

Elintarvikkeiden tuotannon ja jalostuksen lähitulevaisuuden mahdollisuudet Etelä-Savossa

Haastatteluihin perustuva lyhyt raportti 30.11.2022

Rahoittajana on Maakuntaliitto ja rahoituslähde on Maakunnan omaehtoisen kehittämisen määräraha

Fagerlund Heidi, Etelä-Savon Koulutus Oy

1. Johdanto

Selvityshankkeen taustaa

Etelä-Savon vahvuudet ovat pelloissa, metsissä ja vesistöissä. Maakunnan strategian mukaisesti tavoittelemme alueella korkean jalostusasteen liiketoimintaa, jossa ruokaketjut ovat erikoistuneita ja hyvin toimivia. Näihin tavoiteisiin pääseminen edellyttää päämäärätietoista toimintaa koko maakunnalta. Elintarvikkeiden tuotanto ja jalostus ovat olleet isojen muutosten edessä. Uusina haasteina ovat tulleet vaatimukset vähähiilisestä tuotannosta ja energian säästöstä. Alueellinen ruokatuotanto takaa riippumattomuutta ja omavaraisuutta, ja sen pitäminen elinvoimaisena on hyvin tärkeää.

Selvityshankkeen tavoitteena on kartoittaa tämän hetken näkymiä ja osaamista haastattelemalla vapaamuotoisesti elintarvikeketjussa toimivia yrityksiä, alueen tukkuja, tuotekehitystä tekeviä tahoja, tutkimuslaitoksia, järjestöjä ja oppilaitoksia. Näkemyksistä olisi hyvä saada poikkileikkaus tässä ajassa ja näistä tiedoista olisi mahdollista löytää Etelä-Savon alueen vahvuudet nyt ja lähitulevaisuudessa.

Selvityksen aikatahtain on lähitulevaisuudessa, mutta selvitys sivuaa myös kauaskantoisempia ajatuksia koskien Etelä-Savon tulevaisuuden ruokatuotantoa ja ruokahuoltoa. Ruokajärjestelmässämme on tapahtunut merkittäviä ennakoimattomia muutoksia viimeisen kolmen vuoden aikana. Koronapandemia, joka alkoi 2019 herätti suomalaiset ajattelemaan ruoan omavaraisuutta rajojen sulkeuduttua hetkeksi ja yhteiskunnan sopeutuessa yllättävään tilanteeseen. Kotimaisen tuotannon merkitys sai uuden sysäyksen. Tätä ensimmäistä sopeutumista ja uutta innovointi- ja investointihalukkuutta seurasi pian toinen sopeutuminen Venäjän hyökättyä alkuvuodesta 2022 Ukrainaan. Venäjän hyökkäys on johtanut merkittäviin vaikutuksiin maatalouden ja ruokatuotannon kustannusrakennelmassa, lannoitteiden ja varaosien saanti on heikentynyt ja energia on kallistunut huomattavasti.

On odotettavissa, että energian hinta tulee pitkään säilymään korkeammalla tasolla, mihin on totuttu ellei pysyvästi. Inflaatio on noussut nopeasti ja sitä yritetään hillitä korkojen avulla. Vuoden 2022 aikana ohjauskorkoja on nostettu merkittävästi ja koron nostoille ei välttämättä vielä näy loppua. Näistä syntyvät kustannuspaineet tuotantopanoksissa ja rahoituksen hinnassa tulevat vaikuttamaan yritysten kannattavuuteen. Tämä voi johtaa ohuella katteella toimivien alojen, kuten ruokatuotannon yritystoiminnan supistamiseen tai jopa lopettamiseen. Ollaan tultu tilanteeseen, jossa toisaalta arvostetaan kotimaista varautumista ja mutta samalla kamppaillaan hyvin vaikeiden kustannuspaineiden kanssa. Varautumisessa olisi tärkeää säilyttää alueellisesti hajautetun tuotannon malli.

Ruokajärjestelmä on nyt mullistuksien kourassa, tämä voi olla monille toimijoille kohtalokasta. Toisaalta kotimaisen puhtaan, hyvin tuotetun ruoan kysyntä on varmasti kasvussa. Hyville erikoistuotteille on myös kysyntää vientimarkkinoilla. Tilanteessa on siis mahdollisuuksia, mutta ainakin sinnikkyyttä ja kestäkykyä kaivataan seuraavien, jopa kriittisten vuosien ajan.

Mitä tässä tilanteessa pitäisi tehdä Etelä-Savon alueella, mihin mahdollisesti erikoistua ja miten aktivoida yrittämiseen? Tässä raportissa on haastateltu erilaisia sidosryhmiä, yrittäjiä, kunta-alan toimijoita ja oppilaitosten edustajia. Heidän mielipiteitään ja näkemyksiään on kirjattu tähän raporttiin. Joitakin tuloksia on verrattu muihin laajempiin raportteihin vuosilta 2013-2022, joissa asiaa on tutkittu monelta eri kantilta. Haastattelun kautta on saatu konkreettista sisäpiirinäkemyksiä, joka toivottavasti tulee kuulluksi. Raportissa esitetään myös rakentavaa kritiikkiä, sillä jos halutaan aitoa muutosta parempaan, on uskallettava tuoda esille esteitä ja epäkohtia.

Ruoka-alan tulevaisuus alueella on alkanut hirvittämään haastatteluiden edetessä, mutta niin on hirvittänyt haastateltujakin. Tämä on toimiala, jota ei voi korvata jollakin muulla toimialalla, ja sen vuoksi asian eteen täytyy nyt tehdä asioita isosti sekä julkisen puolen tuella, oppilaitoksissa että yrityksissä.

Tämä raportti perustuu haastatteluihin ja keskusteluihin monen eri tahon kanssa. Raportti ei sisällä suoria lainauksia tai viittauksia haastatteluihin, raportti on haastatteluiden pohjalta syntynyt synteesi. Selvityshankkeen rahoituslähde on Maakunnan omaehtoisen kehittämisen määräraha, jossa rahoittaja on Etelä-Savon maakuntaliitto, ja toinen rahoittaja on Etelä-Savon Koulutus Oy. Hankkeen nimi on Elintarvikkeiden tuotannon ja jalostuksen lähitulevaisuuden mahdollisuudet Etelä-Savossa. Hankkeen kesto oli kolme kuukautta ajalla 1.9.2022-30.11.2022.

Ruokasektorin yritykset Etelä-Savossa numeroina

Jos katsotaan Etelä-Savon maatalouden ja elintarviketeollisuuden kehitystä vuodesta 2013 (Työtä ja hyvinvointia! Lähiruoan käytön aluetaloudelliset vaikutukset Suomen maakunnissa, 2014) eteenpäin, nähdään selvästi, että maatilojen ja elintarvikealan yritysten lukumäärät ovat olleet vähenemään päin jo pitkään. Myös väestö vähenee, mikä ilmenee alueella ammattihenkilöiden työvoimapulana. Etelä-Savo on Suomen toiseksi pienin maakunta väestöltään. Maakunnan pinta-ala on yhdeksänneksi suurin 19 maakunnasta, myös jos luetaan vesistöt pois. Maakunnan väestötiheys on neljänneksi pienin, eli maakunta on harvaan asuttu ja tämä vaikuttaa erityisesti logistiikkaan. (Maakuntien_vesi-_ja_maapinta-alat, 2014). Alueella tuotettu maatalouden arvo pysynyt melko samana, mutta yritysten määrä on vähentynyt jatkuvasti.

Elintarvikejalostajia on Etelä-Savossa runsaat 100, joista suurin osa (75%) on pieniä, alle viiden henkilön yrityksiä. Toimialoista suurin on leipomoala 32 % osuudella yrityksistä. Selittävä tekijänä tälle suhteellisesti muuta maata suuremmalle osuudelle on leipomotoiminnan perinteet, toimialan melko edulliset investoinnit ja paikallisuuden arvostus kuluttajien keskuudessa. Teurastus ja lihanjalostus on seuraavaksi suurin toimiala, tästä seuraava toimiala oli vihannesten, hedelmien ja marjojen jalostus.

2021 maatilojen lukumäärä Etelä-Savossa oli 2173, joista maitotiloja oli 282 kappaletta. Maidontuotanto on taloudellisesti merkittävin maatalouden tuotantosuunta. Maidon osuus maatilojen myyntituloista on 52 % vuoden 2020 tilastojen mukaan, osuus putosi 60 prosentista 50 prosenttiin vuoden 2014 pakotteiden jälkeen ja on vähän kerrassaan noussut sieltä. Erikoiskasvien tuotanto on lisääntynyt ja nyt samaa tasoa maidon kanssa. Maidontuotantoon pysynyt volyymiltään samalla tasolla, vaikka maitotilojen määrä on vähentynyt viimeisen viiden vuoden aikana noin 10 % yksikköä (Maa- ja metsätalousyritysten taloustilasto, ei pvm).

