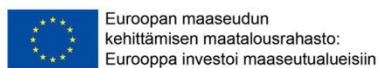


Keski-Suomen ruokaketjun tulevaisuus 2022-2027



jamk

SISÄLTÖ

ALKUSANAT	3
1.1 MMM?	3
1.2 KEKO2 ohjausryhmän pj. Pirjo Luotola	3
1.3 Keski-Suomen ruokaketjun koordinaatio 2	3
JOHDANTO KESKI-SUOMEN RUOKAKETJUN TULEVAISUUTEEN	4
KESKI-SUOMEN RUOKAKETJUN NYKYTILA	6
Ruoantuotannon rakenne Suomessa	6
Ruoantuotannon rakenne Keski-Suomessa	8
Keski-Suomen ruokaketjun palaset	11
Keski-Suomen ruokaketjun SWOT	16
TULEVAISUUDEN TOIMINTAYMPÄRISTÖ	18
Megatrendit vaikuttavat ruokaketjuun	18
Ilmastonmuutos	18
KESKI-SUOMEN RUOKAKETJUN TULEVAISUUS (KEHITTÄMISSTRATEGIA) 2022 - 2027	20
Visio 2027	20
Arvopohja	20
Yhteistyö	21
Korkea laatu	21
Vastuullisuus	21
Kehittämisen painopistealueet ja toimenpiteet	23
Yhteistyöllä eteenpäin	24
Uudistuva ruokakulttuuri	30
Kasvu, kehittäminen ja saatavuus	32

JATKOTOIMENPITEET JA KEHITTÄMISSTRATEGIAN TOTEUTUS	35
Strategia käytäntöön.....	35
LÄHTEET	38

ALKUSANAT

1.1 MMM?

1.2 KEKO2 ohjausryhmän pj. Pirjo Luotola

1.3 Keski-Suomen ruokaketjun koordinaatio 2

JOHDANTO KESKI-SUOMEN RUOKAKETJUN TULEVAISUUTEEN

Elämme nopean muutoksen aikaa. Pandemia on vaikuttanut elintarvikealan ennustettavuuteen, mutta samanaikaisesti se on lisännyt kotimaisen ruuan sekä omavaraisuuden arvostusta (Hyrylä, 2020). Lähiruuan sekä pientuotannon arvostus on lisääntynyt ja näkyvyys on kasvanut viimeisten vuosien aikana merkittävästi. Muutos on näkynyt etenkin poikkeusvuonna 2020. Kysynnän nopea kasvu erilaisten lähiruokapiirien, REKO-ryhmien ja suoramyyntien avulla on vaatinut toimijoilta ketteriä ratkaisuja, jotta asiakkaiden tarpeisiin on voitu vastata.

Lähiruuan lisääntynyt tarjonta, parantunut saatavuus ja uudet ostokanavat ovat tuoneet lähiruuan sekä pientuottajien tuottajien tuotteet osaksi koko ajan laajenevan kuluttajajoukon arkea. Keski-Suomen edellisessä ruokastrategiassa vuosille 2013-2020 haettiin kasvua ruokaketjuun erilaisin toimin. Tarkasteltaessa tilannetta nyt, keväällä 2021, on voitu todeta haastattelujen ja muun kerätyn aineiston perusteella lähiruuan saatavuuden parantuneen ja tunnettuuden lisääntyneen (MMM 2021). Uuteen strategiaan voidaan näiden johtopäätösten perusteella rakentaa uusia tavoitteita ja tarkentaa kasvun suuntaa.

Myös ruokaketjun suuret toimijat ovat viime aikoina nostaneet omia, paikallisesti tuotettuja tuotteita paremmin näkyville. Muun muassa Valio markkinoi Keski-Suomessa valmistettuja meijerituotteitaan lähiruokana Keski-Suomen alueella.

