistaminen

4.3. Wild Food 2.0 – merkistä operatiiviseksi myynti- ja jakeluverkostoksi

4.4. Sopimusohjattu perusta ja kahden kerroksen ansaintamalli

4.5. Osaamisen turvaaminen: Käytännönläheinen mestari-kisälli -malli

4.6. Alkutuotannon liitännäiselinkeinot ja sivuvirtojen ketjureaktio

5. Fyysiset mahdollistajat ja rahoituskelpoisuus

5.1. Investointiloukun murtaminen (CapEx -> OpEx)

5.2. Ratkaisu kolmella tasolla: hubit, bussit ja älykkäät shop-in-shop-ratkaisut

5.3. Sivuvirtojen ketjureaktion vaikutukset muuhun aluetalouteen

6. Strategian työkalut ja toimeenpanon tiekartta

6.1. Toimeenpanon vaiheistus (Vuodet 1–5)

7. Juhlistettavat välimaalit ja motivaation johtaminen

8. Seuranta ja mittarit (KPI) sekä kansalliset vertailuluvut

LIITTEET

1. Johdon avauspuheenvuoro: Toiveista kaupalliseen johtamiseen

Koillismaan elintarvikeala on risteyskohdassa. Matkailu kasvaa, kansainvälinen ostovoima on alueella ja puhtaan ruoan kysyntä on ennätyskorkealla. Silti olemme tilanteessa, jossa alueen ravintolat maksavat paikallisista raaka-aineista tukkuhintoja etelään, pientuottajien katteet sulavat kalliiseen yksityislogistiikkaan, ja volyymiostajat eivät saa tarvitsemaansa tavaraa vähittäiskauppoihin tai laitoskeittiöihin sopivissa erissä.

Aiemmissa selvityksissä ja raporteissa toistuvat samat, tutut teemat: yhteistyön lisääminen, brändin kehitys ja logistiikan parantaminen.

Koillismaalla on aidosti potentiaalia muuttaa matkailijavirrat omien yrittäjiensä kassavirraksi ja lisätä alueellista huoltovarmuutta mahdollisissa tulevaisuuden häiriötilanteissa. Toteutus edellyttää strategisia valintoja ja sitoutumista niihin.

1.1. Vetovastuun siirtäminen odotuksista kaupalliseen johtamiseen

Ekosysteemin suurin yksittäinen tulppa on johtajuuden puute. Kaikki odottavat jonkun muun koordinoivan toimintaa.

Strateginen valinta: Alueen kehityksen tueksi on suositeltavaa nimetä ja resursoida kaupallinen vetäjä *(priimusmoottori)*, jonka ainoa mittari on saada alkutuottajien, jalostajien ja ostajien ketjut yhdistettyä B2B-myyntikanavaksi. Yrittäjien tehtävä on keskittyä liiketoimintaan ja laatuun – rakenteiden kaupallinen johtaminen on ammattilaistettava.

1.2. Kaupungin rooli kiinteistökehittäjänä ja investointiloukun murtajana

Kuusamon autioituva keskusta-alue on uhka elinvoimaiselle ruokakulttuurille. Pienyrittäjien ohuet katteet ja raaka-ainelogistiikan korkeat kulut estävät nykyisellään kasvun.

Strateginen valinta: Pienyrittäjän on päästävä aktiivisesti kehittämään ja pakkaamaan tuotteita kohtuullistetulla riskitasolla. Kaupungin suositellaan ottavan vahvan mahdollistajan ja fasilitoijan roolin *(kuten asiantuntija-arviot vahvasti suosittavat)*. Kaupungin hallinnoimia keskustan tyhjiä tiloja ja keskeisiä logistiikkareittejä voitaisiin hyödyntää luomalla eritasoisia mikrohubeja aina Wild Food Lab -testikeittiöistä valmistaviin elintarvikehuoneistoihin saakka. Tämä purkaa yrittäjän investointiloukun: vähäistä pääomaa ei tarvitse enää sitoa omiin tiloihin tai laitteisiin.

1.3. Ei kaikkea kaikille: volyymi ja premium erikseen

Artesaanihintaista poroa ei voi myydä kunnan laitoskeittiöön, eikä arjen evästä luksushinnalla matkailijalle.

***Strateginen valinta**:* Tuotanto on perusteltua segmentoida selkeästi kahteen linjaan:
A) Arjen volyymituotteet *(sopimusvalmistuksella ketjuille ja kauppojen älykaappeihin)* ja
B) Kansainvälinen premium *(tarinallistetut huippuelämykset matkailijoille)*.

Samalla voidaan rakentaa Koillismaan oma satokausikalenteriohjaus, joka synkronoi paikallisen tarjonnan, kysynnän ja saatavuuden vuosittain toistuvaan rytmiin.

1.4. Wild Food –brändistä kaupallinen koneisto?

Wild Food -brändi on alueella yrittäjien keskuudessa arvostettu ja tunnettu. Se on pitkäjänteisesti koonnut yhteen elintarvike- ja matkailualan toimijoita ja synnyttänyt yhteisöllisyyttä. On kuitenkin syytä pohtia, voisiko Wild Food olla tulevaisuudessa myös operatiivinen työkalu.

Strateginen valinta: Wild Food -brändillä on valmiudet muuttua operatiiviseksi laatu- ja hankintaverkostoksi. Jatkossa Wild Food -leima ei ole vain todiste arktisesta alkuperästä ja paikallisuudesta, vaan yritykselle merkittävä väylä koko alueen yhteiseen, kannattavaan B2B-myyntikanavaan ja logistiikkaketjuun.

Neljä rakenteellista valintaa toimivat puitteina palvelumuotoilukonseptille, logistiikkamalleilleja kaupalliselle putkelle, joilla Koillismaan ruokatalouden tavoitteet lunastetaan.

2. Toimintaympäristön tilannekuva ja strategian todelliset muutosvoimat

Jotta Koillismaan ruokajärjestelmää voidaan kehittää, on uskallettava katsoa alueen nykytilaa suoraan silmiin. Matkailu kasvaa voimakkaasti, mutta samalla paikallinen elintarviketuotanto junnaa paikallaan. Nuoret muuttavat pois ja kalateollisuus on kokenut raskaita iskuja. Perunan ja juuresten viljelyä ei käytännössä enää ole, ja metsät ovat täynnä marjoja, jotka jäävät keräämättä rikkinäisen keruujärjestelmän vuoksi. Poroelinkeinon yllä roikkuu kasvava petovahinkojen uhka sekä ilmastonmuutoksen varjo. Vaikka Wild Food -brändityö on ollut erinomainen alku, sen rinnalle tarvitaan toiminnallisuutta, jotta elintarviketuotannon suunta muuttuisi.

Strategian ydin on positiivisen kierteen synnyttäminen tunnistamalla olemassa olevat reunaehdot ja hyödyntämällä alueen todellisen ostovoiman.



2.1. Matkailun kasvu ja elintarvikealan kytkös aluetalouteen

Matkailu on Koillismaan elinvoiman veturi. Vuonna 2024 Kuusamon matkailutulo oli 149 miljonaa euroa, vastaten lähes viidennestä alueen kaikkien toimialojen liikevaihdosta.

Ostovoima on massiivinen, mutta osa katteista valuu ulos.

Koillismaan yhteisen elintarvikemarkkinan *(Kuusamo ja Taivalkoski)* ennustetaan kasvavan nykyisestä 102 miljoonasta eurosta lähes 138 miljoonaan euroon *(+35 %)* vuoteen 2030 mennessä. Koska väestökehitys *(viite: MDI ennusteen 3 skenaariota: laskeva, sinnittelevä, kasvava)* sinnittelee nykytasollaan, 35 miljoonan euron lisäkasvu on paljolti riippuvainen matkailun ja vapaa-ajan asukkaiden ostovoiman kotiuttamisesta. Jos paikallinen tuotanto ei pysty vastaamaan tähän volyymiin toimitusvarmasti, eurot ohjautuvat tukuille ja ketjuille.

Matkailu tuo alueelle ympärivuotista ostovoimaa, jossa Ruka-Kuusamo toimii volyymin ja kansainvälisten asiakkaiden veturina, kun taas Taivalkoski täydentää tarjontaa hiljaisuuden, reittien ja alkutuotannon vahvalla pohjalla. **Haasteena ei ole kysynnän puute, vaan paikallisen tarjonnan, jalostuksen ja logistiikan katkos.**

Esimerkiksi Koillismaan ravintoloissa paikallisten raaka-aineiden osuus on tällä hetkellä vain 5–15 %. Tavoitteena on nostaa tämä luku 15–25 %:iin yhteislogistiikan ja käyttövalmiiksi jalostettujen tuotteiden *(kuten esikypsennettyjen juuresten ja valmiiksi fileoidun kalan)* avulla.

2.2. Yrittäjien ja sidosryhmien ääni: "Vetovastuu puuttuu ja arvoketju katkeaa

Koillismaan elintarvikestrategia perustuu yli 20 syvähaastatteluun ja useisiin työpajoihin, joihin osallistui alueen alkutuottajia, jalostajia, kaupan edustajia, kuntapäättäjiä ja matkailutoimijoita. Kentän ääni oli poikkeuksellisen suora ja rehellinen. Kasvua eivät estä markkinat, vaan puutteelliset rakenteet:

1. **Tarve koordinaatiolle:** Kaikki odottavat jonkun muun koordinoivan. Tarvitaan selkeä kaupallinen vetäjä *(priimusmoottori)*.

2. **Arvoketju katkeaa ennen markkinaa:** Raaka-ainetta on, mutta se ei kohtaa ostajaa helposti käytettävässä muodossa.

3. **Investointiloukku ja logistiikka syövät katteen:** Pienet tuotantoerät ja pitkät välimatkat tekevät lähiruoasta usein kannattamatonta. Yrityksillä on ideoita, mutta aika, pääoma ja tilat eivät riitä tuotekehitykseen ja kalliisiin laiteinvestointeihin.

2.3. Kytkös strategioihin (Kuusamo ja Taivalkoski)

Tämä kehittämisohjelma on operatiivinen työkalu strategisten tavoitteiden saavuttamiseksi. Se toteuttaa Kuusamon strategian "Kestävä ja kasvava" tavoitteita muuttamalla matkailun ostovoiman suoraan paikalliseksi liikevaihdoksi. Samalla se vastaa Taivalkosken "Elinvoima ja luonnonvoima" -strategiaan vahvistamalla paikallisten luonnonvarojen *(kala, riista, marjat)* viisasta hyödyntämistä ja nostamalla alkutuotannon jalostusarvoa yli kuntarajojen.

2.4. Alkutuotannon ekologiset reunaehdot ja strateginen potentiaali

Koillismaan alkutuotanto elää tiukan sääntelyn, säävaihteluiden ja ääri-ilmiöiden lisääntymisen ja investointipaineiden puristuksessa. Yrityksillä on halua ja tarvetta tuotekehitykseen ja katerakenteen parantamiseen, mutta resurssit eivät yksinkertaisesti riitä kuin oleellisimpaan toimintaan. Koska alueella ei ole ollut mahdollisuutta tiettyihin julkisiin investointitukiin *(kuten maaseuturahaston yritystuki)* vuoden 2014 jälkeen, uusien toimitilojen ja laitteistojen rakentaminen lepää pitkälti yksityisen pääoman ja vakuuksien varassa.

Jokainen sektori kärsii yhteisistä rakenteellisista pullonkauloista: jalostustilojen puutteesta, kalliista logistiikasta ja raaka-aineen karkaamisesta alueen ulkopuolelle. Tulevaisuudessa kilpailuetu ei voi perustua pelkkään volyymiin, vaan arvon nostoon paikan päällä.

- **Porotalous:** Alueellisen kantokyvyn rajoihin on vielä matkaa, mutta kasvavat petovahingot heikentävät poronlihan saatavuutta tulevinakin vuosina. Tulevaisuus ei ole teurasmäärien kasvussa, vaan lihan ja sivuvirtojen *(kuten veren ja eri ruhonosien)* käsittelyssä ja jalostamisessa paikan päällä. Kilpailu tapahtuu arktisella premiumilla, ei volyymilla.

- **Kalatalous:** Luonnonkalan potentiaali hiipuu pitkiin etäisyyksiin ja käsittelytilojen puutteeseen. Tarvitaan uusi "Kuusamon kalan" kaltainen yhteisoperaattori, joka kokoaa, perkaa, massaa *(erityisesti särkikalat)* ja jalostaa kalatuotteet hubissa. Kasvatettu kala tuo kaivattua toimitusvarmuutta sesonkien ulkopuolella.

- **Riistatalous:** Riistalihan *(hirvi, karhu)* merkitys on pieni. Se jää tällä hetkellä pitkälti metsästäjien omaan käyttöön. Riistalihan kaupalliseen hyödyntämiseen liittyy merkittäviä lainsäädännöllisiä ja rakenteellisia esteitä, kuten tiukat hygienia- ja jäljitettävyysvaatimukset, eläinlääkärin tarkastukset hyväksytyissä laitoksissa *(sekä karhun osalta trikiinitestaus ja CITES-todistukset)* sekä maanomistus- ja metsästysvuokrasopimusten ehdot. Tulevaisuudessa potentiaali lepää lähinnä tarkasti rajatussa, pienen volyymin arvokkaassa paikallismyynnissä, mikäli luvitetut käsittelytilat saadaan järjestettyä.

- **Luonnontuotteet (marjat, sienet, yrtit):** Suurin arvonlisä jää usein syntymättä paikallisesti. Arvo ei synny siitä, että luonnontuotteita pakastetaan tukkuihin, vaan siitä, että kuivaus, pakastekuivaus, uuttaminen, pakkaaminen ja jalostus tehdään paikallisesti omissa mikrohubeissa.

- **Arktinen avomaan- ja kasvihuoneviljely (kasvikset; vihannekset, juurekset, hedelmät):** Maatilojen olemassa olevat säilytystilat jäävät hyödyntämättä, koska yhteisiä varastointi- ja esikäsittelyratkaisuja ei ole. Multainen peruna ei sellaisenaan kelpaa ravintolakeittiöön. Kun juurekset pestään, kuoritaan ja esikypsennetään yhteisillä kokeilualustoilla, niiden kilohinta voi jopa kolminkertaistua.

- **Maitotilat:** Rehukustannukset ja korot puristavat maidontuotannon kannattavuutta. Ratkaisu löytyy arvonlisästä: osa maidosta voidaan ohjata volyymimarkkinoiden sijaan korkean katteen erikoistuotteiksi, kuten artesaanijäätelöiksi, juustoiksi ja ternimaitotuotteiksi.

3. Koillismaan ruoka-alan kausaalikartta: Miksi eurot karkaavat?

Koillismaan elintarvikealan nykytilaa leimaa kasvava epäsuhta kysynnän ja paikallisen tarjonnan välillä. Matkailun, vapaa-ajan asumisen ja paikallisen vähittäiskaupan ostovoima kasvaa, mutta paikallinen arvoketju ei kykene muuttamaan tätä kysyntää riittävästi alueelle jääväksi liikevaihdoksi.