Taulukko 1. Maatalous- ja puutarhayritysten lukumäärä ((Luonnonvara- ja biotalouden tutkimus 24/2018, 2018)) (SVT, 2020) Ruokasektorin yritykset Etelä-Savossa (KURVI-hanke, 2020) (URAKKA-hanke, 2021)

<i>Tuotantosuoja</i>	<i>2013</i>	<i>2015</i>	<i>2021</i>
<i>Viljanviljely</i>	352	338	185
<i>Muu kasvinviljely</i>	878	931	1079
<i>Kasvihuonetuotanto</i>	36	33	23
<i>Avomaantuotanto</i>	178	165	120
<i>Lypsykarjatalous</i>	507	472	272
<i>Naudanlihan tuotanto</i>	227	218	166
<i>Muu nautakarjatalous</i>	43	36	14
<i>Sikatalous</i>	25	16	7
<i>Siipikarjatalous</i>	8	8	7
<i>Muu laidunkarja</i>	229	164	38
<i>Sekamuotoinen tuotanto</i>	85	63	58
<i>yhteensä</i>	2568	2444	1969

Taulukko 2. Ammattikalastajien lukumäärä Etelä-Savossa (SVT, Luonnonvarakeskus, ei pvm)

<i>Tuotantosuoja</i>	<i>2016</i>	<i>2021</i>
<i>Aktiiviset ja rekisteröityneet ammattikalastajat</i>	169	146

Taulukko 3. Elintarvikeyritysten lukumäärä ((Luonnonvara- ja biotalouden tutkimus 24/2018, 2018)) (Työtä ja hyvinvointia! Lähiruoan käytön aluetaloudelliset vaikutukset suomen maakunnissa, 2014) Ruokasektorin yritykset Etelä-Savossa (KURVI-hanke, 2020) (KURVI-hanke, 2020)

<i>Toimiala</i>	<i>2013</i>	<i>2016</i>	<i>2020</i>
<i>Teurastus ja lihanjalostus</i>	21	26	9
<i>Kalanjalostus</i>	16	14	9
<i>Vihannesten ja marjojen jalostus</i>	18	17	3
<i>Maidon jatkojalostus</i>	2	2	1
<i>Myllytuotteiden valmistus</i>	4	3	2
<i>Leipomotoiminta</i>	47	34	26
<i>Juomien valmistus</i>	9	7	6
<i>Muiden elintarvikkeiden jalostus</i>	13	11	6
<i>yhteensä</i>	130	114	62

2. Missä mennään Etelä-Savossa

Toimintamahdollisuudet Etelä-Savossa

Jääkauden jäljiltä Etelä-Savon maasto vaihtelee tasaisen tiiviisti harjujen, soiden ja vesistöjen välillä. Tämä maantieteen sanelema tosiasia on rajoittanut tilojen ja viljelymaiden kokoa. Viljanviljelyn osuus on Etelä-Savossa selvästi pienempi kuin maassa keskimäärin. Karjatalouden kannalta tilanne on ollut hyvä, sillä nurmi on kasvanut hyvin tässä maastossa ja puhdasta vettä on riittänyt. Maidontuotanto on ollut taloudellisesti merkittävin maatalouden tuotantosuunta ja se edustaa tällä hetkellä 52 % maakunnan maatalouden bruttomyyntituloista. Muu kasvinviljely on nykyisellään alueen yleisin tuotantosuunta, ja luomutilojen määrä on ollut kasvussa. Avomaaviljelyn ongelmana on pitkälti se, että eletään kesän tuotantosesongissa. Sesonki voi olla koko kesän kestävä, tai niinkin lyhyt kuin kuusi viikkoa. Tilojen määrä vähenee koko ajan samaan tahtiin kuin muuallakin Suomessa, mutta tilakoko kasvaa. Maaseudulla asuu koko ajan vähemmän ihmisiä ja se vaikuttaa työvoiman saantiin.

Alueen maaperä, joka pohjautuu hietta- ja moreenimaahan, on suotuisaa avomaaviljelylle. Kasteluvettä riittää järvialueella. Pirstaleinen peltoala puolestaan auttaa tuholaiistorjunnassa, eli siinä missä ei saada suurien peltoalojen kokohyötyä, saadaan muita alueen maaston suotuisia ominaisuuksia hyödynnettyä.

Pieniä elintarvikejalostajia on maakunnassa reilu 100, ja joukossa muutamia valtakunnallisestikin merkittäviä yrityksiä. Vaikka maakunta ei ole erityistä viljelymaastoa, leipomoita on suhteessa enemmän kuin muualla suomessa. Maakunta tunnetaan monista maineikkaista leipomoistaan ja niiden tuotteista. Alueella on myös ruoka-alan tutkimus- ja kehittämistoimintaa ja ruoka onkin yksi maakunnan strategisista kärjistä. Kuitenkin tuntuu siltä, että elintarvikepuolen puolestapuhujat puuttuvat alueelta.

Kotimaan matkailu kasvoi voimakkaasti koronapandemian myötä, ja Saimaan alue on houkutelut uusia matkailijoita. Matkailun valtteina ovat olleet luonto ja paikalliset ruokaelämykset. Alueen maine on noussut hyvien ravintoloiden, tuottajien ja luomutuotannon ansiosta. Etelä-Savo on kesämatkailun ja vapaa-ajan asumisen kärkimaakunta ja kesäasukkaita on runsaat 80.000, joka on noin 10 % koko maan kesäasukkaista.

Etelä-Savon ihminen on aina ollut moniosaaja. Toimeentulo on hankittu maanviljelyksen ohella kalastuksella, kirvesmiehen hommilla, marjastuksella, sienestyksellä, metsästyksellä ja vaikka hiekkakuopilla. Osaaminen on ollut laajaa ja sillä on tullut toimeen. Aluetta on asutettu harvakseen. Tämä ei kuitenkaan ole tarjonnut mahdollisuutta suureen keskittämiseen, ja tilakoot ovat kautta aikojen olleet pieniä verrattuna muuhun suomeen. Etelä-Savo on kuitenkin havahtunut siihen, että sen tulisi olla mukana maailman trendeissä, ja että sillä olisi aivan uniikkeja ja puhtaita tuotteita ja elämyksiä tarjottavana maailmalle.

Etelä-Savo on Saimaan äärellä, täällä on puhdas luonto, asutuskeskittymät ovat lapsiperheen unelma, hyvät koulut, paljon harrastusmahdollisuuksia, hienot vuodenaajat ja silti, missä on tänne muuttava väki? Emmekö osaa brändätä oikein tätä aluetta. Saako nuoret alueella mielenkiintoisia työtehtäviä ja onko alueen koulutus ajan tasalla? Tehdäänkö alueen kannalta oikein mietittyä tutkimusta? Miten tämä kaikki näkyy strategisessa päätöksenteossa ja asioiden toimeenpanossa?

Kehittämistarpeet

Suomessa on ruokasektorilla jäykät markkinat, kauppa hyvin keskittynyttä ja tämä antaa vain vähän vaihtoehtoja maatalouden yrittäjille ja elintarvikkeiden jalostajille. Etelä-Savon ruokatuotannolla on yleensä vain kaksi mahdollisuutta tuotteidensa myyntiin: suoraan tilalta kuluttajille tai yhtenä kauppana suurelle

keskittyneelle ostajalle. Jatkojalostusta harjoitetaan vain vähän, ja sen kehittämisessä piilekin paljon mahdollisuuksia.

Etelä-Savon alueen elintarvikealan yritykset edustavat monipuolista tuotantoa ja useimmilla on halua tuotekehitykseen ja laajentamiseen. Alueella viljellään paljon erikoiskasveja. Tulevaisuuden suunnittelu vaatii aikaa ja rahaa, ja sitä pienissä alle viiden hengen yrityksissä ei välttämättä ole. Näitä pieniä yrityksiä on alueella paljon. Yrityksillä ei myöskään ole aina osaamista eikä pääomaa laajentamiseen, ja tähän tarvittaisiin systemaattista ja pitkäjänteistä vetoapua. Yritykset, jotka pyrkivät kouluttautumaan ja hakemaan kasvua yhdessä elinkeinoelämää edistävien tahojen kanssa, ovat näiden ammattineuvojien varassa. Myös ammattineuvojien osaaminen, verkostoituminen, oikea asenne ja ajan seuraaminen on tärkeää.

Alkutuotannon kannattavuus on valitettavasti heikkoa. Tuotantomäärät ovat enimmäkseen pieniä, ja niillä ei pääse sisään suurin kauppaketjuihin. Maakunnan yrittäjät tarvitsevat tukea kasvuun ja alueellisen yhteistyön kehittämiseen. Yritystoiminta tarvitsee rahoitusta, visiota ja kykyä trendien seuraamiseen. Perinneruoat ovat yksi tulijalka, mutta kuluttajien uudet makutottumukset on otettava huomioon ja tässä tarvitaan uudistumiskykyä. Yrittäjäksi aikovat tarvitsevat tukea epävarmuuden ja kateuden voittamiseen. Olennaista on, että tavoitellaan aidosti kannattavaa toimintaa.

Lähiruoan laajamittaisempi käyttö tukisi aluetaloutta ja alueen hyvinvointia. Isona ongelmana on kuitenkin Etelä-Savon alueella polarisoituneet tilakoot ja toimitusvalmiudet. Alueen tuotanto on usein erikoistunutta ja volyymit pieniä. Tällaiset tuotteet soveltuvat myytäväksi esimerkiksi matkailun yhteydessä tai REKO-rinkien kautta. Alueen suuremmat tilat myyvät tuotteensa yleensä isoille valtakunnallisille toimijoille, ja siitä voi olla vaikea irrottaa pienempää erää alueelle myytäväksi.