Ammattikeittiöissä on kasvanut halu lisätä paikallisten tuotteiden käyttöä. Rajoittavana tekijänä koetaan saatavuuden ja ostamisen haasteet. Aiemmassa strategiassa peräänkuulutettiin ostamisen helpottamista sekä kilpailutusosaimisen lisäämistä, mutta tällä saralla on vielä työtä. Keski-Suomeen tarvitaan entistä selkeämpää viestintää ostajien ja myyjien välille. Ymmärrys eri toimijoiden välillä vaatii toimivan kanavan, jolla tuote-, markkinointi- ja myyntiosaimista voidaan lisätä ja laittaa käytäntöön. Kaivataan yhteistä kieltä, jotta tuote voidaan määritellä samalla tavalla sekä tuottajan että ostajan näkökulmasta. Reseptiikan ja kehitettävien tuotteiden kokonaisuus on saatava kohtaamaan puheiden sijaan käytännössä, jotta paikallisia raaka-aineita voidaan paremmin hyödyntää.

Keski-Suomen ruokaketjun tulevaisuustyössä vuosille 2022-2027 on määritetty visio, arvot ja kehittämisen painopistealueet ja toimenpiteet:

- **Visio**
Keski-Suomen ruokaketjun visio kuvaa yleisellä tasolla keskisuomalaisen elintarvikealan toivottua tilaa vuonna 2027
- **Arvot**
Keski-Suomen ruokaketjun ja sen kehittämisen arvot määrittelevät yhteisen arvopohjan, joka ohjaa toimintaa sekä käyttäytymistä.
- **Kehittämisen painopistealueet ja toimenpiteet**
Kehittämisen painopistealueet kuvaavat valintoja, joihin kehittämisspahnostuksia tulevalla ohjelmakaudella kohdennetaan. Jokaiselle painopistealueelle on määritelty tavoitteet, jotka halutaan saavuttaa vuoteen 2027 mennessä. Lisäksi painopistealueittain on kuvattu alustavia kehittämiss-toimenpiteitä ja hankeaihoita, joiden avulla asetetut tavoitteet pyritään saavuttamaan.

KESKI-SUOMEN RUOKAKETJUN NYKYTILA

Ruoantuotannon rakenne Suomessa

Suomen ruoantuotanto koostuu elintarvikealan kokonaisuudesta, joka sisältää alkutuotannon, elintarviketeollisuuden, elintarvikkeiden tukku- ja vähittäis-kaupan ja ravitsemistoiminnan. Suomessa elintarvikeala työllistää yhteensä noin 300 000 henkilöä, mikä vastaa 12 prosenttia Suomen työllisestä työvoimasta. (Elintarviketeollisuuden toimialaraportti 2012.)

Suomen elinkeinorakenne muuntuu jatkuvasti. Suomi teollistui melko myöhään, sillä vielä 1950-luvulla alkutuotantoa oli bruttokansantuotteesta noin neljännes ja maatalouselinkeinoissa toimi noin 40 % työllisistä. Alkutuotannon kansantaloudellinen merkitys on kuitenkin vähentynyt jatkuvasti alkutuotannon osuuden kutistuessa kolmeen prosenttiin bruttokansantuotteesta. (EK 2011)

Alkutuotanto on tuotantoa, jolla tuotetaan jalostukseen hyödykkeitä ja se sisältää niiden kasvatuksen, viljelyn, sadonkorjuun, maidontuotannon ja kaikki muut eläintuotannon vaiheet ennen teurastusta. Alkutuotanto sisältää myös metsästyksen, kalastuksen ja luonnonvaraisten tuotteiden keräämisen. Alkutuotantoa ovat esimerkiksi jo mainittu maidontuotanto, munantuotanto, lihakarjan kasvatus, kalastus ja kalanviljely sekä kasvien, hedelmien ja viljan viljely. Alkutuotanto työllisti Suomessa vuonna 2017 noin 81 500 henkilöä, joista 70 prosenttia yrittäjiä ja noin 30 prosenttia työntekijöitä. (Luke 2019)

Elintarvikeala on jakaantunut maassamme kahtia. Muutama suuri teollisuusyritys tuottaa suurimman osan alan tuotteista ja palveluista. Toisaalta taas 95 % elintarvikealan yrityksistä on pieniä, alle 50 henkilöä työllistäviä. Suomen elintarvikeala käsittää kokonaisuudessaan noin 3000 yritystä, joista noin 2000 työllistää alle 5 henkilöä (MMM 2021).