Kyse ei ole kysynnän puutteesta, vaan arvoketjun katkeamisesta. Ilman yhteistä muutosta kymmenet miljoonat eurot valuvat Koillismaan ulkopuolelle. Kausaalikartta paljastaa **kolme kriittistä murtuma-kohtaa**, joissa arvo vuotaa ulos alueelta:

3.1. Arvoketjun katkos: Jalostuksen tyhjiö ennen markkinaa

Alueen vahvuus on puhtaissa raaka-aineissa *(kala, poro, riista, marjat)*, mutta niiden jalostusaste jää matalaksi. Kun keruuverkostot ovat epävirallisia ja yhteisiä tuotanto- sekä käsittelytiloja ei ole, arvokkaita raaka-aineita myydään alueen ulkopuolelle matalan jalostusasteen tuotteina. Suurin kate syntyy aina siellä, missä tuote jalostetaan *(esim. pestään, kuoritaan, pakataan, uutetaan tai pakastekuivataan)* valmiiksi ravintoloiden ja kuluttajien tarpeisiin. Koillismaan kilpailukyky ei ratkea alkutuotannon määrää lisäämällä, vaan jalostusastetta nostamalla.

3.2. "Vantaan kautta" -ilmiö ja kallis yksityislogistiikka

Koillismaan pitkät etäisyydet tekevät logistiikasta alan suurimman yksittäisen pullonkaulan. Koska alueelta puuttuu yhteinen yhdistely-, varastointi- ja jakelumalli, yksittäiset tuottajat ajavat puolityhjiä kuormia, mikä syö katteet.

Pahimmillaan koemme "Vantaan kautta" -ilmiön: paikalliset elintarvikkeet saattavat kiertää valtakunnallisten keskusliikkeiden terminaalien kautta Etelä-Suomesta takaisin Koillismaalle. Tämä pidentää toimitusaikoja, kasvattaa hiilijalanjälkeä ja heikentää tuoreutta. Pienten toimijoiden on lisäksi vaikea päästä osaksi ravintoloiden tai ketjujen volyymiostosopimuksia ilman keskitettyä myyntiä ja taattua toimitusvarmuutta.

3.3. Investointiloukku, luottamusvaje ja koordinaation puute

Elintarvikealan kasvupotentiaali edellyttää investointeja tuotanto- ja kylmätiloihin. Pienyrittäjien oma pääoma on niukkaa ja riskinsietokyky rajallinen. Moni potentiaalinen tuote jää syntymättä, koska yksittäinen yrittäjä ei pysty investoimaan kalliisiin omiin laitteisiin, eikä pankit ole halukkaita rahoittamaan yksin puurtavaa pientuottajaa ilman reaalivakuuksia.

- Taloudellista estettä pahentaa inhimilliset tekijät. Alalla tunnistetaan yhteistyön tarve, mutta käytännössä yhteistyötä haastavat toimijoiden siiloutuminen, keskinäinen kilpailuasetelma ja hanketyön jatkuvuusvaje. Yhteistyö on enemmän satunnaista kuin vakiintunut toimintamalli. Verkostot koetaan hyödyllisiksi, mutta ilman pysyvää,ammattimaista kaupallista koordinaatiota *(priimusmoottori)* ja yhteistä infrastruktuuria *(hubit*), vastuu häviää ja vanhat siilot pysyvät.

- Koillismaa tarvitsee koneiston, joka korvaa luottamusvajeen ja yksintekemisen jaetulla riskillä ja koordinoidulla B2B-myynnillä.

4. Kysyntälähtöinen tuoteportfolio ja strategiset valinnat

Koillismaan yrityskenttä on monimuotoinen: alueella toimii yksin toimivia alkutuottajia, keskisuuria jalostajia ja Kuusamon Juuston kaltaisia valtakunnallisia veturiyrityksiä. Siksi on suositeltavaa irrottautua "kaikkea kaikille" -ajattelumallista. Yksi yhteinen tuote tai pakkauskoko ei voi palvella yhtä aikaa kansainvälistä luksusmatkailijaa, kunnan laitoskeittiötä ja paikallista ketjumarkettia.

Koillismaan elintarvikealan seuraava kasvuloikka edellyttää tuotannon selkeää segmentointia ja kahden rinnakkaisen, toisiaan tukevan putken rakennusta.



Kuva. Esimerkki Satokausikalenterista

4.1. Kaksikärkinen malli: Arjen parhaat -tuotteet ja kansainvälinen premium

Ruokatalous voidaan jakaa hintapisteen ja toimitusvarmuuden perusteella kahteen kategoriaan.

Kärki 1: Wild Food paras arki (volyymimarkkina)

Tämä putki palvelee alueen asukkaita, mökkiläisiä, horeca-kanavia ja päivittäistavarakauppoja. Näille ostajille pelkkä paikallisuus ei riitä – ratkaisevaa on toimitusvarmuus, standardoidut pakkauskoot ja oikea hintapiste. Laitoskeittiö tarvitsee peratun kalan suurpakkauksissa, ravintolat esikypsennetyt juurekset, ja marketit kuluttajille suunnatut valmisateriat.

- **Ketjut alustoina:** Kansalliset ketjut (*S-ryhmä, K-ryhmä, Lidl, huoltoasemat)* ovat merkittävin jakelukanava. Ketjuihin ja julkisiin keittiöihin voidaan tuota Wild Food"-kauppapaikat *(shop-in-shop)* ja satokausikalenterin mukaiset sesonkikampanjat.

Kärki 2: Wild Food Premium (kansainvälinen elämys- ja matkailutalous)

Tässä putkessa ruoka ei ole ravintoa, vaan osa korkean katteen "superlomaa". Matkailijat ovat valmiita maksamaan moninkertaisen hinnan puhtaudesta, tarinasta ja vastuullisuudesta. Myymme poroa, villiyrttejä ja paikallista kalaa palvelumuotoiltuina elämyksinä – Kalasta, valmista ja nauti -paketteina tai ravintoloiden luksusmenuina. Tämän putken skaalautuvin osa on alueen ulkopuolelle myytävät premium-tuotteet *(kuten erikoisjuustot, pakastekuivatut marjajauheet ja retkiruoat),* joiden vientiä veturiyritykset avaavat.

4.2. Rukan vetovoiman laajentaminen ja hiljaisuuden kaupallistaminen

Ruka on Kuusamon kiistaton matkailuveturi ja kansainvälinen kysyntäkeskittymä. Koillismaan ruokakulttuuria ja -taloutta ei voi kuitenkaan kannata rakentaa pelkän rinnematkailun varaan, sillä tulevaisuudessa osa matkailijoista etsii vauhdikkaan ja tapahtumakeskeisen lomailuni täydellistä vastakohtaa.

Tässä Taivalkoski ja ympäröivät kylät nousevat strategiseen keskiöön. Ne tarjoavat hiljaisuuden, erämaan, puhtaat kalavedet ja aidon reittimatkailun, jotka muodostavat Wild Food -brändin sielun. Kun Ruka tuo kansainvälisen asiakasvirran ja Kuusamon keskusta myynnin infran, Taivalkoski ja kylät tuottavat tarinan, raaka-aineet ja rauhallisen premium-kokemuksen. Myymme markkinoille näiden kahden maailman ainutlaatuista yhdistelmää.

4.3. Wild Food 2.0: tunnuksesta operatiiviseksi myynti- ja jakeluverkostoksi

Kahden kärjen malli ja ketjuyhteistyö vaarantuvat, jos jokainen pienyrittäjä joutuu neuvottelemaan ja jakelemaan tuotteensa yksin. Vähittäiskaupparyhmä tai kansainvälinen matkanjärjestäjä ei osta kymmeneltä eri pientuottajalta, vaan yhdeltä luotettavalta koordinaattorilta.

Wild Food -brändi on vahva. Sillä on edellytykset muuttua yrityksiä yhdistävästä, alkuperästä viestivästä brändistä operatiiviseksi toimijaksi, **"Wild Food 2.0" kaupalliseksi koordinaatioverkostoksi**.

- toimii priimusmoottorin vetämänä B2B-tukkuna
- kokoaa pientuottajien erät yhteen, myy ja jakelee ne kauppapaikoille yhteisellä volyymilla
- vastaa alueen satokausikalenterin ylläpidosta ja logistiikan yhdistelystä
- jatkossa Wild Food -leima ei ole vain alkuperätodistus, vaan väylä Koillismaan yhteiseen, tuottoisaan myyntikanavaan.

4.4. Sopimusohjattu perusta ja kahden kerroksen ansaintamalli

Koillismaan alkutuotannon on tärkeää katsoa todellisuutta avoimesti ja realistisesti: peruselinkeino tarvitsee turvakseen ennakoitavuutta. Yksittäinen alkutuottaja ei voi kantaa yksin sään, markkinoiden ja logistiikan riskejä. Ratkaisu löytyy "kahden kerroksen ansaintamallista".

Kerros 1: Sopimusohjattu turva.

Tavoitteena on ohjata merkittävä osa paikallisen volyymin tuotannosta *(esim. perusjuurekset, volyymikala, laitoskeittiöiden tarpeet)* suoraan sitovien ennakkosopimusten kautta. Priimusmoottorin neuvottelema ennakkosopimus luo yrittäjälle turvan satokauden tuloksesta jo ennen kauden alkua ja pienentää ylituotannon tai "*ei-oon*" myymisen riskiä.

Kerros 2: Katteellinen innovointi.

Vasta kun peruskassavirta on turvattu sopimuksilla, yrittäjällä on henkisiä ja taloudellisia mahdollisuuksia jalostaa raaka-aineista korkeamman arvosisällön tuotteita. Kokeilualustojen *(Wild Food Labien)* kautta yrittäjät voivat matalalla riskillä pilotoida niitä premium-tuotteita, jotka tuovat elinkeinon varsinaisen voiton.

4.5. Osaamisen turvaaminen: Käytännönläheinen mestari-kisälli -malli luokkahuoneiden sijaan

Jotta jalostusarvon nosto olisi mahdollista, alueen on ratkaistava kriittinen osaajapula *(kalankäsittelijät, lihanleikkaajat, jalostusosaajat)*. Kuusamon ikääntyvä väestö *(yli 50-vuotiaiden osuus 52 %)* on suora uhka elinkeinon jatkuvuudelle.

Työvoimapulaa ei voida ratkaista yksinomaan perinteisillä, pitkäkestoisilla tutkintokoulutuksilla, vaan niiden rinnalla tarvitaan ketterää, työelämälähtöistä "mestari-kisälli" -mallia, joka täyttää perinteisten tutkintojen laatuvaatimukset. Koulutus voidaan viedä ulos luokkahuoneista suoraan aitoihin tuotantoympäristöihin *(alueen mikrohubeihin).* Oppiminen sidotaan konkreettiseen liiketoimintaan – esimerkiksi kalaa massataan ja pakataan myyntiin samalla kun ammatti opitaan. Tämä poistaa alanvaihtajien työllistymiskynnyksen ja tekee alasta jälleen elävän ja houkuttelevan nuorille.

4.6. Alkutuotannon liitännäiselinkeinot ja sivuvirtojen ketjureaktio

Maatilojen, kalastajien ja porotilojen toimeentulo perustuu usein monialaisuuteen *(matkailu, urakointi, suoramyynti).* Tähän asti nämä lisätulot ovat olleet sirpaleisia ja vaatineet yrittäjältä koko riskin kantamista.

Kun liitännäiselinkeinot kytketään Wild Food 2.0 -verkostoon, satunnaiset lisätulot voivat muuttua skaalautuvaksi B2B-liiketoiminnaksi:

- **Matkailu konseptoidaan:** Yksittäinen tilavierailu muutetaan priimusmoottorin kautta myytäväksi premium-elämykseksi, josta saa paremman katteen.
- **Kone- ja logistiikkaurakointi:** Tilan traktorit ja kylmäkalusto kytketään yhteislogistiikkaan *(esim. päivän kala -reittiin)*, jolloin olemassa oleva kalusto tuottaa laskutusta hiljaisina aikoina.
- **Sivuvirroista euroja:** Kestävyys on taloudellinen välttämättömyys. Teurastuksen sivuvirrat *(veri, sisäelimet)*, marjapuristeet ja kalasivuvirrat jalostetaan kokeilualustoilla esimerkiksi lemmikkieläintuotteiksi, luonnonkosmetiikaksi tai biokaasuksi.

Näiden uusien avausten osalta on kuitenkin tehtävä tarkat kannattavuuslaskelmat. Esimerkiksi biokaasun tuotannossa pitkät etäisyydet ja materiaalivirtojen kausivaihtelu ovat merkittäviä haasteita. Myös lemmikkieläintuotteissa kilpaillaan usein halvan massateollisuuden kanssa, jolloin Koillismaan ratkaisuiden on löydyttävä nimenomaan korkeamman katteen artesaanituotteista *(esim. erikoisherkut, öljyt, kosmetiikat, lahjat, jne).*

5. Fyysiset mahdollistajat ja rahoituskelpoisuus

Koillismaan elintarvikealan suurimmat pullonkaulat eivät ratkea pelkällä markkinoinnilla. Tarvitaan tiloja, kylmäketjua, yhteiskäyttöisiä laitteita ja selkeitä kaupallisia solmukohtia. Strategian tavoitteiden saavuttaminen edellyttää konkreettisia toimenpiteitä fyysisen infrastruktuurin rakentamiseksi ja yrittäjien investointiloukun murtamiseksi.

5.1. Investointiloukun murtaminen

Pienyrittäjien ohuet taseet jarruttavat tällä hetkellä kasvun syntymistä. Kun yksittäinen yrittäjä haluaa nostaa tuotteensa jalostusarvoa, hän joutuu ottamaan suuren henkilökohtaisen lainan rakentaakseen omat elintarviketilat. Pankit pitävät yksin puurtavaa pientuottajaa suurena riskinä.

Tätä riskiä voidaan purkaa yhteiskäyttöisellä infrastruktuurilla. Kaupungin suositellaan ottavan vahvan mahdollistajan ja fasilitoijan roolin *(Ramboll kauppapaikkaselvitys 2024).* Kun alueelle synnytetään tyhjiä tai uusia tiloja hyödyntäviä kokeilualustoja *(hubeja)* kestävillä markkinaehtoisilla malleilla, yrittäjän kiinteät investointikulut muuttuvat joustaviksi tilapäisiksi tai ajoittaiseksi palveluostoiksi ja käyttökuluiksi. Yrittäjä voi esimerkiksi vuokrata valmiin ammattikeittiön sekä osaavaa apua tuotekehitykseen tuntihinnalla huomattavasti matalammalla kynnyksellä ja riskillä. Tämän jaetun infran sekä priimusmoottorin neuvottelemien sopimusten myötä pientenkin yritysten pankki- ja rahoituskelpoisuus paranee merkittävästi.