Yhteistyötä korostivat jokainen tässä haastateltu taho, se osuu ilmeisesti yhteen alueen kipupisteeseen. Kaupunkien elinkeino-elimet uppoavat byrokraatiaan ja luovat ratkaisut eivät aina ole mahdollisia. Toiminnassa on paljon virkamiesmäisyyttä yrittäjien näkökulmasta. Tätä näkökulmaa pitäisi laajentaa ja löytää yhteinen strategia. Maakunnassa pitäisi yrittää nähdä reilusti eteenpäin, tämä on myös julkisien toimijoiden käsissä. Poliitikkojen pitäisi tunnistaa alueen omat vahvuudet yli puoluerajojen. Vahvuuksien eteen pitää tehdä määrätietoista toimintaa ja myös viestiä siitä ulospäin. Vaikka alkutuotanto ja elintarvikejalostus eivät ole taloudellisesti merkittävin toimiala maakunnassa, on sen olemassaolo välttämättömyys, eikä sitä voi vaihtaa toiseen toimialaan.

Esteet

Haasteena Etelä-Savon kehitykselle on maakunnan vähenevä väkiluku, joka on reilut 130.000 ihmistä (2022), yritysten vähäinen lukumäärä ja ammattimaisen työvoiman jatkuva puute. Alueelle pitäisi saada enemmän työtä ja jatkuvuutta. Varsinkin kausityöntekijöiden saaminen alueelle on suuri haaste. Alue tarvitsee lisää pitovoimaa, ja siihen vaikuttavat kaikki toimialat.

Yritysten kasvua hidastavia tekijöitä ovat lisäksi pääoman puute, varovaisuus ja pieni riskinotto-kyky. Tässä suhdannetilanteessa nämä varovaisuuteen liittyvät asiat ovat toisaalta näyttäneet hyvät puolensa, kun korkoriski alkaa realisoitua kunnolla ja isommin, kuin on tapahtunut vuosikymmeniin.

Alueen kasvua hidastaa myös se, että tyydytään pieneen tekemiseen, ei osata tehdä yhteistyötä, ollaan hieman kateellisia ja aikatauluihin suhtaudutaan kuin menneillä vuosikymmenillä. Toiminnassa on nähtävissä nurkkakuntaisuutta, kotiinpäin vetoa ja pelkoa yrittämiseen. Näköalattomuus voi ilmetä siinä, että yritetään matkia muita, eikä tunnisteta alueen omia vahvuuksia. Esteitä ovat myös osaamisen puute, tilojen puute ja markkinatiedon puute. Oma tuotantoa ehkä myös väheksytään, eikä nähdä alueelle ominaisten tuotteiden valmiita vahvuuksia, jotka vain odottavat hyödyntämistä, nostamista ja brändäystä.

Alueella on myös paljon tuotantotiloja ja elintarvikealan yrityksiä, joissa omistajat ovat ikääntymässä ja toiminnalle ei ole löytymässä jatkajaa. Lähiutuottajien määrä on koko ajan pudonnut, ja tilanne näyttää pahenevan. Sama ilmiö piilee myös ammattikalastajien keskuudessa. Jos tilat ja kalastajat lopettavat, samalla menetetään paljon sellaista toimialaan liittyvää hiljaista tietoa, jota on vaikea myöhemmin enää saada takaisin.

Logistiikka on erityinen pullonkaula, jos siinä ei saada järkevää kokonaisuutta aikaiseksi. Se aika, jolloin isännät ajelivat hiacillaan tuotteitaan pitkin pitäjää, on mennyttä. Ammattimainen työaika on niin kallista, että se täytyy käyttää omaan osaamiseen ja työpanokseen. Kuljetustoiminta, varastointi ja jakelu edustavat toista ammattikuntaa ja osaamista. Logistiikka ja tukkukauppa on elimellinen osa ruokaketjua. Tällä hetkellä logistiikka saattaa toimia niin, että alueella kasvatettu vihannes kiertää pääkaupunkiseudun tukkujen kautta ja päättyy tänne alueelle sitten takaisin syötäväksi. Tällä tavalla myös tuotteen alkuperä häviää tai hämärtyy ainakin osittain.

Myyntikanavien pieni valikoima, pienien yritysten päällekkäinen tekeminen myyntityössä ja markkinoinnissa, yhteisten myyntikanavien puuttuminen ovat pienten yritysten isoja haasteita. Pienuudesta johtuen kauppaketjujen volyymeihin ei päästä. Vaarana on myös se, että alueen pientuottajat kilpailisivat keskenään hinnoilla, tämänkaltainen toiminta johtaisi nopeasti kannattamattomaan toimintaan. Alueella valmistetaan monia huipputuotteita, mutta kate on pientä.

Kaupan toiminta ohjaa voimakkaasti kotimaista tuotantoa ja sen hinnoittelua. Parhaalla kotimaisella kasvukaudella nähdään tuontituotteita kilpailemassa kotimaan tuotannon kanssa. Kysyntää ohjaa myös kulutuskäyttäytyminen, ja siihen voidaan vaikuttaa viestinnällä yhdessä kauppaketjujen kanssa.

Rakenteet ja byrokratia opetustoimessa rajoittavat innovoivaa toimintaa, uusiutumista pitäisi tapahtua opettamisessa ja yritys -oppilaitos yhteistyössä. Opintopolut ovat jäykkiä, ja se vaikeuttaa opintojen suunnittelua ja tavanomaisuudesta poikkeamista.

Yrittäjillä voi olla voimakasta uskonpuutetta ideoidensa ja vaikka laajentumisensa suhteen. Yrittäjä on usein hyvin yksin suunnitelmiansa ja riskinotto kykynsä kanssa. Elintarvikeala ei ole alueen merkittävin toimiala alueen tuottavuuden kannalta ja muut vetävämmät toimialat voivat viedä myös rahoittajien huomion. Yrittäjät herkästi epäröivät lähteä hakemaan julkiselta puolelta rahoitusta tai apua yritystoimintaansa. Näissä tunnelmissa väärinymmärryksen mahdollisuus on suuri, kun yrittäjä avaa keskustelun erilaisten rahoittajien kanssa. Rahoittajien pitäisi tunnistaa tämä yritysten epäluulo ja osaamattomuus byrokratian edessä. Monet yritykset, jotka ovat tämän kynnyksen onnistuneet ylittämään, ovat hämmästellleet, kuinka hyvin rahoitus ja neuvonta on sitten sujunut.

Osittain julkisella rahalla rahoitetut hankkeet eivät aina vedä mukaansa riittävästi yrityksiä. Toimintaa pitäisi nähdä enemmän yritysten silmin, ja yritysten pitäisi myös osaltaan lähteä rakentamaan tätä yhteisymmärrystä. Hankkeiden maine on heikko yrittäjien keskuudessa, ja niihin lähdetään mukaan puolivillaisesti ilman suurempia odotuksia. Myös elinkeinoasiamiehet voisivat olla voimakkaammin mukana keskusteluissa, joissa hankkeita ja kauaskatseisempia strategioita laaditaan. Alueella pitäisi näkyä enemmän strateginen rohkeus mennä sinne, minne on sovittu, esimerkiksi maakuntastrategiassa.

3. Kasvuhakuisuus ja uusiutumiskyky

Lisäarvoa jatkojalostuksella

Alueella tuotetaan paljon hyviä raaka-aineita, joita ei jalosteta. Tässä on hyvä kasvun mahdollisuus. Jatkojalostuksessa ei saa jäädä vain perinteisiin tuotteisiin ja menetelmiin, vaan täytyy lähteä mukaan trendeihin. Kuluttajien makutottumukset ovat laajentuneet ja myös ravinnon terveysvaikutukset ovat nousseet merkittäväksi tekijäksi. Ruokapalveluja tuottavien yritysten ja myös valmisruokia tarjoavien yritysten kohdalla reseptiikka on noussut suureksi kynnyskysymykseksi. Reseptiikan suunnittelulle ja tuotannon tasalaatuisuudelle on osaamistarvetta.

Etelä-Savon ja koko Itä-Suomen ongelma on varsin alhainen jalostusaste ja vähäinen tuotteistaminen. Tarjolla pitäisi olla matalan kynnyksen tuotekehityspalveluja ja tuotekehitystiloja. Näihin tiloihin ja toimintoihin pitäisi yhdistää tuotekehitystä ja jatkojalostusta tukevia hankkeita. Myös luomutuotteita pitäisi jalostaa eteenpäin.

Lisäarvoa maatalouden tuotteille omalla alueella saataisiin yksinkertaisimmillaan esivalmistelemalla raaka-aineet suurkeittiöille ja ravintoloille sopivaan muotoon. Pesty, pilkotut juurekset ja vihannekset, esikäsitelty sipuli ja liha, esihöyrytetty perunat ja juurekset alueen omista raaka-aineista olisivat haluttuja tuotteita suurkeittiöissä. Toistaiseksi ei ainakaan Mikkelin alueelta ole löytynyt asiasta innostunutta yritystä tai yhteenliittymää, joka voisi toimittaa alueen omaa tuotantoa esikäsiteltynä hankintarenkaiden tai tukkujen kautta suurkeittiöille. Esikäsitellyistä tuotteista ollaan valmiita maksamaan suurempaa kilohintaa, sillä se säästää työvoimakustannuksissa suurkeittiöiden puolella. Yhteenliittymä parantaisi tuotteiden volyyymiä ja toimitusvarmuutta, joka on ollut alueella ongelma tilojen pienuuden ja alueelle ominaisen väljän ajantajun vuoksi. Tätä pitäisi suunnitella yhdessä tukkutoimijoiden kanssa, sillä he tuntevat asiakkaansa parhaiten.