Elintarviketeollisuus on Suomen suurin kulutustuotteiden valmistaja. Tuotannon arvolla mitattuna se on Suomen neljänneksi suurin teollisuudenala

metalli-, metsä- ja kemianteollisuuden jälkeen. Elintarvikeala tuottaa 15 miljardin euron arvonlisäyksen ja sen jalostusarvo noin 2,6 miljardia euroa. Elintarviketeollisuus on myös Suomen kolmanneksi suurin teollinen työllistäjä. Sen työllisyysvaikutus on noin 38 000 henkilöä. (Hyrylä 2020)

Suomalainen elintarviketeollisuus on pääosin kotimarkkinateollisuutta ja kotimaisen valmistuksen osuus elintarvikkeiden vähittäismyynnistä on noussut 85 prosenttiin. Vahvan kotimaan markkina-aseman lisäksi elintarvikkeita vietään pääasiassa muihin EU-maihin. Vientimaista kärjessä ovat Ruotsi, Viro ja Saksa. EU:n ulkopuolella suurin vientimaa on Kiina. (Elintarviketeollisuusliitto 2021)

Ruoantuotannon rakenne Keski-Suomessa

Keski-Suomen elintarvikeala koostuu alkutuotannosta, elintarviketeollisuudesta, elintarvikkeiden tukku- ja vähittäiskaupasta sekä ravitsemistoiminnasta. Näistä alueista koostuvan Keski-Suomen elintarvikeketjun liikevaihto oli vuoden 2016 luvuilla laskettuna noin 1,4 miljardia euroa. Liikevaihdosta alkutuotannon osuus oli noin 12 %, elintarviketeollisuuden (elintarvikkeiden ja juomisen valmistus) osuus noin 28 %, ravitsemistoiminnan osuus noin 12 % ja tukku- ja vähittäiskaupan osuus noin 48 %. (Keski-Suomen ruokasektorin toimintaympäristöselvitys 2017). Alkutuotannon osuus elintarvikeketjun liikevaihdosta nousi kahdeksasta prosentista kahteentoista vuosien 2012 ja 2016 välillä.

Taulukko 1. Elintarvikeala Suomessa

	2012 ¹	2016 ²	2027
Toimipaikkojen lukumäärä	4450	3637	
Alkutuotannon toimipaikat	3400	2598	
Elintarviketeollisuuden toimipaikat	160	103	
Elintarvikkeiden vähittäiskaupan toimipaikat	330	297	
Ravitsemistoiminnan toimipaikat	560	574	
Kokonaistyöllisyys	8 500	7 200	
Alkutuotannon työllisyys	3100	1 800	
Elintarviketeollisuuden työllisyys	1300	1 100	
Elintarvikkeiden vähittäiskaupan työllisyys	2000	2 200	
Ravitsemistoiminnan työllisyys	2100	1 900	
Liikevaihto	1,4 miljardia	1,4 miljardia	
Elintarviketeollisuuden osuus	30 %	28 %	
Ravitsemistoiminnan osuus	12 %	12 %	
Vähittäiskaupan osuus	50 %	48 %	
Alkutuotannon osuus	8 %	12 %	
Kokonaistyöllisyys	8500	7 180	
Alkutuotanto työllistää	3100	1 743	

¹ Keski-Suomen ruokaketjun kehittämisstrategia vuosille 2014–2020

² Keski-Suomen ruokaketjun toimintaympäristöselvitys 2017

Keski-Suomen alkutuotanto

Taulukko 2. Alkutuotannon kehitys Suomessa ja Keski-Suomessa

	2012	2017	2019	2027
Maatilat koko Suomi	58283 ¹	47361 ¹	46827 ¹	
Maatilat Keski-Suomi	2940 ¹	2599 ¹	2533 ¹	
Keski-Suomen maatalojen työllistävyys	3100 ³	4860 ³		
Keski-Suomen maatalojen osuus Suomen maataloista	5 %	5 %	5 %	
Keski-Suomi viljan viljelytilat	600 ¹	468 ¹	327 ¹	
Keski-Suomi muu kasvi-tuotanto	964 ¹	1101 ¹	1352 ¹	
Keski-Suomi maidontuotanto	570 ¹	414 ¹	312 ¹	
Luomutoimijat koko Suomi	4526 ²	5241 ²	6021 ²	
Luomutilat koko Suomi	4284 (2013) ²	4328 ²	5102 ²	
Luomutilat Keski-Suomi	174 (2013) ²	166 ²	196 ²	
Siirtymävaiheen tilojen osuus			10 % ²	