5.2. Ratkaisu kolmella tasolla: hubit, bussit, älykkäät shop-in-shop-ratkaisut

Infrastruktuuri rakennetaan hajautetuksi, mutta koordinoiduksi verkostoksi kolmella tasolla:

1. **Koillismaan synerginen ruokahubiverkosto:** Ei rakenneta yhtä jättiläismäistä laitosta, vaan ketterä verkosto: Kuusamon keskustan muuntojoustavat artesaanihubit *(pienjalostus ja pop-up)*, VT5:n volyymi- ja logistiikkahubit *(kylmäketju ja yhdistely)*, Kuubion T&K-hubi *(koulutus ja teknologia)* sekä Taivalkosken ja kylien erämaahubit *(luonnontuotteet ja reitti-ruokailu).*

2. **Liikkuva jalostuskapasiteetti (jalostusalustat):** Viedään tilaratkaisut sinne missä raaka-aine ja tarve on. Modulaariset, hygieeniset käsittelybussit tai- kontit lyhentävät välimatkoja siirtymällä sesonkien mukaan poroerotuksiin, kalasatamiin tai marjojen keruupaikoille.

3. **Wild Food shop-in-shop -pisteet:** Kuluttajamyynnin saavutettavuus ratkaistaan ketjujen *(S- ja K-marketit, huoltoasemat)* myymälöiden yhteyteen sijoitettavilla Wild Food-älykaapeilla ja -shop-in-shop-pisteillä. Nämä yhdistävät oman suoramyynnin suoraan ketjujen olemassa oleviin asiakasvirtoihin.

*(Huom: Näiden fyysisten tilojen aluemääritykset, tekniset kriteerit, sopimusjuridiikka ja viranomaisvaatimukset on avattu tämän asiakirjan **Liitteessä 1**).*

5.3. Sivuvirtojen ketjureaktion vaikutukset muuhun aluetalouteen

Infrastruktuuriin panostaminen ei hyödytä vain elintarvikeyrittäjiä. Se synnyttää ketjureaktion, joka heijastuu Koillismaan talouteen.

- Kun yhteinen logistiikka ja kylmäketju saadaan kuntoon, se työllistää paikallisia kuljetusyrittäjiä.
- Kun elintarvikkeiden sivuvirrat *(marjapuristeet, kalaperkeet)* kootaan hubeissa yhteen paikkaan, syntyy mahdollisesti kriittinen massa uudenlaiselle kiertotalousliiketoiminalle *(esim. biokaasun tuottajille tai kosmetiikka-alan yrityksille).*
- Organisoitu ja yhteiseen infraan nojaava ekosysteemi alkaa houkutella alueelle aivan uudenlaista riskipääomaa ja kiinteistösijoittajia, joita hajanainen pientuotanto ei aiemmin kiinnostanut.

Sama infrastruktuuri toimii häiriötilanteissa kriittisenä Koillismaan ruokaresilienssin ja huoltovarmuuden turvaajana *(kylmäsäilytys, varastointi ja paikallinen jakelu poikkeusoloissa).*

6. Strategian työkalut ja toimeenpanon tiekartta

Tämä strategia on operatiivinen toimintasuunnitelma, joka keskittyy kaupalliseen ajatteluun ja ketterään kehittämiseen. Tässä esityksessä suositellaan, että Koillismaan ruokajärjestelmä siirtyisi viisivuotiskaudella *(2026–2030)* koordinoituun toimintamalliin kolmessa vaiheessa.

6.1. Toimeenpanon vaiheistus (vuodet 1–5)

Vaihe 1: Rakenteet ja koordinaatio (vuosi 1)

Tavoite: Käynnistää uusi toiminnallinen aikakausi ja pystyttää konkreettiset operatiiviset rakenteet.

- **Priimusmoottorin palkkaaminen:** Alueelle rekrytoidaan myynnin edistämiseen orientoitunut kaupallinen vetäjä. Hän antaa kasvon Wild Food 2.0 -verkostolle ja neuvottelee kaupalliset B2B-sopimukset verkoston puolesta.
- **Ensimmäinen mikrohubi:** Muutetaan kaupungin hallinnoimia tyhjiä liikekiinteistöjä mahdollisuuksien mukaan matalan kynnyksen kokeilu- ja tuotantohubeiksi. Samalla minimoidaan pienyrittäjien alkuinvestointiriskit.
- **”Päivän tuote” -logistiikka:** Käynnistetään aikataulutettu keräilyreitti, joka noutaa kalastajien ja kerääjien saaliit, taaten tuoreuden ja säästäen yrittäjien aikaa, vaivaa ja rahaa.
- **Mestari–kisälli -ohjelma:** Käynnistetään käytännönläheinen ja työelämälähtöinen kokeilu/koulutusmalli suoraan mikrohubeissa ja ”päivän tuote” -logistiikan yhteydessä.
- **Wild Food 2.0:** Brändin muutos operatiiviseksi laatu- ja hankintaverkostoksi käynnistetään priimusmoottorin johdolla.

Vaihe 2: Kysynnän ja asiakaspalautteen haltuunotto (vuodet 2–3)

Tavoite: Luoda saumattomat myyntiputket ja nostaa raaka-aineiden jalostusarvoa.

- **Shop-in-shop -pisteet:** Asennetaan älykkäät Wild Food -jakelupisteet keskeisiin marketteihin ja matkailun solmukohtiin, tarjoten yrittäjille suoran myyntiväylän kaupan asiakasvirroissa.
- **Volyymisopimusten lukitseminen:** Solmitaan kaupan ja suurkeittiöiden kanssa sitovat sopimusmallit arjen volyymituotteille, mikä mahdollistaa hallitun kapasiteetin noston.
- **Elämyspaketit ja "Erämaa-premium":** Konseptoidaan "Kalasta ja nauti" -tyyppiset ohjelmapalvelut matkailijoille. Lanseerataan Taivalkosken ja kylien "Hiljaisuuden luksus" Rukan kävijöille sekä uusille kohderyhmille.

Vaihe 3: Osaamisen varmistaminen ja skaalaus (vuodet 2–5)

Tavoite: Vakiinnuttaa toiminta, varmistaa työvoiman saanti ja laajentaa liiketoimintaa todistetun kysynnän pohjalta.

- **Mestari–kisälli -ohjelma:** Skaalataan työelämälähtöinen koulutusmalli suoraan mikrohubeissa. Koulutetaan uusia lihanleikkaajia ja jalostajia konkreettisen tuotannon lomassa.
- **Liikkuvan logistiikan skaalaus (jalostusbussi):** Investoidaan modulaariseen käsittelyyksikköön, joka kiertää sesongin mukaan poroerotuksissa ja kalasatamissa.
- **Kiertotalouden ketjureaktio:** Käynnistetään teollinen yhteistyö sivuvirtojen *(veri, hera, marjamäski)* jalostamiseksi korkean lisäarvon vientituotteiksi ja bioenergiaksi.

7. Juhlistettavat välimaalit ja motivaation johtaminen

Strategiat kaatuvat harvoin huonoihin ideoihin; ne kaatuvat inhimilliseen väsymykseen ja siihen, että tuloksia joudutaan odottamaan liian kauan. Olemme tunnistaneet alueen ilmapiirissä hankeväsymystä ja luottamuspulaa. Nämä energiasyöpöt voidaan selättää julkisilla, yhteisillä ja nopeilla onnistumisilla.

Onnistumisia tulee nostaa viestinnällisesti esiin sekä juhlistaa yhteisesti:

Alkutuottajalta suoraan kuluttajalle (kuukausi 6): Juhlistetaan ensimmäisen yhteislogistiikalla kerätyn ja hubissa jalostetun tuote-erän toimitusta kauppoihin. Logistinen pullonkaula on murrettu.

- **Shop-in-shop -avaus (vuosi 2):** Kauppiaat ja alkutuottajat leikkaavat yhdessä nauhan ensimmäisen Wild Food -jakelupisteen auetessa matkailun solmukohdassa.
- **Uuden luksuksen synty (vuosi 2):** Juhlitaan ensimmäisen kansainvälisesti myydyn "Erämaa-premium" -palvelupaketin toteutumista Rukan rinteiden ulkopuolella.
- **Mestarit ja kisällit (vuosi 3):** Ensimmäisten elintarvikealan ammattilaisten valmistuminen uuden, joustavan mikrohub-koulutusmallin kautta.

Motivaation johtamisen nyrkkisääntö: Kun yksittäinen yrittäjä onnistuu Wild Food -verkoston kautta, se ei ole pois naapurilta, vaan se on todiste koko mallin toimivuudesta. Luottamuspulaan auttaa, kun kaikki näkevät yhteisen infrastruktuurin tuottavan aitoa kassavirtaa.

8. Seuranta ja mittarit (KPI) sekä kansalliset vertailuluvut

Strategian onnistumisesta kertovat parhaiten alueelle jäävä raha ja yrittäjien kannattavuuden paraneminen, joita seurataan esimerkiksi seuraavilla puhtaasti kaupallisilla mittareilla:

Mittari 1: Paikallisen arvonlisän kotiuttamisaste (%)

- **Laskentatapa:** Paikallisten jalosteiden myyntivolyymi alueen B2B- ja B2C-kanavissa jaettuna alueen kokonaismarkkinalla *(137,5 M€)*.
- **Tavoite:** Jokainen 1 %:n nousu kotiuttamisasteessa tarkoittaa **1,37 miljoonaa euroa** suoraan Koillismaan yrittäjien taseisiin.

Mittari 2: Ennakkoon sidottu B2B-tilauskanta

- **Laskentatapa:** Priimusmoottorin solmimien sitovien ennakko-ostosopimusten arvo ennen satokauden alkua. Varmistaa peruskassavirran ja riskinhallinnan.
- **Benchmark (kansallinen vertailuluku):** Menestyvissä suoramyyntimalleissa yrittäjät pystyvät sitomaan tyypillisesti **30–50 %** *(jopa 60 %)* myynnistään ennakkoon ennen sesongin huipentumista.

Mittari 3: Raaka-aineen keskimääräinen jalostusarvon nousu (€/kg)

- **Laskentatapa:** Keskituotto raaka-ainekiloa kohden ennen kokeilualusta-hubeja vs. hubien kautta pakattuna/jalostettuna.
- **Benchmark (kansallinen vertailuluku):** Multaisen perunan tuottajahinta n. **0,20 €/kg** nousee esikypsennettynä HoReCa-sektorille **1,50–2,50 €/kg** tasolle *(arvon 5–10 kertaistuminen)*. Sama arvonnousu pätee massattuun särkikalaan.

LIITTEET

- **Liite 1:** Kasvun Koillismaan elintarvikealan infrastruktuuri- ja tilaselvitys 2026-2030
- **Liite 2:** Koillismaan elintarvikestrategia tiivistelmä
- **Liitteet 3–5:** Haastatellut, kausaalikartan selvitys, laskentaperusteet, kausaalikartan selvitys sekä laskentaperusteet

Koillismaan elintarvikealan infrastruktuuri- ja tilaselvitys 2026-2030

Toteutus ja asiantuntijatyö:

idea nature INNVOLVE

Tiiviissä yhteistyössä:

Koillismaan alueen yrittäjät, Naturpolis ja kaupungin ja kunnan sidosryhmät

Sisällysluettelo

1. Johdanto ja selvityksen strateginen tausta

2. Keskusta-alueen elävöittäminen ja kiinteistöjen luokitus

3. Kaavoituksen suositukset ja jaettu infrastruktuuri

4. Koillismaan neljä synergistä ruokahubia

5. Modulaarinen ja liikkuva infrastruktuuri

5.1 Ympärivuotinen kalalogistiikka: "Päivän kala" -keräilyverkosto

5.2 Liikkuva jalostusinfra ("jalostusbussi"-konsepti)

5.3 Älykkäät Wild Food -jakelupisteet (shop-in-shop -ratkaisut)

6. Benchmarkit: Ratkaisuja Suomesta ja maailmalta

6.1 Willit.fi – Lähiruokaan ja villiruokaan keskittynyt automaattikonsepti

6.2 Kansainväliset laitevalmistajat: Selfly Store (Stora Enso) ja Grab & Go -kaapit

6.3 Vähittäiskaupan shop-in-shop -konseptit

6.4 Digitaalinen rahaliikenne monikauppias-mallissa (shop-in-shop verkkokauppa)

6.5 Hävikkiruoan ja ylijäämän digitaaliset myyntialustat (esim. ResQ Club)

7. Laskenta-oletukset

7.1 Suuntaa antavat laskelmat toimenpiteiden taloudellisesta mielekkyydestä

7.2. Strateginen nosto: Erämaan luksus ja hiljaisuus – uusi korkeakatteinen kohderyhmä

8. Lähdeluettelo

LIITTEET

LIITE 1: Koillismaan elintarvikealan infrastruktuuri- ja tilaselvitys 2026–2030

Erillinen tila-, tontti- ja logistiikkatarveselvitys maankäytön, kaavoituksen ja investointien tueksi.

1. Johdanto ja selvityksen strateginen tausta

Tämä selvitys hahmottelee suosituksen Koillismaan elintarvikestrategian mahdollisuuksille ja toimeenpanolle. Elintarvikeala on tiukasti sidottu fyysisiin tiloihin, katkeamattomiin kylmäketjuihin ja viranomaismääräyksiin. Visiot ja brändit jäävät pelkäksi puheeksi ilman saavutettavia ja kustannustehokkaita tuotantotiloja. Kuusamon ja Taivalkosken maankäytön ja kaavoituksen olisi hyvä toimia mahdollisuuksien mukaan aktiivisena paikallisen elinkeinotoiminnan mahdollistajana.

Selvitys kokoaa elintarvikealan kasvun vaatimat tila-, tontti- ja infratarpeiden odotusarvot ja suositukset päätöksenteon pohjalle. Infrastruktuurilla on kaksinkertainen tehtävä: normaalioloissa se mahdollistaa paikallisten tuotteiden jalostuksen, pakkauksen ja myynnin, kun taas häiriötilanteissa sama verkosto voisi turvata alueellisen huoltovarmuuden, kylmävarastoinnin ja julkisten keittiöiden toimintakyvyn.

Kuntien rooli investointien mahdollistajana ja rahoituksen vipuvartena. Kuusamon ja Taivalkosken rooli infrastruktuurin kehittämisessä on puhtaasti mahdollistava ja ohjaava, ei suoria laite- tai halli-investointeja kantava.

Kuntien strategisena roolina on toimia ennen kaikkea omistamiensa tilojen fasilitoijana ja selvittää kaavoituksen mahdollisuuksia sekä joustavuutta. Luontevien rajapintojen kohdatessa kaupunki voisi tarpeen tullen yhdistää tyhjien kiinteistöjen omistajia ja alueella toimivia yrityksiä sekä fasilitoida investointikumppanuuksia. Tällainen toiminta voisi edesauttaa ratkaisuja, joilla yrittäjien omat kiinteät investoinnit *(CapEx)* voitaisiin kääntää konkreettiseen tilapäiskäyttöön perustuviksi palveluostoiksi *(OpEx).* On kuitenkin huomioitava, että toiminnan on perustuttava kestäviin liiketoimintamalleihin; mahdollisten kaupungin omistamien tilojen vuokrauksen on aina oltava markkinaehtoista sekä kuntalain ja valtiontukisääntelyn mukaista.