Julkisen suurkeittiön kannalta marginaalisia tuotteita tällä hetkellä ovat sienet, yrtit ja marjat, mutta niiden osuutta voitaisiin kasvattaa sesonkituotteina. Nämä tuotteet nähdään enemmänkin premium -tuotteina, joiden markkinat ovat ravintoloissa, kuluttajatuotteissa ja elämysmatkailussa. Tässä on kuitenkin kasvupotentiaalia moneen suuntaan ja näitä tuotteita voisi yhdistää bulkkituotteisiin. Etelä-Savon alueella on saatavilla runsaasti luonnonantimia, ja jos me emme niitä kerää ja jalosta, kuka sitten?

Kasvua voidaan saada erikoistumisen kautta, massatuotteiden kanssa on vaikeaa kilpailla kannattavasti. Erikoistumista voisi tapahtua vegaanisissa tuotteissa, vege -tuotteissa, kalatuotteissa, maitotuotteissa ja lihatuotteissa. Erikoistumista on lähdeittävä siitä, että ei kaikkea kaikille. Tärkeää olisi, että tuotteiden markkinointiviestintä olisi selkeää. Viestinnässä hyviä asiallisia nostoja ovat muun muassa alkuperä, säilyvyys ja käyttötapa. Tarinallista ja elämyksellistä viestintää tulee käyttää taiten, tänä päivänä voi jo hukkaa tähän joukkoon. Tässäkin reseptiikka on tärkeä osa tuotteen ominaisuuksia, kuluttaja haluaa hyvät ohjeet siihen, kuinka tuotetta käytetään.

Ihan perustuotteille riittäisi lisäarvoksi se, että tuote on laadultaan erinomainen, se alkuperä on tunnettu ja tuotteen ikä on selkeästi esillä. Tuotteen ikä on kaikissa perustuotteissa hyvin tärkeää laadun kannalta. Paikallisten tuotteiden ja lyhyiden toimitusketjujen arvo olisi juuri tässä tuoreudessa, oli sitten kyse porkkanoista, jauhoista tai leivästä.

Maitotalouden voisi pelastaa sellaisten uusien menekkituotteiden kuten jäätelön uusi tuleminen. Vastuullisesti tuotettua, laadukasta ja erikoismakuja tarjoavat tuotteet herättävät kuluttajien kiinnostusta. Maito muuntuu moneksi ja sisältää myös tärkeää maitoproteiinia. Pienten tilojen tuotanto ja jäljitettävyyden antaisivat lisäarvoa tuotteille.

Myyntipakkauksen tärkeyttä ei voi ohittaa. Siihen on panostettava yhtä lailla kuin markkinointiin ja viestintään. Mielikuvat synnyttävät ostopäätöksiä. Voi olla, että joissakin alueen tuotteissa olisi jo aika uudistaa pakkauksia ja päivittää visuaalista ilmettä. Yhden hengen talouksia on maassa jo toista miljoonaa. Yhden hengen talouksista tulee tutkimusten mukaan suhteellisesti eniten hävikkiä. Olisi hyvä tarjota valikoimiin kohtuuhintaisia pakkauksia tai vaikkapa pakkaussettejä, jotka sopisivat hyvin hinnaltaan ja kokonsa puolesta yhden hengen talouksiin.

Hävikin talteenotto ja sivuvirtojen tuotteistaminen on osa tulevaisuuden trendejä. Tämä vaatii tuoteinnovaatioita ja uutta ajattelua ja osaamista. Edellytykset uuden keksimiselle ovat oikeat kumppanuudet, resurssit, osaajat ja pidemmät aikajänteet hankkeissa ja tuissa. Hankkeissa olisi hyvä olla selkeitä jatkohankkeita, joissa voitaisiin jatkaa aikaisemmissa hankkeissa onnistunutta suuntaa.

Kosmetiikkateollisuus sivuaa elintarvikealaa ja moni syötävä tuote soveltuu myös kosmetiikkaan. Kosmetiikka-alalla kilohinnat nousevat huomattavasti korkeammaksi, ja tätä toimialaa voisi kuljettaa enemmänkin esimerkiksi luonnontuotealan mukana.

Ruoka-alan kehittäjien suurena vaarana on alan kupla. Pitää oikeasti tietää kenelle ja mille kohderyhmälle tuotteita kehitetään. Markkinoiden heikot signaalit jäävät huomaamatta, tai niiden merkitystä ei oteta vakavasti. Tässäkin asiassa alueen yritysten välinen yhteistyö toimisi hyvin ennakoitaessa tulevaisuuden kulutuskäytöstä ja trendejä. Yksittäisen pienyrityksen päivittäiset resurssit eivät riitä usein kuin päivittäisen toimeentulon hankkimiseen. Kaikki muu ylimääräinen jää tämän alle. Markkinointi on pienille yrityksille suhteellisen kallista ja vaikeaa, ja sille on vaikeaa löytää konkreettista aikaa ja osaamista. Tässä tarvitaan hyviä pitkiä hankkeita ja vetoapua elinkeinoelämää tukevilta tahoilta. Kun yritys kasvaa tietyn kynnyksen yli, alkaa yrittäjillä olla voimavaroja myös tulevaisuuden suunnitteluun. Tämän kynnyksen yli työntämiseen tarvitaan toimia, mitä ikinä ne ovatkaan.

Alueella on myös pärjääviä yrityksiä, joissa on tehty asiat oikein ja ammattimaisesti, on ollut osaamista ja pitkäjänteisyyttä. Menestyjillä on ollut usein myös moni-osaajuutta. Mutta sitten on moninkertainen joukko niitä pieniä yrityksiä, jotka tarvitsisivat muutamaksi kalenterivuodeksi muutaman mentorin tai rinnalla kulkijan, kunnes on kehitystyö tehty ja on saatu uudet tuotteet kauppojen hyllyihin asti.

Myyntikanavat

Yksi ja sama yritys harvoin pystyy sekä tuottamaan elintarvikkeita että hoitamaan tehokkaasti suurasiakastai kuluttajamyynä. Alueellisella tukkutoiminnalla onkin tärkeä paikkansa, sillä on valmiit jakelukanavat ja asiakkaat, se hoitaa välivarastoinnin ja tuo luetettavuutta toimituksiin ja pystyy sopeuttamaan toimitusten koon asiakkaan mukaan. Raaka-aineiden toimintavarmuuden täytyy olla 100 % ja se vaatii hallitun järjestelmän, jossa on mahdollisuus myös korvaaviin tuotteisiin. Jalostus, logistiikka ja mittakaava pitäisi saada tuotteiden tuotannossa kohdilleen.

Suoramyynti ja torimyynti toimii hyvin pienemmillä tiloilla, mutta paikalliset markkinat ovat kuitenkin melko pienet, sillä väkeä Etelä-Savossa on melko vähän. Alueellinen tuottajien yhteenliittymä myynnin suhteen olisi hyvä ratkaisu, tässä suuntaa näyttävät REKO ja muut yhteenliittymät. Ruokaringit ovat hyvä tapa lähiruoan ostamiseen, mutta tuottajan näkökulmasta tämä myynti ei välttämättä riitä. Oman potentiaalın tähän tuovat kesäasukkaat, joita voisi kutsua alueen bonus-asukkaiksi. Bonus-asukkaat lisäävät alueen asukaslukua merkittävästi eli 40 % verran. Miten saadaan kesäasukkaat ostamaan eteläsavolaisia tuotteita ympäri vuoden? Tähän pitäisi tarjota hankintakanava, joka voisi olla nettikauppa tai kaupan ketjut.

Alueen syötävät luonnonrikkauudet vaatisivat oman tukkutoiminnan syntymisen, jolla saataisiin määrällisesti riittävästi talteen sienet, marjat, kuusenkerkät ja yrtit yrityksille edelleen jalostettaviksi. Yksittäisten toimijoiden volyymit eivät riitä kannattavaan tuotantoon. Luonnontuotteiden kohdalla logistiikka ja kylmäsäilytys ovat pullonkauloja.

Tukut ja hankintarenkaat

Hankintarenkaat ovat ammattikeittiöiden kannalta yksi tärkeimpiä hankintakanavia. Haasteena on, että he ovat ostajina liian suuria pienille tiloille ja toisaalta liian pieniä alueen suurille tiloille. Tämä vaikeuttaa säännöllisten ja toimivien toimitusketjujen syntymistä alueella. Julkisissa hankinnoissa on lisäksi vaikeaa saada hyvää hintaa tuotteille ja sopimuskaudet ovat pienelle yrittäjälle liian pitkiä. Sesonkituotteiden osalta voisi olla mahdollista saada parempi hinta, jos alueen omaa tuotantoa lähdettäisiin arvostamaan enemmän kuin taloudellisesti edullisinta ratkaisua. Realistisesti tähän on kuitenkin vaikea päästä. Julkisen sektorin suurkeittiöissä on paikallisten tuotteiden käyttöaste kuitenkin noussut huomattavasti alueellisen palvelutukun ja alueellisten hankintarenkaiden ansiosta.