¹Tilastokeskus

²Ruokavirasto

³Luke

Merkittävä muutos alkutuotannossa on ollut sekä maito- että viljanviljelytilojen määrän nopea väheneminen. Vielä 2010-luvun alussa maidontuotantoon keskittyneitä tiloja oli Keski-Suomessa lähes 600. Vuonna 2019 määrä oli pudonnut lähelle kolmeasataa.

Keski-Suomen elintarviketeollisuus

Keski-Suomen elintarviketeollisuus työllistää noin 1300 henkilöä. Merkittävimpiä toimialoja ovat maidontuotanto, muiden elintarvikkeiden kuten valmisruokien, makeisten ja mausteiden valmistus sekä leipomotuotteiden valmistus ja lihanjalostus.

Elintarvikkeiden ja juomien valmistuksen toimipaikkoja on Keski-Suomessa vuoden 2011 tietojen mukaan noin 160 kappaletta, joka on hieman vähemmän vuoden 2008 noin 190 toimipaikkaan verrattuna. Elintarviketeollisuuden toimipaikoista suurin osa noin 56 % on leipomotuotteiden ja makaronien valmistuksen toimipaikkoja. (Määttä & Törmä 2012.)

Taulukko 3 Keski-Suomen elintarviketeollisuuden toimipaikat vuosina 2008 ja 2011

Lähde: Määttä & Törmä 2012, Matilda 2012

Toimiala	Toimipaikat 2008	Toimipaikat 2011
Teurastus, lihan käsittely, lihatuotteiden jalostus	22	21
Kalan, äyriäisen ja nilviäisten jalostus ja säilöntä	9	15
Hedelmien ja kasvien jalostus ja säilöntä	28	22
Maitotaloustuotteiden valmistus	5	5
Mylly- ja tärkkelystuotteiden yms. valmistus	6	8
Leipomotuotteiden, makaronien yms. valmistus	84	56
Muiden elintarvikkeiden valmistus	31	28
Juomien valmistus	8	4
Yhteensä (kpl)	193	159

Alkutuotannon ja elintarviketeollisuuden lisäksi elintarvikeketjun merkittäviä työllistäjiä ovat elintarvikkeiden ja juomien vähittäiskauppa sekä ravitsemistoiminta. Elintarvikkeiden ja juomien tukku- ja vähittäiskaupan toimipaikkoja on Keski-Suomessa yhteensä noin 360, ja ala työllistää noin 2 130 henkilöä. Ra-

vitsemistoiminnan toimipaikkoja maakunnassa on puolestaan noin 560, ja ala työllistää noin 2 000 henkilöä.

Keski-Suomen ruokaketjun palaset

Keski-Suomen ruokaketjuun kuuluu satoja toimijoita useilta eri toimialoilta. Virallisen alkutuotanto- sekä teollisuustoimialaluokittelun lisäksi ruokaketjun toimijoita tunnistetaan myös muilta toimialoilta. Kehittämistyön kannalta on tärkeää huomioida kaikki keskisuomalaiseen ruokaan liittyvät toimialat sekä toiminnot. Aiemmassa strategiassa vuosille 2014-2020 määritettiin tarkemmin vain alkutuotanto ja elintarviketeollisuus. Uuden strategian yhtenä aineistonkeruukeinona järjestettiin keväällä 2021 workshopeja, joissa ruokaketjun palasiksi tunnistettiin:

- alkutuotanto
- jalostava teollisuus
- pienjalostus ja artesaaniruoka
- kalatalous
- luonnontuote- ja riista-ala
- logistiikka
- kauppa
- ravitsemisliikkeet
- ruokamatkailu
- koulutus
- tutkimus ja innovaatiot
- koordinaatio
- luomu

Näiden palojen sisältöjä voidaan tutkia hieman tarkemmin kohdennettaessa kehittämistoimia tehokkaasti ruokaketjun eri osien välillä, koko ruokaketjun näkökulmasta.