Tämänkaltainen strateginen rooli minimoi julkisen sektorin suoran taloudellisen riskin, mutta houkuttelee alueelle yksityistä riskipääomaa valmiiden kokeilualustojen ansiosta. Samalla organisoitu ja jaettu infrastruktuuri toimii vahvana vipuvartena kansallisen ja EU-tason hankerahoituksen hakemisessa. Koska sama hubiverkosto ja katkeamaton kylmäketju toimivat häiriötilanteissa Koillismaan alueellisen ruokaresilienssin ja huoltovarmuuden takuuna, hankkeiden strateginen painoarvo ja rahoituskelpoisuus nousevat merkittävästi julkisten tukien ja poikkeusolorahoituksen silmissä.

2. Keskusta-alueen elävöittäminen ja kiinteistöjen luokitus

Keskustan elinvoimaisuuden säilyttäminen tärkeää

Kuusamon keskusta tarvitsee vetovoimaisen sydämen. Vähittäiskaupan keskittyminen Ouluntaipaleen liikekeskuksen ympärille vähentää luontaista asioimista muualla keskustassa. Yhtenä konkreettisena lääkkeenä voisi toimia kaupungin hallinnoimien, keskusta-alueen tyhjien liiketilojen uusiokäyttö elintarvikealan kokeilu-, koulutus- ja pienjalostustiloiksi. Kehittyvä elämyksellinen ruokakulttuuri, pop-up-myyntipisteet ja helposti saavutettavat palveluympäristöt houkuttelevat asukkaita, paluumuuttajia ja matkailijoita takaisin kaupungin ytimeen. Kaikkien tilojen ei tarvitse soveltua raskaaseen elintarviketuotantoon; osa toimii kevyempinä Wild Food Lab -tiloina tai Wild Food -tuotteiden näyteikkunoina esimerkiksi opetusravintolana tai artesaanituotteiden myymälänä.

Kun osa matkailun ostovoimasta saadaan sidottua keskustan toimijoihin, paikallisten yritysten katerakenne vahvistuu ja eurot jäävät kiertämään aluetalouteen. Kaupungille tämä dynaaminen kehitys heijastuu suoraan passiivisten kulukiinteistöjen muuttumisena aktiivisiksi elinvoiman lähteiksi, mikä pitkällä aikavälillä voi kasvattaa alueen verotuloja ja nostaa Kuusamon yleistä vetovoimaa.

Elintarviketuotanto asettaa tekniikalle kovat vaatimukset *(LVI, rasvanerotus, omavalvonta)*. Jotta kiinteistömassan arvoa voidaan suojata ja saneerauskustannukset minimoida, Koillismaan potentiaaliset uusiokäyttökiinteistöt luokitellaan kolmeen luokkaan:

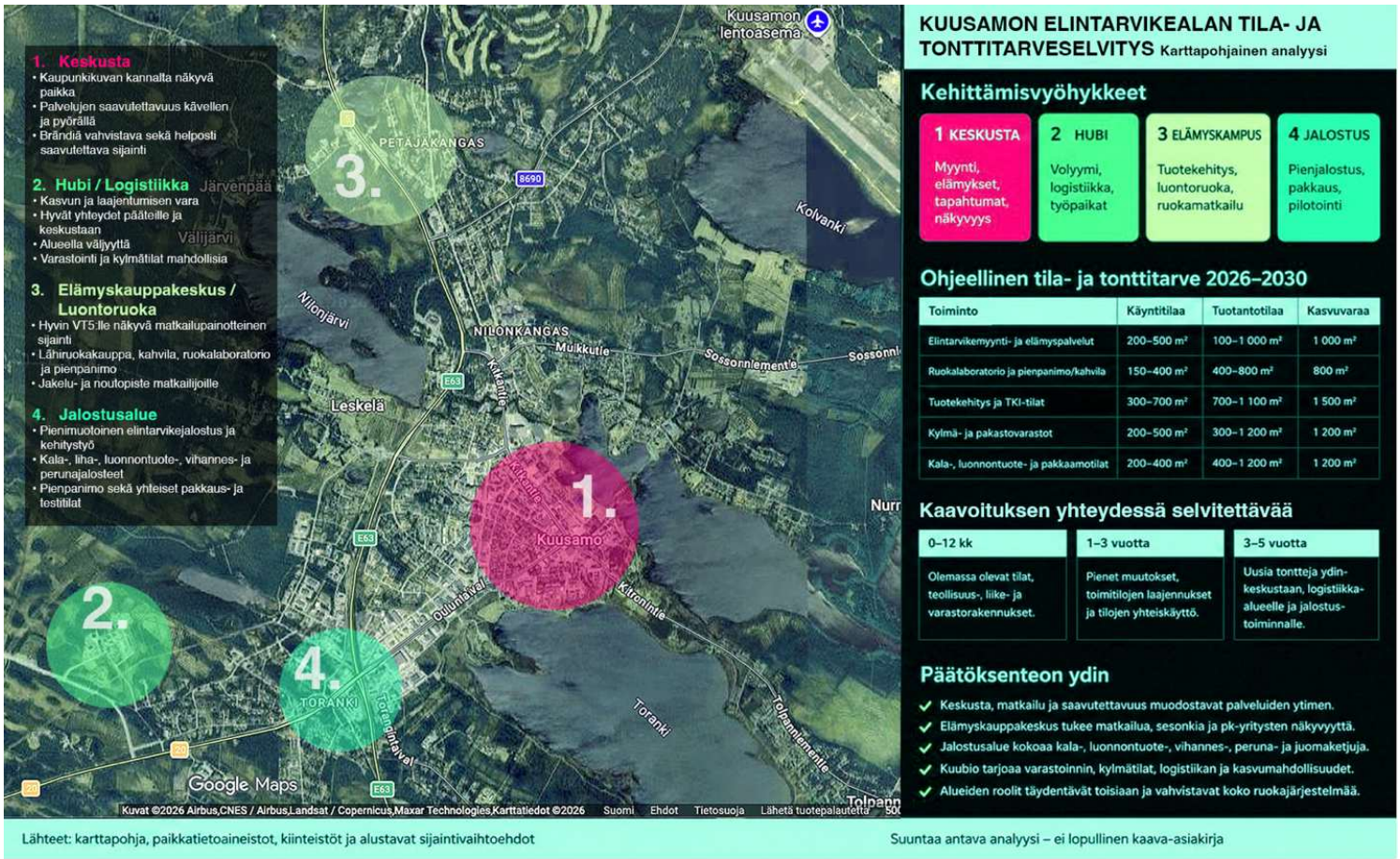
1. **”Kehitä ja kokeile” -kohteet (valmis tekniikka):** Entiset ravintolat, tyhjät laitoskeittiöt ja vanhat leipomot. Kriittinen tekniikka *(lattiakaivot, rasvanerottimet, LVI)* on jo olemassa, jotka mahdollistavat toiminnan käynnistämisen pienten tai kohtuullisten muutostoimien jälkeen ilman raskaita investointeja tai lupaprosesseja.

2. **Kevyen jalostuksen hubit (muuntojoustavat liiketilat):** Tavanomaiset tyhjät liiketilat keskustassa tai matkailukeskuksissa voisivat mahdollisesti soveltua marjojen, sienien ja yrttien kuivaukseen, lajitteluun ja pakkaamiseen sekä lähiruokamyymälöiksi ja pop-up-ympäristöiksi. Ennen tilojen käyttöönottoa on luonnollisesti selvitettävä tapauskohtaisesti kiinteistön talotekninen kunto, elintarvikehygieeninen soveltuvuus ja nykyisen kaavan sallimat käyttötarkoitukset *(esim. asuin- ja liikekortteleiden rajoitukset).*

3. **Raskaamman logistiikan ja kaupan yhdistelmäalueet:** Valtatie 5:n varsi ja marketalueiden ympäristö. Kaavoituksen yhteydessä on suositeltavaa selvittää soveltuvat kaavamerkinnät ja -määräykset siten, että ne mahdollistavat toiminnan, jossa voidaan joustavasti yhdistää esimerkiksi tuotanto, lastaussillat, B2B-tuoretukku ja matkailijoita palveleva tehtaanmyymälä.

3. Kaavoituksen suositukset ja jaettu infrastruktuuri

Matkailu- ja asiakasvirtojen *(VT5, Ruka, Tropiikki, Elämyskauppakeskus, Kuubio)* hyödyntämistä suositellaan tukemaan strategisella maankäytöllä. Toimintojen sijoittelua ohjaavat alueen ominaisuudet ja säädökset, mutta elintarvikealan kasvun kannalta on ensiarvoisen tärkeää suosia joustavia ratkaisuja, jotka mahdollistavat tuotannon, myymälätilan ja elämyspalveluiden yhdistämisen samoihin kortteleihin *(esim. panimoravintolat ja leipomomyymälät suoraan kuluttajavirtojen äärelle)*. Rambollin kauppapaikkaselvitys *(2024)* osoittaa, että matkailun kasvu luo Kuusamoon 5 500 – 18 100 *kerrosneliömetrin (k-m²)* lisätarpeen liike- ja matkailutiloille vuoteen 2040 mennessä. Tulevaisuuden uudet neliöt olisi suositeltavaa mahdollisuuksien mukaan klusteroida yritystoimintoja tukeviin synergisiin kokonaisuuksiin, kuten esim. **"Ruokapuistoihin"**.



Ruokapuistossa yritykset sijoittuvat lähekkäin hyödyntääkseen jaettua infraa: yhteistä jätehuoltoa ja sivuvirtojen keräilyä, suuria lastauslaitureita, yhteisvarastoja sekä energiatehokkuutta *(kuten pakkasvarastojen hukkalämmön ohjaamista tuotantotiloihin)*. Tämä parantaa investointien käyttöastetta ja nostaa hankkeiden pankkikelpoisuutta.

Strateginen maankäyttö ja 'Ruokapuisto'-konsepti

Rambollin *(2024)* ennustama matkailun dynaamisen kehityksen tuoma kaupallinen lisätilatarve *(5 500 – 18 100 k-m²)* on suositeltavaa ohjata tietoisesti luontaisten asiakasvirtojen lähettyville synergisiin "Ruokapuistoihin" ja elämyskauppakeskusiin, erityisesti valtatie 5:n varrelle ja Torangin logistiselle vyöhykkeelle.

Joustavien kaavamääräysten ja monikäyttöisten aluevarausten avulla suositellaan mahdollistettavan toiminnot, joissa samaan kiinteistökokonaisuuteen yhdistetään raskaampi tuotanto, suuret lastaussillat, B2B-tuoretukkutoiminta sekä matkailijavirtoja pysäyttävät modernit Wild Food -tehtaanmyymälät ja näytöskeittiöt. Tämä keskittäminen maksimoi infran käyttöasteen heti rakennusvaiheesta lähtien, mahdollistaa teollisen kiertotalouden *(kuten pakkasvarastojen hukkalämmön hyödyntämisen tuotantotiloissa)* ja parantaa merkittävästi investointien taloudellista takaisinmaksukykyä sekä pankkikelpoisuutta.

Luksusmatkailun ja VIP-segmentin yksityinen klusteri -kaavoitusajatus

Koillismaan pirstaleiset ja luonnontilaiset vesistöt tarjoavat poikkeuksellisen kilpailuedun kansainvälisen luksus- ja VIP-matkailun houkuttelemiseksi. Tämä kohderyhmä *(esim. julkisuuden henkilöt ja kansainväliset yritysjohtajat)* ei etsi massamatkailukohteita, vaan vaatii yksityisyyttä, rauhaa ja huomaamatonta concierge-palvelua. Ranta-alueiden ja luontokohteiden kaavoituksessa on suositeltavaa tunnistaa uusi mahdollinen kategoria: erittäin korkean profiilin yksityishuvilat ja niitä palveleva keskitetty infra.

Koska kunnallistekniikan *(vesi, viemäri, sähkö, valokuitu ja tiestö)* vetäminen yksittäisille, erillään oleville erämaatontteille on kunnille kustannustehotonta, ratkaisuna voisi toimia niin sanottu yksityinen klusteri -ajatus. Tässä mallissa luksushuvilat sijoitetaan maantieteellisesti samalle ranta- tai vesistöalueelle hyödyntämään yhteistä perusinfrastruktuuria. Tontit erotetaan kuitenkin toisistaan maastonmuotojen, niemekkeiden ja suojapuuston avulla siten, että jokaiselle huvilalle taataan visuaalinen ja akustinen yksityisyys.

Palveluarkkitehtuuri ja elintarvikelogistiikka luksusalueilla

Kaavoituksessa tämän luksusklusterin ytimeen tai välittömään läheisyyteen olisi hyvä varata tilaa keskitetylle palvelurakennukselle, korkeatasoiselle tilausravintolalle sekä rentoutumispalvelulle. Tämä luksushubi voisi toimia alueen eksklusiivisena palvelupisteenä, mutta ennen kaikkea logistisena tukikohtana: sieltä käsin paikalliset ohjelma- ja elämyspalveluyritykset sekä huippukokit *(Private Chef -palvelut)* operoivat huviloihin, sinne toimitetaan asiakkaiden toiveiden mukaan Wild Food -raaka-aineet. Valmiiksi muotoillut Wild Food -tuotteet sekä premium-tason aamiais- ja retkikorit toimitetaan suoraan asiakkaiden oville sekä vieraat noudetaan retkille ym. aktiviteetteihin ilman suurta huomiota. Tämä malli sitoo alueen elintarviketuottajat suoraan maailmanluokan ostovoimaan kustannustehokkaan ja joustavan infran kautta.

4. Koillismaan neljä synergistä ruokahubia

Infrastruktuuri rakennetaan hajautetun mutta koordinoidun verkoston varaan, jossa jokaisella alueella on oma kaupallinen roolinsa:

Hubi / Keskittymä	Sijainti ja painopiste	Toiminnalliset synergiaedut ja virrat
1. Keskustan artesaani- ja elämyshubi	Kuusamon ydinkeskustan tyhjät kivijalkatilat	Kuluttajien ja matkailijoiden kohtaamispaikka. Pienjalostajat (leipomot, panimot) ja ravintolat toimivat rinnakkain, houkuttelevat kävelyvirtoja ja tarjoavat tasting-palveluita.
2. Volyymin ja logistiikan Hubi & Elämyskauppakeskus	Valtatie 5:n varsi / Toranki	Keräilylogistiikan ja B2B-tuoretukun päätepiste. Isojen erien (S-ryhmä, laitoskeittiöt) kylmävarastointi, lajittelu ja jakelu. 5-tien varren uusi elämyskauppakeskus pysäyttää matkailijavirrat Wild Food -tehtaanmyymälöihin. Ja poistaa raskaan liikenteen keskustasta.
3. T&K-, opetus- ja klusterihubi	Keskusta (KAO) ja Kuubio-klusteri	**Keskusta:** KAO:n elämyksellinen opetusravintola ja -leipomo tuodaan katutasoon näyteikkunaksi. **Kuubio:** Raskaampi elintarviketeknologian testaus (Wild Food Lab), säilyvyyskokeet, pakkausinnovaatiot ja sivuvirtojen teollinen jatkojalostus yhteistyössä muiden alojen kanssa.
4. Erämaan ja villiruoan hubit	Taivalkoski, Ruka ja ympäröivät kylät.	Luonnontuotteiden (poro, kala, marjat, sienet, yrtit) keräily, vastaanotto, esikäsittely ja kuivaus. Sijoittuu luontoreittien varrelle ja toimii elämysmatkailun sekä retkiruokien noutopisteenä. Vahvistaa seutukunnallista tasapainoa.