Kauppaketjut

Sekä S-ryhmän että K-ryhmän kauppaketjut ottavat mielellään alueen omien tuotteita omiin valikoimiinsa. Päivittäistavarakaupassa tuotteet joutuvat kilpailemaan monien eri tuotteiden ja valmistajien kanssa, joten tuotteen täytyy olla suunnattu oikealle kuluttajaryhmälle, tuotteen koko ja hinta on oltava sopiva ja tietysti tuotteen pakkauksen tulee erottua ja korostaa esimerkiksi alueellista tuotantoa.

Verkkokaupat

Uudet innovaatiot kuten ruokaboksit ja valmisruokien kotiinkuljetus tekevät tuloaan. Pääkaupunkiseudulla käytetään valmisruokia runsaasti. Tähän markkinaan pääseminen voi olla esimerkiksi maakunnan ravintoloille yksi uusi merkittävä tulonlähde. Moni miettii omaa verkkokauppaa, mutta tässä syntyy taas herkästi päällekkäistä tekemistä yritysten kesken.

Vienti

Maailmalla on kysyntää erikoistuotteille, jotka on tuotettu vastuullisesti ja puhtaasti. Vientituotteiden tulisi olla hyvin brändättyjä ja kohdennettuja, tätä korosti Yhteinen Ruokapöytä -keskustelufoorumien tilaama selvitys elintarvikevientimme kasvattamiseksi (Berner, 2022). Myös Business Finland on selvittänyt elintarvikeviennin edellytyksiä suomalaisille tuotteille (Business Finland). Business Finlandin, Ruokaviraston ja Food From Finland -ohjelman kaltaiset toimijat eivät kuitenkaan ole riittävästi jalkautuneet maakuntiin, ja näiden vaikutus Etelä-Savossa kohdistuu korkeintaan yksittäisiin yrityksiin. Vientiä edistävät toimijat eivät myöskään tunne maakuntien erityispiirteitä.

Hajanaista tietoa on, mutta vientiä edistävän toiminnan piiriin ei moni maakunnan yritys pääse ilman systemaattista ja tarpeeksi pitkäjänteistä toimintaa maakunnan taholta. Valtakunnallisten strategioiden pitäisi pystyä toimimaan myös Etelä-Savossa. Tämä on vaikeaa, kun resurssit ovat vähäiset ja toimialan yritysten lukumäärä pieni. Pitäisi päästä aktiiviseen kehitysootteeseen, joka ei elätä pelkästään konsultteja.

Yksi vartenotettava toimija yritysten etsiessä kumppaneita maailmalta on Enterprise Europe Network-palvelu. Suomessa Turku Science Park Oy on toteuttanut palvelua jo vuodesta 2008 ja auttanut yrityksiä verkostoitumaan kansainvälisesti. Tähän osallistuminen on edullista.

Kulttuurierot eri maiden välillä ovat todella suuria, ja kohdamaa vaatii aina erityistä osaamista. Myyntiponnistelut vaativat usein todella paljon henkilökohtaista vaikuttamista, joka ei aina ole helppoa toteuttaa täältä merten takaa Suomen niemeltä. Alalta vaaditaan nyt todellista tulevaisuuden lukutaitoa.

Ennen vietiin vain ylijäämä ja vasemman jalan saappaat Venäjälle, nyt pitäisi löytää premium -tuotteille markkinataskuja.

Ennen koronaa vientiponnistelut olivat jo hyvällä alulla Mikkelin kehitysyritys Miksei Oy:n hankkeen kautta. Toiminta lopahti sittemmin sekä koronaan, että hankkeen vetäjän siirryttyä muihin tehtäviin. Toiminta on saatava uudelleen liikkeelle ja koko maakunnan laajuisena toimintana yhdistettynä valtakunnallisiin toimintoihin. Ison elintarvikealan firmat on saatava tekemään yhteistyötä keskenään ja pienempien yritysten kanssa viennissä. Tavoitteena on, ettei viedä ylijäämää eikä bulkkia, vaan viedään arvotavaraa hyvällä hinnalla ja myydään ylijäämä Suomessa kaupalle, joka ei halua maksaa kunnollista hintaa tällä hetkellä.

Jos halutaan oikeasti edistää elintarvikevientiä maakunnan tasolla, se työ olisi aloitettava isosti nyt. Vienti on monen osatekijän summa ja se vaatii pitkäjänteistä työskentelyä ja osaamista. Tällaisen työn hedelmät kannetaan vasta vuosien kuluttua.

Osaaminen

Alueella on pulaa laajasta markkinointi- ja vientiosaamisesta. Osaamista tarjoavat ELY-keskus, Maakuntaliitto, ja monet järjestöt. Myös hankkeiden kautta on mahdollista saada vetoapua. Osaamisen kehittämiseen on kytkettävä myös kuntien elinkeinotoimet ja niiden yhteistyö läpi maakunnan.

Etelä-Savon ruokaklusteri tarjoaa tietoa ja verkottumista alueen elintarviketuotantoon ja ruoka-alaan laajemmin. Klusteri on aloittanut toimintansa 2022 ja siltä odotetaan nyt paljon. Etelä-Savon ruokaklusteri korostaa yhteistyötä ja palvelutarjontaa.

Yleistä vetoapua yrittämiseen saa liittymällä alueen yrittäjäjärjestöihin kuten Mikkelin yrittäjät Ry tai Etelä-Savon yrittäjät Ry ja MTK-Etelä-Savo, joka toimii maatalous- ja maaseutuyrittäjien ammattijärjestönä. Järjestöillä on monipuolista koulutusta ja neuvontaa, josta saa tukea yrittämiseen ja pääsee verkostoitumaan tätä kautta. Myös opiskelijat ja yrittäjäksi aikovat voivat liittyä. Tarjolla on paljon nuorille yrittäjille suunnattua toimintaa ja tietoa. Yritykset voisivat hyötyä myös yrityskummi -toiminnasta, jota järjestön kautta pystytään tarjoamaan. Myös muut järjestöt kuten Kauppakamari ja 4H-tukevat yritystoimintaa. Nämä kaikki pitäisi saada mukaan keskusteluun tulevaisuuden tavoitteista.

Pitäisikö Etelä-Savoon suunnitella Slushin kaltaisia sijoittajatapahtumia? Tai kutsutaan alueella osa-aikaisesti asuvat, työtä tekevät sekä kesäasukkaat talkoisiin. Näitä bonus -asukkaita on arvion mukaan 83.000 ja osa viihtyy alueella ympärivuotisesti. Tämä ei ole uusi ajatus, mutta tämän voisi nostaa uudelleen keinovalikoimiin. Alueella viihtyy ja kalastaa moni päättävässä asemassa oleva toimija, jotka ehkä vain kaukaisesti ihailevat kaunista Mikkeliä ja Savonlinnaa torikahvilla ja käy vieraineen maakunnan maineikkaissa ravintoloissa. Heillä voisi olla paljon annettavaa oman osaamisensa ja omien kontaktiensa kautta. He voisivat jopa teettää alihankintaa alueella. Tällaista lukkarinrakkautta alueeseen ei kannata väheksyä, siellä voisi piillä paljon alueelle tärkeitä voimavaroja.

Rahoitus

Yritystoiminnan edellytys on riittävä rahoitus. Monet yritykset sinnittelevät yrityksen omarahoituksella ja se toimii, jos myynti lähtee käyntiin. Myyntiä voi kuitenkin joutua odottamaan pitkään yrityksen alkuvaiheessa, ja ulkopuolinen rahoitus on ainoa järkevä vaihtoehto. Rahoitus on Etelä-Savon alueen pienille yrityksille yksi suurin kasvuneste.

Rahoitusta ja yritystukia voi saada ELY-keskuksen ja Maakuntaliiton hallinnoimista rahoituksista. Business Finlandilla on omat ohjelmansa, joista voi saada tukea ja rahoitusta. Myös yksityiset sijoittajat ovat kiinnostuneita aloittavista ja laajentuvista yrityksistä.

Suhdannenäkymät

Tämän hetken suhdanteiden puolesta ajankohta näyttää suorastaan pahalta Etelä-Savon alkutuotannossa ja elintarvikejalostuksessa, tuotantokustannukset ovat kovassa nousussa, kotieläintuotantoa ja maitotiloja lopetetaan tasaisella tahdilla ja maatalouden työntekijät työllistyvät tehokkaasti muille aloille moniosajina. Kokonaistilamäärä on laskenut viime vuosina noin kahden prosentin tahtia ja kotieläintuotannon lopettaneita on noin viisi prosenttia, mutta osa niistä jatkaa kasvinviljelytiloina.

Aleneva kannattavuus on vaivannut maatalousyrittäjiä jo pitkään, ja nyt tilanne on kärjistymässä. Kasvinviljely on lisääntynyt, mutta sitä rasittavat vuoden 2022 huono sato ja tuotannon tekijöiden kohonnut hinta sekä kausityöntekijöiden saatavuusongelma. Vaikka kuluttajahinnat ovat kääntyneet hurjaan nousuun, tuottajahintoja on pystytty nostamaan vain maltillisesti ja viiveellä. Aleneva kannattavuus on uhka uusille investoinneille ja se saa ruokatuotannon yrittäjät harkitsemaan alan vaihtoa.