Alkutuotanto

Alkutuotanto ruokaketjussa kattaa sekä perinteisen alkutuotannon, joka tuottaa raaka-ainetta elintarviketeollisuuteen että usein suoramyyntiin nojaavan pienimuotoisemman alkutuotannon. Myös edellä mainittujen yhdistelmät ja erilaiset toimintamallit luetaan alkutuotantoon kuuluviksi huolimatta siitä, onko tuotanto maataloustukikelpoista vai ei.

Jalostava teollisuus

Teollisuudeksi kuvailaan jalostustoimintaa, jossa alkutuotannon tuottamasta raaka-aineesta jalostetaan teollisten koneiden avulla erilaisia hyödykkeitä. Koska elintarviketuotantoon mahtuu jalostavia yrityksiä laidasta laitaan, eivät yritysten kehittämistarpeet aina mahdu saman "teollisuus"-otsikon alle.

Pienjalostus ja artesaaniruoka

Perinteisen teollisuuden lisäksi ruokaketjussa tunnistetaan pienjalostus sekä artesaaniruoka. Pienjalostamot ovat tärkeässä roolissa etenkin luomuketjussa, sillä teollisen mittakaavan luomujalostusta on vielä hyvin vähän. Artesaaniruoka on käsityönä tehtävää elintarvikejalostusta parhaimmillaan, nojaten käsityöläisten ammattitaitoon ja aitoihin, puhtaisiin raaka-aineisiin.

Kalatalous

Keski-Suomi on kalatalouden alkutuotannon osalta jo nyt merkittävä maakunta. Päätoimisia kaupallisia kalastajia on laskentatavasta riippuen noin 20, luku kasvanee muutamalla lähivuosina. Kotimaisen villin kalan kysyntä on voimakkaassa kasvussa. Elinkeinokalatalouden voidaan olettaa olevan yksi vahvimmin kasvavista alkutuotannon muodoista Keski-Suomessa, alaa vahvistavat alueen kehittyvät kalanviljelylaitokset.

Luonnontuote- ja riista-ala

Luonnontuotealan yritykset ovat pääasiallisesti mikroyrityksiä, jotka innovatiivisesti ja ammattitaidolla hyödyntävät suomalaista metsää. Matkailualan kehitys hyödyttää luonnontuotealaa. Arktinen brändi on kansainvälisesti huomattu. Marjojen, sienten ja villiyrtytien lisäksi luonto tarjoaa ruokaketjuun

riistaa, joka kiinnostaa kuluttajia enenevässä määrin. Matkailulla on positiivinen vaikutus myös riistan kysyntään.

Logistiikka

Logistiikka on tietoa ja tiedon välitystä. Teknologian kehittyessä myös pienempien yritysten ulottuville tulee tehokkaampia järjestelmiä ohjaamaan varastonhallintaa ja kuljetuksia. Toimiva logistiikka mahdollistaa ketjun tehokkaan toiminnan. Nopea digiloikka tuo ruokaketjun yhteistyön tiivistämiseen uusia mahdollisuuksia.

Kauppa

Ilman kauppaa ei ole modernia ruokaketjua. Vähittäiskauppaan kuuluu tuotteiden myynti ja välitys kuluttajille ja se kattaa toiminnallaan kaiken kioskeista, myymäläautoista ja ruokavaunuista aina suuriin marketteihin saakka.

Ravitsemisliikkeet

Ravitsemisliikkeisiin kuuluvat erikokoiset ammattikeittiöt, kahvilat ja ravintolat. Ravitsemisliikkeet tarjoavat ruokaa ja virvokkeita, joten niiden merkitys etenkin pientuottajille on merkittävä. Moni pientuottaja pystyy sujuvasti toimimaan paikallisen ravintolan tai kahvilan kanssa, vaikkei volyyymi riittäisi vielä kauppojen hyllyille.