5. Modulaarinen ja liikkuva infrastruktuuri

5.1 Ympärivuotinen kalalogistiikka: päivän kala -keräilyverkosto

Kalan käsittely vaatii Ruokaviraston hygienialainsäädännön vuoksi täysin lihan ja riistan käsittelystä eristetyt, katkeamattomat kylmäketjut. Jotta kalastajien aika ei kulu maanteillä, voidaan luoda aikataulutettu, vuorokausikierrolla toimiva keräilyautojärjestelmä. Auto noutaa saaliit sovituista solmukohdista, varmistaa katkeamattoman kylmäketjun, perkaa, siivoaa ja toimittaa tuotteet suoraan ravintoloihin ja kauppoihin. Tämä takaa aidon päivän kala -tuoreustakuun ja motivoi myös ryhmän II *(sivutoimiset)* kalastajia pyyntiin pientenkin saaliiden toimitusten helpottumisella.

5.2 Liikkuva jalostusinfra ("jalostusbussi"-konsepti)

Kiinteän ja suuren teurastamon sijaan voitaisiin investoida modulaariseen, pyörillä kulkevaan jalostamoon (Jalostusbussi), joka siirtyy sesonkien mukaan sinne, missä raaka-aine ja tarve on.

Tekniset ja viranomaisvaatimukset *(Huom. suuntaa antavia koosteita viranomaisohjeista)***:**

- **Ajoneuvotekniikka (Traficom):** Lähtökohtana käytetään esim. käytöstä poistettua kirjasto- tai kauppa-autoa *(tasainen lattia)*. Auto muutoskatsastetaan M3-luokasta kuorma-autoksi *(N2 tai N3)*, jolloin kuljettamiseen riittää C-kortti. Laitteet *(rosteripöydät, kylmälaitteet, vesitankit)* on kiinnitettävä kiskoilla kestämään liikennesäännösten mukaiset g-voimat. Akselimassat on laskettava säännösten mukaisesti täysien tankkien mukaan.
- **Elintarvikehygienia (ruokavirasto):** Bussi toimii liikkuvana elintarvikehuoneistona. Pintojen (lattia, seinät, katto) on oltava saumattomia ja helposti desinfioitavia *(ruostumaton teräs/ epoksi)*. Autoon rakennetaan kaksi erillistä vesijärjestelmää: lämmin juomakelpoinen vesi ja suljettu jätevesitankki *(harmaa/musta vesi)* lattiakaivoineen. Työskentelytilan on pysyttävä enintään +12 °C:ssa ja säilytyksen +2–4 °C:ssa. Sisääntuloon vaaditaan kosketusvapaa käsienpesupiste ja suojavaatteiden vaihtotila.
- **Modulaarisuus ja "Plug-in" -leirit:** Bussi kytketään kohteessa *(esim. poroerotuspaikka tai maastohubi)* valmiiseen telakkainfran 32A voimavirtaan ja vesipostiin. Sisämoduulit ovat vaihdettavissa sesongin mukaan *(syksyllä lihaleikkaamo, kesällä marjojen puhdistamo)*. Ennen raaka-ainetyypin vaihtoa tilalle tehdään Ruokaviraston edellyttämä ammattimainen sanitointi.

5.3 Älykkäät Wild Food -jakelupisteet (shop-in-shop -ratkaisut)

Lähiruoan jakelu integroidaan suoraan olemassa oleviin asiakasvirtoihin asentamalla älykkäät nouto-automaatit ja kylmäkaapit keskeisten markettien *(S- ja K-ryhmä)* myymälätiloihin sekä Rukan ja Kuusamon Tropiikin solmukohtiin.

Tekniset ja viranomaisvaatimukset *(Huom. suuntaa antavia koosteita viranomaisohjeista)***:**

- **Elintarvikevalvonta ja kylmäketju:** Automaatista tehdään elintarvikehuoneistoilmoitus kunnan valvontaan. Laitteessa on oltava monilämpötilainen infra herkästi pilaantuville tuotteille: pakasteet -18 °C, tuore kala 0–+2 °C ja valmisruoat/liha +2–+6 °C. Laitteeseen asennetaan jatkuva lämpötilan etäseuranta (IoT-anturit). Jos lämpötila nousee yli sallitun rajan *(esim. virtakatko)*, lokeroiden sähköisen lukituksen on automatisoidusti estettävä luukkujen avautuminen, jotta asiakkaalle ei luovuteta pilaantunutta ruokaa.

- **Pakkausmerkinnät ja jäljitettävyys:** Koska myynti tapahtuu ilman myyjän läsnäoloa, tuotteissa on oltava täydelliset pakkausmerkinnät *(ainesosat, allergeenit, valmistaja, päiväyset)*. Kaikki nämä tiedot *(erityisesti allergeenit)* on oltava luettavissa Wild Food -sovelluksessa jo ennen digitaalista ostopäätöstä. Priimusmoottorin ohjelmiston on kyettävä jäljittämään tuote-erä tuottajalta tiettyyn lokeroon saakka.

- **Sopimusjuridiikka kaupan kanssa:** Kaupan kanssa solmitaan kirjallinen sopimus vastuurajoista. Sopimuksessa määritellään sähkön ja Wi-Fi:n kustannukset sekä vastuu tilanteissa, joissa isäntäkaupan sähköt kaatuvat. Kauppias vapautetaan elintarviketurvallisuusvastuusta; automaatilla on oma erillinen omavalvontasuunnitelmansa. Ohjelmisto ilmoittaa noutamattomista ja vanhentuvista tuotteista automaattisesti verkoston logistiikalle hävikin poistamiseksi.

- **Kuluttajansuoja:** Verkkokaupan yleinen 14 vuorokauden palautusoikeus ei koske herkästi pilaantuvia elintarvikkeita, mikä asetetaan sitovaksi ehdoksi sovelluksen tilaussopimukseen. Asiakkaalle tarjotaan suora digitaalinen reklamaatiokanava mahdollisten laitehäiriöiden varalle.

6. Benchmarkit: Ratkaisuja Suomesta ja maailmalta:

6.1. Willit.fi – Lähiruokaan ja villiruokaan keskittynyt automaattikonsepti

Willit.fi on suora ja toimiva verrokki sille, mitä Wild Food -älykaapit voisivat olla Koillismaalla.

- **Konsepti:** Willit tarjoaa 24/7 toimivia älykylmäkaappeja *(noutopisteitä)*, joista kuluttaja voi ostaa paikallisten tuottajien *(kalastajat, metsästäjät, maatilat)* kalaa, riistaa ja luonnontuotteita.
- **Miten se toimii:** Asiakas voi tilata tuotteet verkosta etukäteen tai ostaa ne suoraan paikan päältä skannaamalla ja maksamalla mobiilisti.
- **Teknologia ja Elintarviketurvallisuus:** Laitteissa on useita lämpötila-alueita *(pakaste -18°C, kala 0–2°C, tuoretuotteet 2–8°C)* sekä Bluetoothilla toimiva, energiatehokas ja reaaliaikainen lämpötilaseuranta. Jos kylmäketju katkeaa, älykaappi osaa reagoida ja laitteet on suunniteltu täyttämään Ruokaviraston tiukat vaatimukset.
- **Keskitetty keräily ja jakelu:** Willit hyödyntää ns. solmupistelogistiikkaa, joka on yhteensopiva Koillismaalle suositeltavan "Päivän tuote" -keräilyreitin ja mikrohubien toiminnan kanssa.

6.2. Kansainväliset laitevalmistajat: Selfly Store (Stora Enso) ja Grab & Go -kaapit

Markkinoilla on tällä hetkellä useita B2B-valmistajia, joiden "älyjääkaappeja" voi hankkia palveluna *(SaaS-mallilla)*. Nämä kaapit tuovat kauppoihin ja hotelleihin "Shop-in-Shop" -lisämyyntiä.

- **Selfly Store (kehittäjänä Stora Enso):** Suomalainen älykaappi, joka perustuu RFID-tunnisteisiin. Asiakas vilauttaa maksukorttia avatakseen oven, ottaa tuotteen ja kaappi veloittaa automaattisesti oikean summan. RFID-teknologia mahdollistaa myös sen, että järjestelmä seuraa jokaisen tuotteen "parasta ennen" -päiväystä reaaliajassa, ehkäisten hävikkiä.
- **Selecta Foodies Smart Fridge:** Kansainvälinen benchmark. Selecta tarjoaa modulaarisia "Duo 600" tai "Duo 850" -kaappeja, joita ravintolat, kaupat tai hotellit voivat ottaa tiloihinsa tarjoamaan paikallisia, tuoreita tuotteita 24/7.
- **Compass Group Market 24/7:** Lounasravintolajätti on tuonut muun muassa Salossa sijaitsevalle tehtaalle *(jossa ravintola ei ole yöllä auki)* omia 24/7-älykaappejaan. Ne toimivat täydellisenä jatkeena keittiölle: lounaan ylijäämä ja valmisateriat pakataan, viedään älykaappiin ja myydään vuorotyöläisille omatoimisesti maksukortilla.

6.3. Vähittäiskaupan shop-in-shop -konseptit

Kauppojen sisälle rakennettu oma, visuaalisesti erottuva saareke on todettu parhaaksi tavaksi erottua bulkkitarjonnasta. Kauppias *(S- tai K-kauppa)* antaa neliöt, mutta alihankkija (kuten Wild Food 2.0) hoitaa täytön ja konseptin.

- **Picadeli (Salaattibaarit):** Vaikka kyseessä ei ole lähiruoka, Picadeli on Euroopan ylivoimaisesti menestynein shop-in-shop -benchmark. Se toi marketteihin täysin uudenlaiset, älykkäät omat tiskit. Picadeli ei ole pelkkä ruokatoimittaja, vaan teknologiayritys: sen tiskit kertovat suoraan pilveen, mitä raaka-ainetta puuttuu, varoittavat päiväyksistä ja tilaavat täydennystä automaattisesti. Koillismaan Wild Food -automaatin tulisi toimia samalla "Täyttö signaalin perusteella" -logiikalla.
- **REKO-noutokaapit ja K-Nouto / S-Kaupat:** Perinteiset marketit testaavat jo laajasti omia kylmänoutolokerikkojaan, joista asiakas hakee etukäteen kerätyt ruoat.
  Wild Food -piste voisi integroitua suoraan kaupan omaan click & collect -alustaan, eli kaupan tuulikaapissa on erillinen brändätty Wild Food -kylmäkaappi ennakkotilauksille.

6.4. Digitaalinen rahaliikenne monikauppias-mallissa (shop-in-shop verkkokauppa)

Keskeinen ongelma oli ennen: *"Miten eri tuottajien rahat jaetaan, jos kaikki on samassa älykaapissa?"* Teknisesti tämä on nykyään täysin ratkaistu Suomessa:

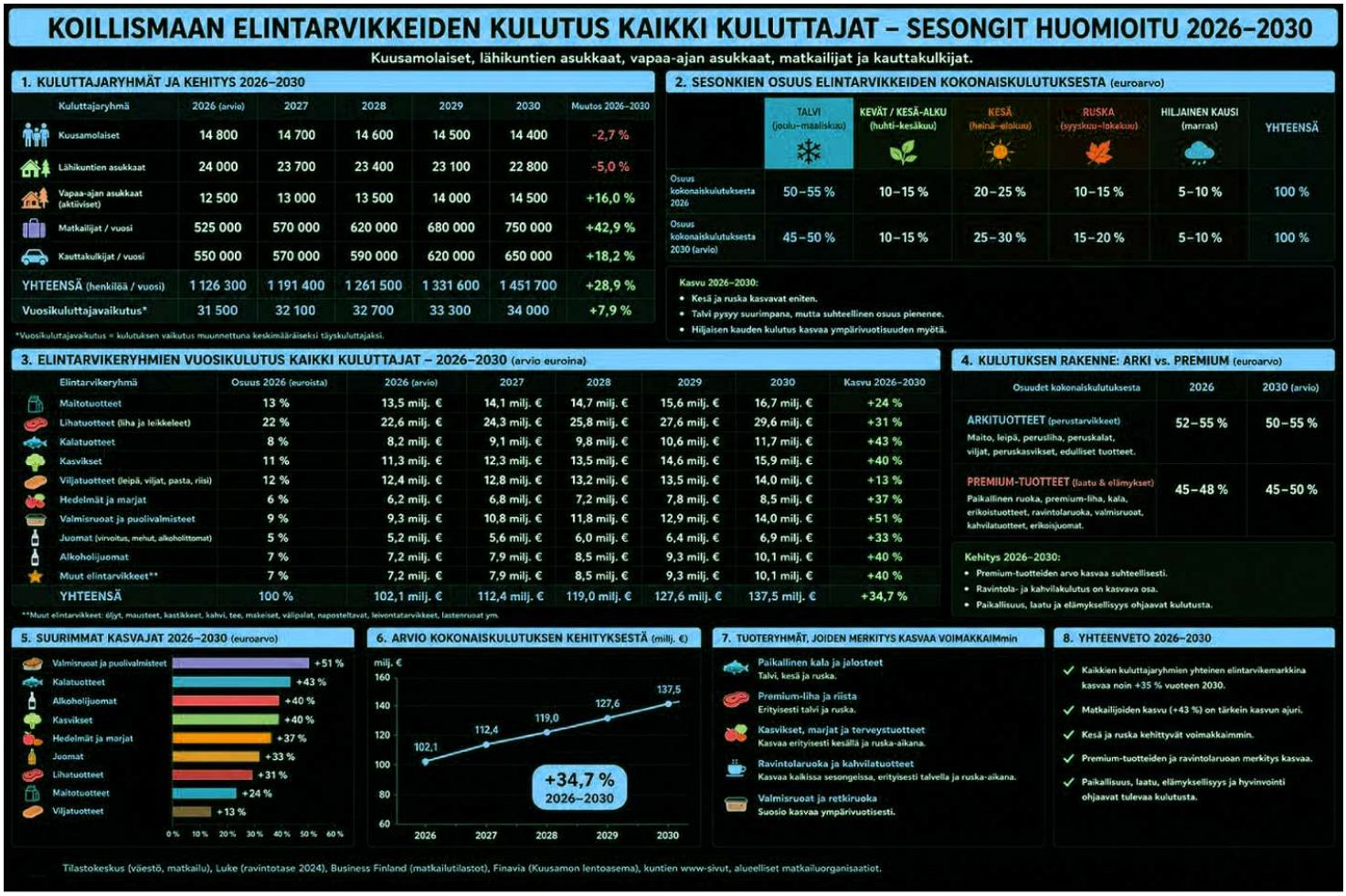
- **Maksunvälittäjät (esim. Visma Pay / Paytrail):** Tarjoavat "shop-in-shop" -palveluita verkkokauppoihin ja älykaappeihin. Asiakas ostaa yhdellä maksulla "Koillismaan Wild Food -kaapista" esimerkiksi Taivalkosken kalaa, Kuusamon poroa ja paikallista yrttijuomaa. Maksunvälittäjä jakaa taustalla yhden luottokorttiveloituksen automaattisesti oikeisiin prosenttiosuuksiin kolmen eri alkutuottajan *(ja Priimusmoottorin provision)* pankkitileille. Yrittäjän ei tarvitse laskuttaa erikseen.