Syksyllä 2022 raportoidaan samanaikaisesti siitä, että yritysten näkymät ovat kriisilukemissa ja kuluttajien usko tulevaisuuteen ennätyskellisen pohjalukemissa. Samalla isot ruokakauppoja hallitsevat ketjut tekevät ennätystulosta. Tilanne on erikoinen, ja tulee johtamaan vaikeisiin neuvotteluihin ja yritysten heikkenevään toimintamahdollisuuteen. Valikoimissa tullaan näkemään supistumista ja premium -tuotteiden kysyntä laskee. Tässä tilanteessa tarvitaan ensiksi ratkaisuja selviämiseen Etelä-Savossa ja sitten visiota millä täällä pärjätään. Osaamisen omavaraisuudesta pitäisi myös huolehtia, ja se on valtakunnallinen ja maakunnallinen intressi. Toimintaympäristö on pysyvästi vaikeutunut ja voi olla, että nyt pelimerkkejä jaetaan uudelleen.

Huoltovarmuus on noussut suureksi aiheeksi, ja siihen on alettu suhtautumaan oikealla vakavuudella. Iso ongelma on niin huoltovarmuuden kuin koko eteläsavolaisen maaseudun kannalta, ettei maataloille ole riittävästi jatkajia, tänä vuonna on ollut vain kaksi nuoren viljelijän aloitustukien hakijaa (ELY:n myöntämä tuki). Tämä sama ongelma koskee koko maata, mutta meillä tilanne on huonoin – kuka ruokamme tulevaisuudessa tuottaa?

Varautumisen myötä myös perinteiset säilöntämenetelmät ovat nousseet arvoonsa. Olemme tottuneet syömään tuoretta ympäri vuoden, mutta kasvihuoneviljelyn tuotanto voi supistua seuraavien vuosien aikana, kunnes energian kova hinta saadaan takaisin kohtuulliselle tasolle. Kausituotteiden säilöntä eri menetelmillä on jälleen arvossaan. Huoltovarmuutta ei voida Suomessa toteuttaa ilman kotieläintuotantoa. Tällä alalla kuitenkin tiloja lopetetaan jatkuvasti. Maatalouden työntekijät ovat osaavaa väkeä ja he työllistyvät hyvin muille aloille, ja tämä madaltaa lopettamista.

Muutostrendit

Perinneruoat ovat yksi maakunnan valtti, mutta perinneruokien uudistaminen on tärkeää uusien kuluttajien löytämiseksi. Uusien tuulien haistelu ja ennakointi ovat välttämättömiä, jos halutaan pysyä kasvussa mukana.

Ruotsalaisten kulutuskäyttäytymisestä voisi ottaa oppia, siellä tutkimuksen mukaan 40 % kuluttajista jäljitettävyyden on ykkönen tuotteen ostossa. Jos jäljitettävyyden osuisi Etelä-Savoon, meillä ei olisi mitään hävettävää. Voi olla, että olemme olleet liian vaatimattomia, ja jokaisessa täällä tuotetussa tuotteessa pitäisi lukea isolla, että tuotettu Etelä-Savossa ja Etelä-Savon raaka-aineista.

Vastuullisen tuottamisen brändiä on liian vähän käytetty alueen yritysten ja koko suomen viestinnässä. Viestiä siitä, että suomalainen maatalous on vastuullista ja se ei ole juurikaan ympäristöriski, pitäisi edistää valtakunnallisesti. Kaupunkilaiset kuluttajat eivät tunne maaseudun elämäntapaa, ja mielikuva voi olla vääristynyt. Elinvoimainen maaseutu edistää luonnon monimuotoisuutta ja on elämäntyylinä ympäristöystävällinen ja ympäristöä arvostava.

Puhdas vesi ja riittävät pohjavesivarat ovat yksi tärkeä argumentti tuotannossa. Tämä on ollut alueella itsestään selvyyttä, mutta näin ei muualla välttämättä ole. Myös pohjavedestä huolehtiminen on yksi osa vastuullista toimintaa. Vientimarkkinoilla tämä voi olla tärkeä argumentti.

4. Markkinointi ja tuotestandardit

Puhtaita kotimaisia elintarvikkeita arvostetaan pakollisen ja mahdollisimman edullisen arkiruuan lisäksi. Todennäköisesti viikonloppuisin ja juhlapyhien aikaan ollaan valmiita panostamaan kalliimpiin tuotteisiin ja alueellisiin herkkuihin. Näihin minisesonkeihin pitäisi suunnata omat kampanjat. Alueella tuotettujen tuotteiden pakkausten tulisi erottua selkeästi. Viikolla ostetaan halpaa, mutta viikonloppuisin ja juhlapyhinä voisi olla hyvä mahdollisuus myydä maakunnan omia tuotteita kalliimmalla.

Alueellisen ruokatuotannon arvostus on tärkeää, ja sitä voidaan lisätä parantamalla laatua ja korostamalla raaka-aineiden alkuperää esimerkiksi D.O. Saimaa -merkinnän avulla. Arvostuksen lisääminen on tärkeää kuluttajien ja myös tuottajien keskuudessa. Arvostuksen ja jalostusasteen nostaminen tuottaa alueen ruokatuotannolle sen tarvitsemää lisäarvoa. Mutta ovatko tuotestandardit tässä avainasemassa, sillä tuottajat kokevat tuotestandardit kalliiksi ja hankaliksi, jos ne eivät tuota lisäarvoa tuotteelle.

Alueelle on kehittymässä uusi tuotestandardi D.O. Saimaa, joka ei ole vielä kovin tunnettu alueen sisäpuolella eikä ehkä ulkopuolellakaan, mutta merkki ja tavoite on oikean suuntainen. Merkin fonetiikka soveltuu myös ulkomaalaisille. Merkin sisältöä tai kriteerejä ei laajasti tunneta kuluttajien parissa, mutta iso ulkomainos Mikkelissä tien varressa on tehnyt sen, että ainakin nimi tunnetaan. Tässä nähdään miten tärkeää osaa mainonta ja markkinointi edustaa viestinnässä. Ehkä alueelle tarvittaisiin lisää ulkomainontaa, joka painottuisi D.O. Saimaa tuotteisiin, jolloin ne tuotteetkin pääsisivät esille. Merkin piiriin kaivataan suurempaa valikoimaa, merkin kriteereissä saattaa olla yksityiskohtia, joita tulisi tarkistaa tasa-arvoisemman kohtelun varmistamiseksi. Myös merkin hallinnoinnin pitäisi olla läpinäkyvämpää.

Erilaisilla tuotestandardeilla merkityt tuotteet joutuvat kilpailemaan sellaisten tuotteiden kanssa, jotka eivät täytä standardeja ja ovat mahdollisesti tuotekustannuksiltaan sitä kautta myös edullisempia. Tuotestandardit eivät välttämättä tuo tuotteeseen lisäarvoa. Kuluttajien käyttäytyminen myös muuttuu koko ajan. Luomun rinnalle on tullut sana vastuullisuus, ja voi olla, että kuluttaja ei enää katso vain luomu -merkintää. Luomu ei varmasti katoa minnekään, mutta sen rinnalle tulee muita vastuullisuuden mittareita. Luomu -merkinnän ongelmia ovat sen hinta ja vaativuus. Vastuullisuus -sanon käyttö on myös hieman epäselvää ja laaja käsite, ja saattaa sisältää myös viherpesua.

Tuotestandardointi ei välttämättä ole tarpeellista tuotteen markkinoilletulon alkuvaiheessa, mutta se voi tulla mukaan myöhemmässä vaiheessa, kun merkin vaatimien toimenpiteisiin on resursseja, aikaa ja rahaa. Suurkeittiöiden kannalta tuotestandardit eivät ole ensimmäisiä kriteerejä, vastuullisesti tuotettu ruoka, aluetalous ja toimijoiden omat toimintastandardit painavat enemmän vaa'assa.

Tuotteen nimisuoja tuo lisäarvoa ja on tae laadusta. Nimisuojan piirissä toimiminen edistää myyntiä oikeassa kuluttajaryhmässä. Bulkkituotteenkin voi nostaa omaan kategoriaan nimisuojan avulla. Nimisuoja lisää

tuotteen arvoa ja hintaa taatun laadun ja sen myötä syntyvän mielikuvan avulla. Parhailaan Savolaiselle talkkunalle ollaan hakemassa nimisuoja. Tässä on kyse on perinteisestä granolasta.

On vaikea kehittää yhtä selkeää mittaria siihen, mikä ruokailusuunta on oikeasti vastuullista. Vastuullisuuteen liittyy monia myyttejä ja uskomuksia, joista ehkä vain osa on oikeaa tietoa. Suomalainen maatalous ei ole juurikaan ympäristöriski, mutta laiminlyönnit ja epäasiallinen eläinten kohtelu nousevat herkästi otsikoihin ja voi vääristää yleistä käsitystä maataloudesta ja kotieläintuotannosta. Yksittäisissä laiminlyönnissä ja epäasiallisessa eläinten kohtelussa on lähes aina taustalla yrittäjän väsyminen ja sen myötä elämänhallinnan menettäminen. Kasvispainotteisempaan suuntaan ollaan menossa, mutta tässä yhtälössä proteiinien saanti on haastavampaa.

Tuotteiden markkinointi on pitkälti siirtynyt some-kanaville, ja tämä vaatii aktiivista otetta ja osaamista yrittäjältä. Tässä on syntynyt uusi ja aikaa vievä työtehtävä yritysten sisälle, ja pienellä yrittäjällä ei aika enää riitä kaikkeen. Tässä kohtaa on hyvä harkita ulkopuolisen osaajan palkkaamista.

5. Viestintä

Ruokaturvallisuus on suuri valtti Etelä-Savon maakunnan tuotteilla. Suomi on salmonella- ja antibioottivapaa maa, ja kotieläintuotanto on hyvinkin vastuullista. Tätä viestiä pitäisi viedä vahvemmin eteenpäin, mutta se ei onnistu yksittäisten yrittäjien toimesta, vaan siihen vaaditaan suurempi yhteenliittymä. Osittain tämän olisi oltava osa valtakunnallista viestintää.

Etelä-Savo voisi kehittää omaa viestintäänsä elintarvikealalla. Leipomot voisivat olla esillä jollakin kärjellä, samoin alueen kala- ja lihatuotteet sekä kasvussa oleva kasvinviljely. Tässä voisi toimia yhdessä muun muassa Proagrian kanssa. Maailman iso kuva on nyt niin synkkä, jotta nyt tarvitaan arkeen ja viikonloppuihin piristystä ja se voidaan tehdä elintarvikkeilla, joiden ilme tai joiden pakkausten ilme uusitaan iloiseksi ja voimaannuttavaksi. Myös pakkausten koko ja sen kautta hinta pitäisi saada kohdilleen, jotta kauppa käy, eivätkä hinnat tunnu liian kalliilta.

Pientuotanto Etelä-Savossa ei ole teollisen mittakaavan tuotantoa, jolloin sen etuina on helppo jäljitettävyyys ja voimakas paikallisuus. Tällaisella ruoalla on oma arvonsa ja tätä viestiä pitäisi pystyä hyödyntämään markkinoinnissa tyyliin ”Helkkarin hyvää Etelä-Savosta!”. Mediahuomio ja mainonta lisäävät alueen ja yritysten tunnettavuutta. Menneinä vuosina vauhdissa ollutta ravintoloiden pop-up toimintaa kaivataan takaisin varsinkin sesonkiaikoihin.

Alueen kaupungeista Mikkeli on ollut myös negatiivisesti esillä, riitelevä kaupunki ei edistä positiivista mielikuvaa alueesta.

6. Aktivointisuunnitelma

Luonnontuotepuolella yhteistyötä yritetään lisätä puutarha-alan, metsäalan ja oppilaitosten kanssa. Oppilaitosten sisällä yhteistyötä voitaisiin kehittää lisäämällä yhteistyötä luontoalan ja metsäalan opinnoissa. Tässä voisi Metsäkeskuksella ja SieniHarvesteri -hankkeen (Metsäkeskus, 2022) kaltaisilla kokeiluilla olla suurempikin rooli. Metsänomistajat ovat enenevässä määrin kiinnostuneita metsän tuotantomahdollisuuksista puutuotannon lisäksi. Suomen metsäkeskus on kerännyt tietoa metsien eri käyttömahdollisuuksista metsänomistajille ja yrittäjille. Tietoa on kerätty koivunmahlan valutukseen ja kuusenkerkän keruuseen soveltuvien kohteiden osalta ja sekä pakuri- ja lakkakäävän viljelyyn soveltuvien

kohteiden osalta kunnittain ja maakunnittain. Metsän käytön kokonaisvaltaisempi ajattelu on heräämässä, ja esimerkiksi Metsäkeskuksen uusia ajatuksia tuotaisiin opetuksen kautta uusiin käytäntöihin.

Koko Järvi-Suomen pitäisi pystyä tekemään yhteistyötä maakuntarajojen yli viestinnässä ja brändäyksessä. Esimerkiksi pääkaupunkiseudun kotitalouksien näkökulmasta on helppo viestiä mielikuvalla Järvi-Suomesta, yksittäiset alueet tai jopa maakunnat eivät kerro heille mitään. Espoolaiselle kuluttajalle järvet ja puhdas luonto alkavat Mäntyharjulta ja jatkuvat aina Kuusamoon saakka. Mikä järvi on kulloinkin kyseessä, siitä ei olla niinkään kiinnostuneita.

Tapahtumat, joihin saadaan ruoka-alan toimijoita tuotua yhteen, voivat tuottaa yhteistyöideoita ja ainakin verkostoitumista. Jos tilaisuudessa on tarpeeksi mielenkiintoista ohjelmaa tai koulutusta tarjolla, yrittäjät löytävät sille aikaa ja saapuvat tilaisuuteen. Tilaisuudet olisi syytä pitää erilaisten elintarvikealan yritysten tiloissa, koska ne ovat kohteita, jotka kiinnostavat muita yrityksiä ja osallistuminen olisi melko varmaa. Tilaisuudessa on oltava riittävästi aikaa yritysten välisille keskusteluille ja aiheille, jotka varmasti kiinnostavat yrityksiä. Keskusteluja oltava runsaasti, jotta on mistä seuloa sitten ne oikeat asiat, joita kannattaa kehittää. Yrittäjiä on ehdottomasti syytä saada koolle keskustelemaan kehittämisestä ja kaikesta muustakin, mikä jarruttaa ja askarruttaa nyt alueella. Viestiä olisi hyvä olla kuulemassa myös kunnallisen aluehallinnon ja muiden julkisten toimijoiden edustajia sekä media-alan edustajia. Olisi hyvä käsitellä myös toiminta-tapoihin liittyviä asioita kuten se, että mitä kuuluu hyvään yhteistyöhön.

Tällaisilla yhteenliittymillä, kuten Etelä-Savon ruokaklusteri ja Ekoneum, on kauaskantoisia vaikutuksia ja niiden avulla rakennetaan ruoka-alan tulevaisuutta. Etelä-Savon ruokaklusteri on vasta aluillaan, mutta se näyttäisi toimivan hyvänä kohtauspaikkana, josta löytää uusia yhteistyömuotoja tuotteistamisessa, viennissä ja markkinoinnissa.

Logistiikka on suuri pullonkaula alueen ruokayrittäjille ja muille ruoka-alan toimijoille. Tämä pitäisi ratkaista ensimmäisten asioiden joukossa. Alueen jalostajat eivät voi toimia ilman toimivaa logistiikkaa, varastointia ja jakelua. Varastointitiloissa täytyy olla mahdollista varastoida pakaste-, kylmä- ja kuivatilassa. Tällaisesta kaupungin tarjoamasta toimitilasta on esimerkkinä Helsingissä Tukutorin alue, jonka omistaa Helsingin kaupunki. Kaupunki on rakennuttanut alueelle suuret varastointitilat, joita alueen yrittäjät vuokraavat käyttöönsä. Millaiset olisivat mahdollisuudet toteuttaa vastaavat tilat Etelä-Savon maakuntaan? Muun toiminnan lisäksi tiloissa voisivat toimia myös alueen marjojen, sienien ja yrttien vastaanotto.

Ruokamatkailu Etelä-Savossa on hyvässä vauhdissa ja maakunta tunnetaan loistavista ruokapaikoista ja ruoka-aineista. Tämän eteen on tehty pitkään kehitystyötä. Yhteistyötä on tehty myös oppilaitosten kanssa ja matkailualan koulutus on ollut tärkeässä asemassa. D.O. Saimaa -merkki tukee matkailualan yrityksiä ja auttaa yrityksiä muun muassa markkinoinnissa. Matkailuala edistää positiivista kuvaa koko maakunnasta ja tukee siltä osin muitakin toimialoja, joten tähän täytyy panostaa edelleen ja vain lisätä vauhtia.

Tutor-toiminta, jossa yritykset saavat tukea kokeneilta yrittäjiltä on hyvä tapa edetä muutoksessa. Tällä tavalla voi välttää mahdollisesti tyypilliset sudenkuopat ja virhearvioinnit. Myös myyntiverkostojen rakentaminen voi tapahtua tutor -toiminnan avulla. Ajatuksena on, että lähdetään tekemään vielä paremmin ja vielä isommin.

Ihan pieniä yrityksiä varten voisi valjastaa yrityskummeista sellaisen kahden tai kolmen henkilön porukan, joka tekee maksuttomana työnä pienten yritysten neuvontaa ja aktivointia seuraavaa askelta varten yhdessä esimerkiksi Ruokaklusterin kanssa. Tähän mukaan pitää tietysti saada myyntikanavien edustajia, jotka voivat kertoa myyntikanavien tarpeet ja toiveet, kun uusia tuotteita ja toimintatapoja kehitetään.

ELY-keskukseen voisi perustaa Etelä- ja Pohjois-Savon yhteisen elintarvikepuolen ad hoc -teamin. Sen tehtävä olisi kutsua elintarvikealan yrityksiä aktivointitilaisuuksiin yhdessä toimialajärjestöjen kanssa.