6.5. Hävikkiruoan ja ylijäämän digitaaliset myyntialustat (esim. ResQ Club)

ResQ Club ja vastaavat hävikkiruoan pelastamiseen keskittyvät mobiilisovellukset ovat erinomainen esimerkki kestävän kehityksen mukaisesta ja resurssiviisaasta ruokakaupasta, joka voidaan integroida osaksi Koillismaan verkostoa.

- **Konsepti:** Ravintolat, kahvilat ja päivittäistavarakaupat voivat myydä päivän päätteeksi ylijääneen, täysin laadukkaan ruoan *(esimerkiksi lounaslinjastojen ylijäämän, paistopisteiden tuotteet tai lyhyen päiväyksen valmisateriat)* sovelluksen kautta kuluttajille alennettuun hintaan.
- **Miksi tämä toimisi Koillismaalla:** Kotimaiset ja kansainväliset kaupunkimatkailijat ovat jo tottuneet käyttämään näitä palveluita arjessaan. Sovellus tarjoaa niin paikallisille kuin matkailijoille tutun, helpon ja vastuullisen tavan ostaa nopeaa ruokaa esimerkiksi mökille vietäväksi, samalla kun he kokevat tekevänsä ekologisen valinnan.
- **Taloudellinen hyöty:** Kauppa se on pienikin kauppa. Yrittäjälle malli muuttaa varman tappion ja biojätekustannukset suoraksi tuloksi. Hävikkialustojen hyödyntäminen tukee erinomaisesti alueen kestävän matkailun imagoa ja voi toimia myös luontevana lisäyksenä älykaappien *(shop-in-shop)* rinnalle ruokahävikin minimoimisessa.

7. Laskenta-oletukset



- lähikuntien ostovaikutus 40 %
- vapaa-ajan asukkaiden käyttö 60 vrk/vuosi
- matkailijan keskimääräinen viipymä 3,2 vrk
- kauttakulkijan kulutusvaikutus 0,3 vrk
- vuosikuluttajavaikutus eli eri ryhmien muuntaminen täysivuotisiksi ruokakuluttajiksi
- vuosien 2027–2030 matkailu-, vapaa-ajan asumis-, hintataso- ja premium-kulutuksen kasvu
- sesonkiosuudet
- tuoteryhmäkohtaiset kasvuprosentit.

Huom. Vuodet 2027–2030 ovat skenaarioarvioita. Kuluttajaryhmät on muunnettu täysivuotisiksi ruokakuluttajiksi arvioitujen oleskelu- ja asiointipäivien perusteella. Euromäärät kuvaavat markkinapotentiaalia, eivät toteutunutta myyntiä.

Tämä strategiadokumentti toimii nyt arkkitehtuurina ja suositussuuntana. Seuraavaksi loogiseksi askeleeksi ennen yhdenkään fyysisen toimenpiteen tai tilajärjestelyn käynnistämistä suositellaan laadittavan hubi- ja konseptikohtaiset karkeat kannattavuuslaskelmat *(Business Caset)*, joilla ideoiden taloudellinen mielekkyys voidaan seuloa seuraavien hankkeiden käynnistystä varten.

7.1 Suuntaa antavat laskelmat toimenpiteiden taloudellisesta mielekkyydestä

Strategisessa vaiheessa tarkkojen, sitovien investointibudjettien määrittäminen ei ole mahdollista ilman kohde- ja hankekohtaista suunnittelua. Ehdotettujen konseptien taloudellinen logiikka ja riskin arvioiminen voidaan kuitenkin osoittaa karkeiden, suuntaa antavien vertailulaskelmien avulla.

Seuraavat esimerkit havainnollistavat jaetun infrastruktuurin, modulaarisuuden ja tilavalintojen toteutusmahdollisuuksia perinteiseen kiinteistöajatteluun verrattuna. Tämä laskentalogiikka toimii karkeana arviona tai suuntaa antavana esimerkkinä kuntien kaavoituksen mielekkyyden arvioinnille ja yritysten omalle investointisuunnittelulle. Huomioitavaa on, että nämä laskelmat eivät ole ammattimaisesti tehtyjä eikä paikkansapitäviä, vaan ainoastaan suuntaa luotaavia.

Esimerkki 1: Kiinteä laitos vs. modulaarinen infra (jalostusbussi-konsepti)

Perinteinen malli: Alkutuottajaverkosto tai julkinen toimija rakennuttaa uuden kiinteän, elintarvikehyväksytyn käsittelylaitoksen. Uudisrakennuksen tai mittavan saneerauksen *(LVI, rasvanerottimet, kylmätilat)* CapEx on karkeasti arvioituna 300 000 – 800 000 €. Haasteena on käyttöaste: laitos on täydessä käytössä vain sesonkiaikana, jolloin merkittävän osan vuodesta kiinteät kulut juoksevat tyhjäkäynnillä, mikä vaikuttaa negatiivisesti pääoman tuottoon (ROI).

Ehdotettu ketterä malli: Käytetystä raskaan liikenteen kalustosta muutoskatsastettu, elintarvikehygieniavaatimukset täyttävä liikkuva ja muunneltava yksikkö. CapEx-arvio laitteineen on 60 000 – 120 000 €.

Taloudellinen logiikka: Investointikustannus voi olla vain murto-osan kiinteän hallin kustannuksista. Koska yksikkö voidaan siirtää sesongin mukaan eri raaka-aineiden äärelle, sen vuosittainen käyttöaste voi olla korkea.

Esimerkki 2: Oma kivijalkamyymälä vs. älykkäät jakelupisteet

Perinteinen malli: Paikallinen yrittäjä perustaa oman myymälän matkailukeskukseen. Konsepti vaatii mahdollisesti remontin *(CapEx)* pitkän vuokrasopimuksen ja henkilökuntaa päivystämään tiskille. Kiinteät kuukausikulut *(OpEx)* nousevat useisiin tuhansiin euroihin, mikä vaatii massiivista ja jatkuvaa myyntivolyymia kannattavuuden saavuttamiseksi.

Ehdotettu ketterä malli (shop-in-shop): Olemassa olevaan asiakasvirtaan sijoitettava älykylmäkaappi. Laitevuokra (SaaS-malli) sekä sähkö- ja paikkamaksu kauppiaalle ovat arviolta 300 – 600 €/kk.

Taloudellinen logiikka: Kannattavuusraja on matala. Jos yhden myydyn premium-tuotteen keskihinta olisi 15 € ja kate 40 % *(6 €)*, laitteen kiinteiden kulujen kattamiseen vaaditaan vain n. 50–100 tuotteen myynti kuukaudessa. Tämän ylittävä myynti sataa yrittäjän tulokseen ilman sitovia henkilöstökuluja.

Esimerkki 3: Tilaluokituksen taloudellinen ohjausvaikutus (keskustan kiinteistöt)

Saneerausriski: Vanhan, pitkään muussa käytössä olleen *(esim. AL-kortteli)* kiinteistön saneeraus elintarviketilaksi vaatii mahdollisesti lattiakaivojen piikkaamista, massiivisia rasvanerotuskaivoja ja asuinympäristön vaatimia kalliita ilmanvaihtokanavointeja. Kustannukset voivat nousta herkästi tasolle 1 200 – 2 500 €/m², mikä tekee hankkeesta usein jopa uudisrakentamista kalliimman.

Taloudellinen logiikka: Tästä syystä tämä strategia ohjaa tilankäyttöä kolmiportaisesti. Huonokuntoiset tilat ilman valmista elintarviketekniikkaa voitaisiin ohjata vain **Luokan 2** *(Kevyen jalostuksen hubit)* käyttöön, jossa tehdään kuivaa, hajutonta ja tekniikaltaan kevyttä käsittelyä. Raskas tuotanto suositellaan ohjattavan suosiolla **Luokkaan 3** *(Hybridialueet)*, jonne uudisrakentaminen ja joustava kaavoitus tekevät investoinneista turvallisempia ja halvempia. Tämä luokittelu voisi auttaa kaupunkia, kuntia ja yrittäjiä tekemään turvallisempia investointeja.

7.2. Strateginen nosto: Erämaan luksus ja hiljaisuus – uusi korkeakatteinen kohderyhmä

Elämys- ja matkailuteollisuuden 17 %:n osuus alueen kaupan volyymista on valtava voimavara, jonka nykyisenä moottorina toimii ansaitusti Rukan matkailu. Ruka luo kriittisen perusmassan, mutta strategian tunnistama uusi "Erämaan luksus, hiljaisuus ja yksityisyys" -kohderyhmä voisi avata ovet täysin uuteen, korkean jalostusarvon markkinaan.

Tämä segmentti ei etsi massatapahtumia tai ruuhkaisia ravintoloita, vaan eksklusiivisia, räätälöityjä kokemuksia omassa rauhassa. Elintarvikealan kannalta tämä voisi olla mahdollisuus: se luo suoran kysynnän elämyspalveluille, kuten premium-tason lähiruualle, yksityiskokkien *(Private Chef)* palveluille erämaahuviloilla, huippuunsa hiotuille Wild Food-tastingeille sekä luksustason retkikoreille ja -ohjelmille. Panostamalla tähän kohderyhmään Koillismaa pystyisi avaamaan myyntikanavaa korkean katteen artesaani- ja palvelumyyntiin.

Laskennallinen lisävaikutus nykyisiin kasvuennusteisiin
Strategian nykyisissä laskelmissa matkailijoiden elintarvikekulutuksen ennustetaan kasvavan 43 % ja alueen kokonaiskulutuksen 35 miljoonaa euroa vuoteen 2030 mennessä. Luksus- ja hiljaisuusmatkailun tuoma kasvu ei perustu massiivisiin uusiin kävijämääriin, vaan *keskiostoksen merkittävään kasvuun ja premium-kategorian osuuden vahvistumiseen*.

Taloudellinen lisäarvo voidaan esimerkinomaisesti avata seuraavasti:

Keskiostoksen moninkertaistuminen: Luksus-segmentin matkailijan päivittäinen budjetti ruokaan ja siihen liittyviin elämyksiin *(esim. yksityiskokit, premium-catering, opastetut erämaaelämykset jne.)* on varovasti arvioituna 3–5-kertainen keskivertomatkailijaan verrattuna.

Volyymien vivuttaminen euroiksi: Vaikka tämä uusi asiakasryhmä toisi alueelle vain maltillisen määrän uusia yöpymisiä, heidän korkea maksuvalmiutensa kohdistuu nimenomaan strategian "Premium-tuotteet" -kategoriaan *(jonka osuus on jo nyt arvioitu kasvavan 45–50 %:iin)*.

Vaikutuksen suuruusluokka: Tämän kohderyhmän onnistunut kotiuttaminen voi tuoda arviolta **10–15 %:n** *(eli noin 3,5–5 miljoonan euron)* **suoran lisävaikutuksen** nykyiseen 35 miljoonan euron kokonaiskasvuennusteeseen.

Aluetaloudellinen ohjautuvuus: Mikä tärkeintä, nämä eurot jäävät paikallisten pienjalostajien, elämyspalveluyritysten, eräoppaiden ja lähiruokayrittäjien taseisiin parantaen yritysten kerakennetta.

8. Lähdeluettelo

Business Finland / Visit Finland. (n.d.). Visitory: matkailutilastot ja alueelliset matkailun tunnusluvut. Käytetty Kuusamon matkailun yöpymisten, matkailutulon ja matkailun työllisyysvaikutusten taustatietona. Viitattu 26.5.2026.

Finavia. (n.d.). Kuusamon lentoasema. Käytetty Kuusamon saavutettavuuden ja lentoliikenteen taustatietona. Viitattu 26.5.2026.

Finavia. (n.d.). Lentoliikenteen tilastot. Käytetty Kuusamon lentoaseman matkustajamäärien ja saavutettavuuskehityksen taustalähteenä. Viitattu 26.5.2026.

Kuusamon kaupunki. (n.d.). Strategia ja talous. Käytetty Kuusamon kaupungin strategisen toimintaympäristön, kaupunkistrategian ja talouden taustatietona. Viitattu 26.5.2026.

Kuusamon kaupunki. (n.d.). Matkailu. Käytetty Kuusamon ja Rukan matkailun roolin sekä matkailupalvelujen taustatietona. Viitattu 26.5.2026.

Kuusamon kaupunki. (n.d.). Yrittäjyys ja investoinnit Kuusamossa. Käytetty yrittäjyyden, investointien, toimitilojen ja elinkeinokehittämisen taustatietona. Viitattu 26.5.2026.

Luonnonvarakeskus Luke. (n.d.). Ravintotase – tilasto. Käytetty elintarvikeryhmien keskimääräisen kulutusrakenteen ja ruokaryhmäjaottelun taustalähteenä. Viitattu 26.5.2026.

Taivalkosken kunta. (n.d.). Tervetuloa – Taivalkoski. Käytetty Taivalkosken luonto-, asumis-, palvelu- ja kuntaprofiilin taustatietona. Viitattu 26.5.2026.

Taivalkosken kunta. (n.d.). Työ ja elinvoima. Käytetty Taivalkosken elinvoima-, yrittäjyys-, maaseutu- ja kehittämispalvelujen taustatietona. Viitattu 26.5.2026.

Tilastokeskus. (n.d.). Majoitustilasto. Suomen virallinen tilasto. Käytetty rekisteröityjen yöpymisten ja majoituskapasiteetin taustalähteenä. Viitattu 26.5.2026.

Tilastokeskus. (n.d.). Rakennukset ja kesämökit. Suomen virallinen tilasto. Käytetty vapaa-ajan asumisen ja kesämökkikannan taustalähteenä. Viitattu 26.5.2026.

Tilastokeskus. (n.d.). Väestörakenne. Suomen virallinen tilasto. Käytetty Kuusamon, Taivalkosken ja lähialueiden väestöpohjan sekä väestökehityksen taustalähteenä. Viitattu 26.5.2026.

Ramboll Finland Oy. (2024). Kuusamon Kirkonkylän kaupallinen selvitys. Kuusamon kaupunki, 17.5.2024. Käytetty kaupallisten palveluiden, kauppapaikkojen, palvelukeskittymien, matkailun vaikutusten ja shop-in-shop-/jakeluratkaisujen taustalähteenä.

Salmi Platform Oy / Markkanen, W. (2025). Ruka–Kuusamo: Matkailun tietokooste kesä 2025. Käytetty kesämatkailun viipymän, matkailijaprofiilin, motiivien, luonto- ja rentoutumispainotusten sekä kesä- ja ruskasesonkien kasvupotentiaalin taustalähteenä.