Toimialajärjestöt tai muut järjestöt on hyvä saada mukaan yhteistyöhön, sillä he tuntevat yrittäjiä jo ennestään. Ehkä myös Pohjois-Karjalan alue olisi hyvä saada tiiviimmän yhteistyön piiriin.

Paikallisen energian tuotantoa pitäisi edistää, tähän saakka ollaan oltu pitkälti Venäläisen puuhakkeen varassa, mutta tulevaisuudessa tulee löytää uudet ratkaisut energian ja lämmön tuotantoon. Tämä koskee koko Itä-Suomen tilannetta.

Niissä julkisen rahan hankkeissa, joissa haetaan mukaan yhteistyöyrityksiä, pitäisi käyttää huomattavasti enemmän aikaa yritysten tarpeiden kartoittamiseen. Yrityksiltä pitäisi kysyä mitä he oikeasti tarvitsisivat. Tähän valmisteluvaiheeseen tulisi käyttää huomattavasti aikaa, haastatella yrityksiä ja kartoittaa heidän todellista kykyä ja halua sitoutua mahdolliseen hankkeeseen. Samalla yritykset saisivat paremman kuvan siitä, mitä mahdollinen hanke voisi tuoda tullessaan. Tällainen hanke tulisi olla oma valmisteleva hankkeensa, jota sitten seuraisi selkeä ja suora jatkohanke. Jatkohankkeeseen seuloutuisivat ne yritykset, jotka todella ovat kiinnostuneita aiheesta ja jotka haluavat ottaa hankkeen kautta saatavaa osaamista käyttöönsä.

Lohen kasvatuksesta ja kohtelusta on alkanut tihkua tietoa, joka on vaikuttamassa kasvatetun Norjalaisen lohen maineeseen. Tähän saumaan pitäisi iskeä kotimaisella villikalalla ja erityisesti muikulla. Muikkuhan on pikku-lohi ja sisävesien arvokala. Muikku on myös maukas kala ja saaliit melko runsaita. Muikun ja muiden järvikalojen hintaa pitäisi valtakunnallisesti saada ylöspäin ja saattaa se pois massa-kalan maineesta.

Hanke-ehdotuksia

- Tuotekehitystyötä yhdessä erilaisten yritysten kanssa, jossa voitaisiin hakea uusia innovaatioita ja tuoteyhdistelmiä, erilaistettuja tuotteita ja ristiinpolyytystä.
- Mielellään ei selvityshankkeita, niitä on tehty jo aivan liian paljon.
- Valmisteluhankkeita alustamaan varsinaisia hankkeita.
- Hanke, joka edistäisi raaka-aineiden esikäsittelyä alueella.
- Kotimaisen kalan edistäminen.
- Miten edistää osuuskuntatoimintaa alueella ratkaisemaan pienten yritysten mittakaavaa.
- Hankkeiden pitäisi tuottaa isomman mittakaavan tuloksia, toiminta saattaa jäädä puuhastelun tasolle, pitkäkestoisempaa toimintaa.
- Eläköityvät yrittäjät, mistä heille jatkajia?
- Valtakunnallisia aktivointihankkeita, esimerkiksi muikun arvostuksen ja käytön nostaminen kotimaassa yhdessä kaikkien muikuntuottajien kanssa, kalastus ja jalostus yhdessä.
- Horta-tuotteiden vienti valtakunnallisesti, Suomen tulisi yhdistää voimansa isommalla kuin maakuntien tasolla.
- Tuottajaorganisaatioiden mahdollisuuksien selvittäminen ja perustaminen ja jatkajien hakeminen yli toimialarajojen.
- Määrittelyiltään väljempiä hankkeita.
- Millä lisäarvoa tuotteille?
- Pakkausten tuuletus nykypäivään.
- Omat vahvuudet ja brändääminen.
- Vastuullisuuskoulutus ja vastuullisuuden implementointi yritysten toimintaan.
- Yritysyhmähankkeet, joissa yrittäjä keskiössä.
- Vientiin tähtäävät hankkeet.
- D.O Saimaa-merkin edistäminen ja markkinointi.

7. Lopuksi

Kateus vie kalatkin vedestä

”Tällaisenkin sananparren ovat suomalaiset aikojen saatossa keksineet. Pitäneekö paikkansa? Sen kuitenkin on mummo pitkän elämänsä aikana oppinut, että kateus myrkyttää ilmapiirin. Niin että jos myrkyä on paljon ilmassa, niin voi sitä järveenkin joutua ja voivat kalatkin sitten kuolla.

Saattaa tuo sananparsi tarkoittaa sitäkin, että yhteisön elämä köyhtyy, jos ei haluta toisille hyvää vaan kadehditaan ja pannaan hanttiin. Voipa tapahtua perheessä, työpaikalla tai kyläyhteisössä, että ilmapiiri pilaantuu ja iloinen yhdessä tekemisen meininki pysyy poissa.” Sydän-Hämeen Lehti, Mymmelin kolumni julkaistu 17.1.2015

Näin sanaillaan Hämeessä, mutta miten on Etelä-Savossa? Mitä jos tehtäisiin toisin. Jokaisen Etelä-Savolaisen ja alueen bonus-asukkaan asenne tulee ratkaisemaan alueen tulevaisuuden, yhdessä.

8. Selvitystä varten käydyt keskustelut ja haastattelut:

Vesa Kallio, MTK-Etelä-Savo, toiminnanjohtaja

Miia Korja, Mikkelin kehitysyritys Miksei Oy, ruokamatkailu ja D.O.Saimaa

Birgitta Partanen, Arktiset Aromit Oy, toiminnanjohtaja

Raimo Heinänen, Kala ja Eväsherkku, kaupunginvaltuutettu ja lähiruokayrittäjä

Miia Hassinen, Ruoka- ja puhtauspalveluiden päällikkö, Mikkeli

Päivi Karhunen, KETI, yritysasiantuntija

Päivi Saikkonen, Kaarnikka Oy, opettaja ja keruutuotetarkastaja

Heidi Gustafsson, ArctiNaturalProducts Oy, yrittäjä

Teija Rautiainen, XAMK, tutkimusryhmäpäällikkö

Terttu Pulkkinen, Esedu, ruokapalvelupäällikkö

Aki Hakala, MikseiMikkeli Oy, yritysneuvoja

Jani Himanen, Mikkelin Yrittäjät Ry, puheenjohtaja

Pia Härkönen, Rapion Mylly Oy, yrittäjä

Taina Harmoinen, XAMK, Ekoneum Ry, toiminnanjohtaja

Harri Einämö, Heinäsaaren Tila, yrittäjä

Ilkka Arvola, keittiömestari, yrittäjä

Outi Kiesilä, yrittäjä, ProAgria Ry

Satu Nieminen, Osuuskauppa Suur-Savo, marketkaupan toimialajohtaja

Maisa Häkkinen, Mikkelin kehitysyritys Miksei Oy, matkailujohtaja
 Hanna-Maija Väisänen, Ruralia-Instituutti, koordinaattori
 Pirjo Kivijärvi, LUKE, tutkija
 Marjo Särkkä, Ruralia-Instituutti, erikoissuunnittelija
 Petri Karjalainen, Virtasalmen Viljatuote Oy, yrittäjä
 Jussi Liimatainen, Etelä-Savon Koulutus Oy, taitovalmentaja
 Katariina Turman, Raijan Aitta, yrittäjä

9. Lainatut lähteet

- Berner, A. (2022). *Suomalaisen ruokajärjestelmän*. Maa- ja metsätalousministeriö.
- Business Finland. (2022). *BF Suomen elintarvikkeiden tuotanto vienti ja markkinapotentiaali*.
- Business Finland. (ei pvm). *Misää on suomalaisen elintarvikeviennin vahvuudet?*
- KURVI-hanke. (2020). *Tilastotietoja Etelä-Savon ruokasektorista*. Ekoneum.
- Luonnonvara- ja biotalouden tutkimus 24/2018. (2018). *Maatalouden ja elintarvike-alan tulevaisuus Etelä-Savossa vuoteen 2003*. LUKE.
- Maa- ja metsätalousyritysten taloustilasto*. (ei pvm). Noudettu osoitteesta <https://www.stat.fi/keruu/mmtal/>
- Maakuntien vesi- ja maapinta-alat*. (2014). Noudettu osoitteesta https://www.jarviwiki.fi/wiki/J%C3%A4rvitilastot/Maakuntien_vesi-_ja_maapinta-alat
- Metsäkeskus. (2022). *Sieniharvesteri*. Noudettu osoitteesta <https://www.metsakeskus.fi/fi/hankkeet/sieniharvesteri>
- SVT. (2020). *Maatalouden tuotantosuunnat*.
- SVT, Luonnonvarakeskus. (ei pvm). Noudettu osoitteesta <http://statdb.luke.fi>
- (2022). *Toimialojen näkymät, kevät 2022*. Työ ja elinkeinoministeriö.
- Työtä ja hyvinvointia! Lähiruoan käytön aluetaloudelliset vaikutukset suomen maakunnissa*. (2014). Ruralia Instituutti, Helsingin Yliopisto, Leena Viitaharju, Susanna Määttä, Outi Hakala ja Hannu Törmä.
- (2014). *Työtä ja hyvinvointia! Lähiruoan käytön aluetaloudelliset vaikutukset Suomen maakunnissa*. Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti.
- URAKKA-hanke. (2021). *Hanke*. Xamk.