Kuusamon kaupunki. (2026). Tulevaisuustoimialan esittely. Kehitysjohtaja Jari Karsikko, 1.4.2026. Käytetty Kuusamon kehittämisorganisaation, kaavoituksen, työllisyys- ja kansainvälisyyspalvelujen sekä matkailu- ja tapahtumakehittämisen taustalähteenä.

Naturpolis Oy. (2017). Koillismaan elintarvikealan kasvuohjelma. Käytetty aiemman elintarvikealan kehittämispolun, villiruoka-ajattelun, lisäarvon, tuotteistuksen, logistiikan, yhteistyön ja toimialakoordinaation taustalähteenä.

Koillismaan elintarvikealan strateginen kehittämisohjelma 2026-2030 (tiivistelmä)

Toteutus ja asiantuntijatyö:

idea nature INNVOLVE

Tiiviissä yhteistyössä:

Koillismaan alueen yrittäjät, Naturpolis ja kaupungin ja kunnan sidosryhmät

Liite 2. Strateginen tiivistelmä: Koillismaan ruokaketjun kaupallinen aikakausi 2026–2030

1. Lähtökohta: Vahva perusta ja suuri potentiaali

Koillismaan ruokatalous astuu vuosina 2026–2030 uuteen, puhtaasti kaupalliseen vaiheeseen. Alueella on vahva kysyntäpohja, jota vetää Rukan ja Kuusamon kukoistava matkailu. Paikallinen arvoketju ei kuitenkaan vielä kykene muuttamaan tätä kysyntää täysimääräisesti alueelle jääväksi liikevaihdoksi, työksi ja investoinneiksi.

Strategian ydin on rakentaa **hajanaisen kehittämisen tilalle yksi kriisinkestävä, kaupallinen järjestelmä.** Se yhdistää Kuusamon ja Rukan asiakasvirrat sekä Taivalkosken vahvan alkutuotanto- ja luontopohjan saumattomaksi kokonaisuudeksi, jota koordinoi kaupallinen Wild Food 2.0 -toimintamalli.

2. Mahdollisuudet: Rakenteiden sujuvoittaminen yrittäjän avuksi

Kasvun esteenä ei ole kysynnän puute, vaan järjestelmän hajanaisuus. Jotta yrittäjät voivat vastata kasvavan matkailijavirran lisäämään kysyntään paremmin, on arjen pullonkaulat purettava. Tämä tehdään laajentamalla matkailun vetovoimaa Rukan ulkopuolelle koko Koillismaan hiljaisuuteen ja luonnonkiertoon, sekä **suoraviivaistamalla logistiikkaa niin, että tuotteiden matka metsästä ja järveltä suoraan lautasille on mahdollisimman lyhyt**.

Samalla pientuottajien investointikynnystä *(investoinneista käyttökuluihin)* madalletaan yhteiskäyttöisillä tiloilla. Tämä ei ainoastaan vapauta yrittäjän aikaa ja pääomaa kasvuun, vaan rakentaa elintärkeää alueellista huoltovarmuutta ja resilienssiä – kykyä ruokkia alue poikkeusoloissakin.

3. Tulevaisuuden ratkaisut: Neljä konkreettista toimenpidekonseptia

Strategian toimeenpano lepää neljän operatiivisen työkalun varassa:

- **Kaupallinen priimusmoottori:** Verkostolle nimetään operatiivinen vetäjä, joka keskittyy puhtaasti B2B-myyntiin, sopimusneuvotteluihin ja ketjuyhteistyöhön, ja vapauttaa tuottajat omaan ydinosaamiseensa.
- **Yhteiskäyttöinen kokeilualusta-infra (hubit):** Olemassa olevia tiloja hyödyntämällä luodaan matalan kynnyksen tuotanto- ja pakkaustiloja. Yrittäjä säästyy raskailta omilta laiteinvestoinneilta ja voi nostaa raaka-aineensa jalostusarvoa turvallisesti.

- **Satokausikalenteri-ohjaus:** Luonnon todellinen kausikierto käännetään liiketoiminnan ohjauksen ja markkinoinnin työkaluksi. Satokausikalenteri synkronoi ravintoloiden listat saatavuuden mukaan ja tekee sesonkien vaihtuvuudesta arktisen laatutekijän.
- **Kaksikärkinen tuoteportfolio:** Tarjonta eriytetään selkeästi. *Wild Food Paras arki* tarjoaa paikallisille helppoja laatuaterioita *(esim. kauppojen älykaappien kautta)* tasaisen kassavirran turvaamiseksi. Tämän rinnalla kotiutetaan matkailijavirran tuloja korkean katteen *Wild Food Premium* -tarjonnalla.

4. Vaikutukset ja edut alueen yrittäjille

Strategia murentaa yrittäjän perinteisen investointiloukun. Kun raskaat tilainvestoinnit muuttuvat yhteisten hubien myötä joustaviksi palveluostoiksi ja käyttökuluiksi ja kun logistiikka hoidetaan keskitetysti, yrittäjän henkilökohtainen taloudellinen riski pienenee merkittävästi. Ajanhallinta ja jaksaminen paranevat, kun saantikello antaa luvan levätä ja keskittyä olennaiseen.

Yhteisen myyntikoneiston ansiosta yksin puurtavien yritysten luottoluokitus ja pankkikelpoisuus nousevat, ja paikallisen jalostusarvon noston myötä katteet jäävät tukkurien sijasta yrittäjien taskuun.

5. Vaikutukset ja edut kunnille ja aluetaloudelle

Kuntien ja aluetalouden kannalta kyse on 150 miljoonan euron vuotuisen matkailutulon kotiuttamisesta. Kun eurot saadaan kiertämään paikallisessa elintarvikeketjussa alueen ulkopuolelle karkaamisen sijaan, se synnyttää ketjureaktion: uutta B2B-liiketoimintaa, uusia työpaikkoja ja sivuvirtojen tehokkaampaa hyödyntämistä. Organisoitu, yhteiseen infraan nojaava ekosysteemi houkuttelee alueelle täysin uudenlaista riskipääomaa, kiinteistösijoittajia ja uusia yrityksiä.

6. Vaikutukset ja edut ihmisille ja yhteisölle

Paikallisyhteisölle muutos näkyy alan arvostuksen palautumisena. Kun elintarvikeala yhdistetään älyteknologiaan ja huippubrändäykseen, se muuttuu nuorten ja paluumuuttajien silmissä jälleen elivoimaiseksi ja vetovoimaiseksi urapoluksi. Koulutuksen haasteita puretaan hubien yhteydessä toimivalla mestari-kisälli -mallilla, joka madaltaa alanvaihtajien työllistymiskynnystä.

Kaikkein tärkeintä on kuitenkin kulttuurin muutos: **yksin selviytymisen ja luottamuspulan tilalle rakentuu jaetun infran myötä psykologista turvallisuutta ja paikallisylpeyttä,** joka nostaa koko Koillismaan onnellisuuskerrointa.

LIITE 2. Koillismaan elintarvikkeiden kulutusarvion laskentaperusteet 2026–2030

Tämä liite kuvaa, miten Koillismaan elintarvikkeiden kulutusarvio ja tuotekategorioiden euromääräinen kehitys on laskettu vuosille 2026–2030. Laskelma on suuntaa-antava markkinapotentiaalin arvio. Se ei kuvaa toteutunutta myyntiä, vaan arvioi alueella tapahtuvaa elintarvikekulutusta vakituisten asukkaiden, lähialueen asukkaiden, vapaa-ajan asukkaiden, matkailijoiden ja kauttakulkijoiden perusteella.

Laskennan lähtökohtana on, että Koillismaan elintarvikekulutus muodostuu sekä ympärivuotisesta peruskulutuksesta että voimakkaasti sesonkiluonteisesta matkailu- ja vapaa-ajankulutuksesta. Tämän vuoksi laskelmassa on huomioitu kuluttajaryhmien määrän lisäksi niiden erilainen kulutusvaikutus alueella.

1. Kokonaiskulutuksen laskentaperuste

Elintarvikkeiden kokonaiskulutus on laskettu kuluttajaryhmittäin. Jokaiselle ryhmälle on arvioitu määrä ja alueella tapahtuva kulutusvaikutus. Vakituisen asukkaan vaikutus on ympärivuotinen, kun taas matkailijan ja kauttakulkijan vaikutus perustuu lyhyempään oleskeluun ja päiväkohtaiseen kulutukseen.

Peruskaava:

$$K_t = \Sigma \, (N_{r,t} \times P_{r,t} \times C_{r,t})$$

missä:

- $\mathbf{K_t}$ = elintarvikkeiden kokonaiskulutus vuonna *t*
- $\mathbf{N_{r,t}}$ = kuluttajaryhmän *r* henkilömäärä vuonna *t*
- $\mathbf{P_{r,t}}$ = kuluttajaryhmän arvioitu kulutuspäivä- tai vuosivaikutus alueella
- $\mathbf{C_{r,t}}$ = kuluttajaryhmän keskimääräinen elintarvikekulutus euroina
- $\mathbf{\Sigma}$ = kaikkien kuluttajaryhmien summa

Kuluttajaryhmiä ovat:

Kuluttajaryhmä	Laskennallinen merkitys
Kuusamolaiset	Ympärivuotinen peruskulutus
Lähikuntien asukkaat	Alueellinen asiointi- ja ostovoimavaikutus
Vapaa-ajan asukkaat	Mökkikausien ja sesonkien kulutus
Matkailijat	Ravintola-, kahvila-, kauppa- ja premium-kulutus
Kauttakulkijat	Lyhytkestoinen eväs-, kahvila- ja ostoskulutus

Tällä periaatteella kokonaiskulutukseksi on arvioitu:

Vuosi	Kokonaiskulutus
2026	102,1 milj. €
2027	112,4 milj. €
2028	119,0 milj. €
2029	127,6 milj. €
2030	137,5 milj. €

Kokonaiskulutuksen kasvu vuosina 2026–2030 on noin **+34,7 %**.

2. Sesonkien huomiointi

Koillismaan kulutus on jaettu viiteen sesonkiin: talvi, kevät/kesän alku, kesä, ruska ja hiljainen kausi. Sesonkiosuudet vaikuttavat siihen, milloin kulutus realisoituu ja mitkä tuoteryhmät painottuvat eri vuodenaikoina.

Sesonkijakauma:

Sesonki	Kuukaudet	Osuus 2026	Osuus 2030
Talvi	joulu–maaliskuu	50–55 %	45–50 %
Kevät / kesän alku	huhti–kesäkuu	10–15 %	10–15 %
Kesä	heinä–elokuu	20–25 %	25–30 %
Ruska	syys–lokakuu	10–15 %	15–20 %
Hiljainen kausi	marraskuu	5–10 %	5–10 %
Yhteensä		**100 %**	**100 %**

Sesonkien avulla kokonaiskulutusta voidaan tarvittaessa jakaa vuodenaikakohtaiseksi kulutukseksi.

Sesonkikulutuksen kaava:

$$S_{s,t} = K_t \times Q_{s,t}$$

missä:

- $S_{s,t}$ = sesongin *s* kulutus vuonna *t*
- K_t = kokonaiskulutus vuonna *t*
- $Q_{s,t}$ = sesongin osuus kokonaiskulutuksesta vuonna *t*

Esimerkiksi jos vuoden 2026 kokonaiskulutus on 102,1 milj. € ja talvikauden osuudeksi arvioidaan 50–55 %, talvikauden kulutus on:

102,1 milj. € × 50–55 % = noin 51,1–56,2 milj. €

3. Luken ravintotaseen rooli laskelmassa

Luonnonvarakeskuksen ravintotasetta on käytetty laskennan lähtöjakauman muodostamiseen. Ravintotase kuvaa valtakunnallisesti, miten elintarvikkeiden kulutus jakautuu eri tuoteryhmiin, kuten maitotuotteisiin, lihaan, kalaan, viljoihin, kasviksiin, hedelmiin ja marjoihin sekä juomiin.

Ravintotase ei siis muuta euromääräisen laskennan peruskaavaa, vaan se vaikuttaa kaavan muuttujaan $O_{i,t}$, eli tuoteryhmän osuuteen kokonaiskulutuksesta.

Tuotekategorian peruskaava:

$$A_{i,t} = K_t \times O_{i,t}$$

missä:

- $A_{i,t}$ = tuoteryhmän *i* euromääräinen arvo vuonna *t*
- K_t = elintarvikkeiden kokonaiskulutus vuonna *t*
- $O_{i,t}$ = tuoteryhmän *i* osuus kokonaiskulutuksesta vuonna *t*

Luken ravintotase on toiminut valtakunnallisena vertailupohjana sille, millaisia osuuksia eri tuoteryhmille voidaan antaa. Tätä perusrakennetta on tämän jälkeen sovellettu Koillismaan erityispiirteisiin, kuten matkailuun, sesonkeihin, vapaa-ajan asumiseen, paikalliseen kalaan, poroon, riistaan, marjoihin ja muihin luonnontuotteisiin.

Esimerkiksi ravintotaseen mukainen kalankulutus antaa pohjan kalatuotteiden osuudelle, mutta Koillismaan laskelmassa kalatuotteiden painoa on korotettu alueellisen matkailu-, ravintola- ja paikalliskalapotentiaalin vuoksi.

4. Vuoden 2026 tuotekategoriaosuuksien muodostaminen

Vuoden 2026 tuotekategoriaosuudet on muodostettu yhdistämällä kolme tekijää:

Luken ravintotaseen mukainen valtakunnallinen kulutusrakenne + kotitalouksien kulutusmenojen rakenne + Koillismaan alueelliset painotukset

Vuoden 2026 lähtöosuudet ovat:

Tuotekategoria	Osuus 2026	Laskentaperuste
Maitotuotteet	13 %	Ravintotaseen mukainen vahva peruskulutusryhmä
Lihatuotteet	22 %	Lihan peruskulutus sekä poron, riistan ja premium-lihan alueellinen painotus
Kalatuotteet	8 %	Ravintotaseen pohja, korotettu paikalliskalan ja ravintolakäytön vuoksi
Kasvikset	11 %	Ravintotaseen pohja sekä terveellisyyden ja ravintolakulutuksen kasvu
Viljatuotteet	12 %	Vakaa peruskulutuksen tuoteryhmä
Hedelmät ja marjat	6 %	Ravintotaseen pohja sekä marjojen ja luonnontuotteiden alueellinen painotus
Valmisruoat ja puolivalmisteet	9 %	Matkailun, mökkeilyn, retkeilyn ja helppouden painotus
Juomat	5 %	Juomien peruskulutus sekä kahvila- ja matkailukulutus
Alkoholijuomat	7 %	Matkailu-, ravintola- ja vapaa-ajankulutuksen arvio
Muut elintarvikkeet	7 %	Kahvi, makeiset, mausteet, öljyt, kastikkeet, välipalat ja muut pienryhmät
Yhteensä	**100 %**	

Vuoden 2026 euromääräinen arvo on laskettu kertomalla kokonaiskulutus tuoteryhmäosuudella.

Kaava:

$$A_{i,2026} = K_{2026} \times O_{i,2026}$$

Esimerkiksi kalatuotteet:

102,1 milj. € × 8 % = 8,2 milj. €

5. Tuotekategorioiden arvon nousun laskentaperuste

Vuosien 2027–2030 tuotekategoria-arvot on laskettu tuoteryhmäkohtaisilla kasvukertoimilla. Kaikille tuoteryhmille ei ole käytetty samaa kasvuprosenttia, koska kulutus kehittyy eri tavoin

perustuotteissa, matkailutuotteissa, premium-tuotteissa ja terveellisyyteen liittyvissä tuoteryhmissä.

Kasvuprosentit perustuvat seuraaviin tekijöihin:

1. kokonaiskulutuksen kasvu
2. Luken ravintotaseen mukainen peruskulutusrakenne
3. Koillismaan matkailu- ja sesonkivaikutus
4. tuoteryhmän arvioitu kysynnän muutos
5. premium-, ravintola-, retkeily- ja vapaa-ajankulutuksen vaikutus

Kasvukaava:

$$\mathbf{A_{i,t} = A_{i,2026} \times (1 + r_i)^n}$$

missä:

- $\mathbf{A_{i,t}}$ = tuoteryhmän *i* arvo vuonna *t*
- $\mathbf{A_{i,2026}}$ = tuoteryhmän arvo vuonna 2026
- $\mathbf{r_i}$ = tuoteryhmän keskimääräinen vuotuinen kasvukerroin
- **n** = vuosien määrä vuodesta 2026
    - 2027: n = 1
    - 2028: n = 2
    - 2029: n = 3
    - 2030: n = 4

Jos tiedossa on vuoden 2026 lähtöarvo ja vuoden 2030 tavoitearvo, vuotuinen kasvukerroin saadaan kaavalla:

$$\mathbf{r_i = (A_{i,2030} / A_{i,2026})^{(1/4)} - 1}$$

Esimerkiksi kalatuotteet:

$A_{i,2026}$ = 8,2 milj. €
$A_{i,2030}$ = 11,7 milj. €

$$\mathbf{r_i = (11{,}7 / 8{,}2)^{(1/4)} - 1 \approx 9{,}3\ \%\ vuodessa}$$

6. Tuotekategorioiden euromääräinen laskelma

Elintarvikeryhmä	2026	2027	2028	2029	2030	Kasvu 2026–2030
Maitotuotteet	13,5 milj. €	14,1 milj. €	14,7 milj. €	15,6 milj. €	16,7 milj. €	+24 %
Lihatuotteet	22,6 milj. €	24,3 milj. €	25,8 milj. €	27,6 milj. €	29,6 milj. €	+31 %

Elintarvikeryhmä	2026	2027	2028	2029	2030	Kasvu 2026–2030
Kalatuotteet	8,2 milj. €	9,1 milj. €	9,8 milj. €	10,6 milj. €	11,7 milj. €	+43 %
Kasvikset	11,3 milj. €	12,3 milj. €	13,5 milj. €	14,6 milj. €	15,9 milj. €	+40 %
Viljatuotteet	12,4 milj. €	12,8 milj. €	13,2 milj. €	13,5 milj. €	14,0 milj. €	+13 %
Hedelmät ja marjat	6,2 milj. €	6,8 milj. €	7,2 milj. €	7,8 milj. €	8,5 milj. €	+37 %
Valmisruoat ja puolivalmisteet	9,3 milj. €	10,8 milj. €	11,8 milj. €	12,9 milj. €	14,0 milj. €	+51 %
Juomat	5,2 milj. €	5,6 milj. €	6,0 milj. €	6,4 milj. €	6,9 milj. €	+33 %
Alkoholijuomat	7,2 milj. €	7,9 milj. €	8,5 milj. €	9,3 milj. €	10,1 milj. €	+40 %
Muut elintarvikkeet	7,2 milj. €	7,9 milj. €	8,5 milj. €	9,3 milj. €	10,1 milj. €	+40 %
Yhteensä	**102,1 milj. €**	**112,4 milj. €**	**119,0 milj. €**	**127,6 milj. €**	**137,5 milj. €**	**+34,7 %**

7. Laskelman rajaukset

Laskelma on arvio, ei toteutunut myyntitilasto. Tuotekategoriat on laskettu pääryhmittäin, ei yksittäisten tuotteiden tasolla. Matkailijoiden, vapaa-ajan asukkaiden ja kauttakulkijoiden kulutus perustuu arvioituun keskimääräiseen kulutusvaikutukseen. Tuotekategorioiden kasvu sisältää sekä määrällistä kulutuksen kasvua että arvon nousua. Ravintotase toimii laskennan valtakunnallisena kulutusrakenteen pohjana, mutta lopulliset osuudet on sovitettu Koillismaan alueelliseen ja sesonkiluonteiseen kulutukseen.

LIITE 3. Kausaalikartan selitys: arvoketjun katkokset ja rahareijät Koillismaan elintarvikejärjestelmässä

Tämä liite avaa kausaalikartan sisällön. Kartta kuvaa, miksi Koillismaan elintarvikkeiden kysyntä ei nykytilanteessa muutu täysimääräisesti alueelliseksi liikevaihdoksi, työpaikoiksi ja investoinneiksi. Lähtökohtana on, että **ostajia ja kysyntää on riittävästi**, mutta alueellinen tarjonta, jalostus, logistiikka ja yritysten kasvukyky eivät pysty vastaamaan kysyntään riittävällä tavalla.

Kausaalikartta tunnistaa neljä pääasiallista ongelmakokonaisuutta:

1. **Arvoketjun katkos**
2. **Pitkä matka joka paikkaan**
3. **Investointivelka ja resurssien vähäisyys**
4. **Luottamusvaje, yhteistyön puute ja koordinaation vähäisyys**

Näiden seurauksena syntyy niin sanottuja **rahareikiä**, joiden kautta eurot valuvat Koillismaan ulkopuolelle.

1. Arvoketjun katkos

Arvoketjun katkos tarkoittaa sitä, että paikallinen elintarvikeketju ei muodosta ehjää kokonaisuutta alkutuotannosta jalostukseen, logistiikkaan, myyntiin ja loppukäyttöön.

Keskeiset ongelmat ovat:

Ongelma	Vaikutus
Alkutuotannon vähäisyys ja jalostuksen tyhjiö	Raaka-aineiden saatavuus heikkenee ja jalostusaste jää matalaksi.
Keruuverkostojen pirstaloituminen	Marjojen, sienten ja villiyrttien keruu on hajanaista, jolloin toimitusvarmuus jää heikoksi.
Jalostuskapasiteetin puute	Paikalliset tuotteet joudutaan usein kuljettamaan muualle käsiteltäviksi tai jalostettaviksi.

Tämän seurauksena paikalliset tuotteet eivät pääse riittävästi kauppoihin, ravintoloihin, matkailuyrityksiin ja julkisiin ruokapalveluihin. Kysyntää olisi, mutta tarjonta ei ole riittävän jatkuvaa, volyymiltaan riittävää tai helposti ostettavaa.

2. Pitkä matka joka paikkaan

Koillismaan pitkät etäisyydet ja harva asutus aiheuttavat elintarvikeketjulle rakenteellisia kustannuksia. Hajallaan oleva tuotanto ja kysyntä edellyttävät toimivaa logistiikkaa, kylmäketjua, varastointia ja yhteisiä kuljetusratkaisuja.

Keskeiset ongelmat ovat:

Ongelma	Vaikutus
Vantaan kautta -ilmiö	Paikalliset tuotteet voivat kulkea eteläisten terminaalien kautta takaisin pohjoiseen.
Suurten ketjujen kankeus	Pienten toimijoiden on vaikea päästä suuriin hankintakanaviin ilman riittävää volyymia.
Infran puute	Yhteinen pienlogistiikka, kylmätilat ja yhdistelykuljetukset puuttuvat tai ovat riittämättömiä.

Pitkät kuljetusketjut lisäävät kustannuksia, heikentävät laatua ja vähentävät paikallisten tuotteiden kilpailukykyä. Samalla logistiikkakustannukset syövät katetta sekä tuottajilta että jalostajilta.

3. Investointivelka ja resurssien vähäisyys

Kausaalikartassa investointivelka tarkoittaa sitä, että alueella on liian vähän pääomaa, tuotantotiloja, laitteita, jalostuskapasiteettia ja tuotekehitysresursseja suhteessa kysyntään.

Keskeiset ongelmat ovat:

Ongelma	Vaikutus
Oman pääoman puute	Yritysten kyky investoida uusiin tiloihin, laitteisiin ja tuotantoon jää rajalliseksi.
Riskinottokyvyn rajat	Pienet yritykset eivät uskalla tai pysty kasvamaan kysynnän mukana.

Ongelma	Vaikutus
Yhteisen infrastruktuurin puute	Tuotantotilat, kokeilualustat, varastot ja kylmätilat puuttuvat.

Kun investoinnit jäävät toteutumatta, yritysten kasvu hidastuu. Tuotekehitys etenee hitaasti, kilpailukyky heikkenee ja kannattavuus jää matalaksi. Tämä vahvistaa negatiivista kehää: kun yritykset eivät kasva, alueelle ei synny lisää kapasiteettia, työpaikkoja eikä uutta tarjontaa.

4. Luottamusvaje, yhteistyön puute ja koordinaation vähäisyys

Kausaalikartta nostaa esiin myös yhteistyöhön liittyvän ongelman. Paikallinen ruokajärjestelmä tarvitsee yritysten, tuottajien, jalostajien, kaupan, ravintoloiden, matkailun, kuntien ja kehittäjäorganisaatioiden välistä koordinaatiota.

Keskeiset ongelmat ovat:

Ongelma	Vaikutus
Luottamusvaje ja yhteistyön haasteet	Yritykset eivät löydä riittävästi yhteisiä toimintamalleja.
Johtajuustyhjiö	Verkostolta puuttuu kaupallinen veturi tai selkeä koordinaattori.
Hankeväsymys	Aiemmat hankkeet eivät ole aina johtaneet pysyviin rakenteisiin.

Jos yhteistyö jää heikoksi, yhteisiä investointeja, logistiikkaratkaisuja, brändejä, hankintamalleja ja myyntikanavia ei synny. Tällöin jokainen toimija joutuu ratkaisemaan ongelmia yksin, mikä lisää kustannuksia ja pienentää vaikuttavuutta.

5. Keskeinen ongelma: arvoketju ei toimi Koillismaalla

Kartan keskellä oleva pääongelma tiivistää tilanteen:

Alueellinen tarjonta ei vastaa matkailun, ravintoloiden, vähittäiskaupan ja julkisten ruokapalveluiden kysyntää.

Tämä johtuu erityisesti seuraavista tekijöistä:

- raaka-aineiden saatavuus on heikkoa tai epävakaata
- jalostusaste jää matalaksi
- logistiikka on kallista ja hajanaista
- investoinnit jäävät toteutumatta
- yhteistyö ja koordinaatio ovat hajanaisia

Näiden seurauksena paikalliset tuotteet ovat usein liian kalliita, liian epävarmasti saatavilla tai liian vaikeasti hankittavissa verrattuna valtakunnallisiin vaihtoehtoihin.

6. Seuraukset yrityksille ja alueelle

Kun arvoketju ei toimi, seuraukset näkyvät usealla tasolla:

Seuraus	Selitys
Hinnat ovat korkeat ja kilpailukyky heikko	Paikallisten tuotteiden kustannustaso nousee logistiikan, pienten volyymien ja jalostuspuutteiden vuoksi.
Katteet jäävät mataliksi	Kustannukset syövät kannattavuutta ennen kuin yritys ehtii kasvaa.
Kysyntä tyydytetään ulkopuolelta	Ravintolat, kaupat ja matkailuyritykset ostavat tuotteita valtakunnallisista kanavista.
Innovaatiot ja tuotekehitys hidastuvat	Yrityksillä ei ole riittävästi aikaa, rahaa tai osaajia kehittää uusia tuotteita.
Alueen vetovoima ja elinvoima heikkenevät	Työpaikkoja, verotuloja ja yritysten kasvua syntyy vähemmän kuin kysyntä mahdollistaisi.

7. Rahareiät: mihin eurot valuvat?

Kausaalikartta tunnistaa viisi pääasiallista rahareikää, joiden kautta Koillismaan elintarvikekysynnästä syntyvä arvo valuu alueen ulkopuolelle.

Rahareikä	Miten arvo valuu pois?	Hyötyjä alueen ulkopuolella
Logistiikkakustannukset	Kuljetukset, välikädet ja terminaalit nielevät katetta.	Logistiikkayhtiöt ja terminaalit muualla
Ostot ulkopuolelta	Ravintolat ja kaupat tukeutuvat valtakunnallisiin hankintakanaviin.	Tukut ja teollisuus etelässä
Jalostus muualla	Raaka-aine viedään muualle jalostettavaksi.	Jalostajat suuremmissa kaupungeissa
Katteet ja voitot	Jalostusarvo ja kaupan kate syntyvät muualla.	Omistajat ja sijoittajat muualla
Investoinnit muualla	Pääoma kohdistuu alueille, joissa tuotto-odotus on parempi.	Ulkopuoliset investointikohteet

Rahareikien yhteinen vaikutus on, että vaikka Koillismaalla on kysyntää, kaikki kysynnän synnyttämä taloudellinen arvo ei jää alueelle.

8. Miksi kasvu jää haastavaksi?

Kartan oikeassa yläkulmassa kuvataan seuraukset, jos arvoketjun katkoksiin ja rahareikiin ei puututa:

- investoinnit jäävät toteutumatta
- yritykset eivät kasva

- työpaikat ja elinvoima menettävät vauhtia
- alueen riippuvuus ulkopuolisista toimijoista kasvaa

Tällöin Koillismaan elintarvikemarkkina voi kyllä kasvaa kulutuksen näkökulmasta, mutta kasvu ei muutu riittävästi paikalliseksi yritystoiminnaksi.

9. Ratkaisun peruslogiikka

Kartan alaosassa esitetään ratkaisun peruslogiikka:

Rakennetaan arvoketju Koillismaalle.

Tämä tarkoittaa, että alueelle tarvitaan pysyviä rakenteita, jotka vahvistavat:

Ratkaisuelementti	Merkitys
Yhteistyö ja luottamus	Toimijat sitoutuvat yhteisiin tavoitteisiin ja toimintamalleihin.
Jalostus- ja kokeilualustat	Yrityksille syntyy mahdollisuus kehittää ja valmistaa tuotteita alueella.
Yhteinen logistiikka ja kylmäinfra	Tuotteet saadaan liikkumaan kustannustehokkaasti ja laadukkaasti.
Yhteiset investoinnit ja rahoitusratkaisut	Yritykset voivat kasvaa ja jakaa riskiä.
Pysyvä kaupallinen vetovastuu	Kehittäminen ei jää vain hankkeiksi, vaan muodostuu liiketoimintaa tukevaksi rakenteeksi.

Tavoitetilassa **arvo syntyy Koillismaalla ja eurot jäävät alueelle**. Tämä tarkoittaa kannattavampia yrityksiä, uusia työpaikkoja, investointeja, elinvoimaa ja vahvempaa paikallista ruokabrändiä.