Ruokamatkailu

Maailmanlaajuisesti ruokamatkailun merkitys kasvaa nopeasti. Keski-Suomen laaja ja monimuotoinen alue tarjoaa ruokamatkailutuotteiden kehittämiseksi hyvät mahdollisuudet. ”Ruoan merkitys matkailussa on parhaimmillaan yksilöllisiä ja merkityksellisiä elämyksiä. Suomalaisille ja ulkomaisille matkailijoille kehitettävillä ympärivuotisilla ruokaelämyksillä ja ruokamatkailutuotteilla on hyvä mahdollisuus parantaa suomalaisen ruokakulttuurin tunnettuutta ja imagoa, lisätä ruokamatkailun houkuttavuutta ja sitä kautta luoda ja vahvistaa positiivista Suomi-kuvaa.” (Havas, Adamsson, Sievers 2015)

Koulutus

Ruokaketjun uusia tekijöitä sekä tietoa tuotetaan useassa oppilaitoksessa, kaikilla koulutuksen tasoilla. Monipuolista koulutusta tarvitaan koko maakunnassa ja etenkin yrityksissä tapahtuvalla koulutuksella on merkitystä yritysten jatkamisen turvaamisessa.

Tutkimus ja innovaatiot

Yritysten, oppilaitosten ja tutkimusyksiköiden yhteistyötä tarvitaan lisää koko ruokaketjussa. Uusia innovaatioita syntyy, kun uusinta tietoa hyödynnetään ennakkoluulottomasti ja kehittämisapua etsitään myös maakunnan ulkopuolelta.

Koordinaatio

Koordinaation merkitys on olennainen tiedon ja kontaktien hallinnassa ja tehokkaassa hyödyntämisessä. Jyväskylän ammattikorkeakoulu JAMK on jakanut tietoa ja hankkeiden kautta osaamisen resursseja. Myös kansallisen tason ohjelmissa on otettu kantaa koordinaation tärkeyteen juuri paikallisen yhteistyön lisääjänä sekä kansallisen verkoston tiedon välittäjänä, siis aitoja ruokaketjun osana. (MMM 2021).

Luomu

Suomen luomutuotteiden viennin arvo on kaksinkertaistunut vuosina 2019-2020. Luomutuotteiden viennin arvo oli vuonna 2020 n. 60 miljoonaa euroa ja kasvu on ollut ennakoitua nopeampaa. Myös Keski-Suomessa luomutuotanto on ruokaketjun tärkeä ja kehittyvä osa.

Keski-Suomen ruokaketjun SWOT

Keski-Suomen elintarvikealan vahvuudet ja heikkoudet sekä mahdollisuudet ja uhat esitellään taulukossa 3.

Analyysi perustuu edellisen Keski-Suomen elintarvikeyrityksien kehittämisohjelman havaintoihin, joita on päivitetty ja tarkennettu mm. tulevaisuustyöpajojen tulosten pohjalta. Oheinen SWOT-analyysi on yhteenveto maakunnan elintarvikealan tilasta vuodelta 2013 sekä silloinen näkemys toimintaympäristön luomista mahdollisuuksista ja uhista.

Suuri osa vanhasta on edelleen todellisuutta kuvaavaa. SWOT-analyysin päivityksellä voitaisiin saada tarkennettua tietoa nykyhetkestä ja edellisen kauden aikana tulleista muutoksista ja saavutuksista. Pian julkaistavan toimintaympäristöselvityksen tulokset näyttävät, että globaalit trendit ovat tavoittaneet myös Keski-Suomen ruokaketjun. Yritysten panostukset ympäristöasioihin sekä vastuullisuuteen näkyivät selvityksen tuloksissa ja esimerkiksi läpinäkyvyyteen on panostettu niin merkittävästi, että edellisen SWOT-analyysin uhkia voitaisiin muuttaa mahdollisuuksiksi.

Vahvuudet	Heikkoudet
<p>Toiminnan perusedellytykset</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kehittämisen perusedellytykset ovat hyvät maakunnassa • Verkosto-osaamisen perusedellytykset ovat kehittyneet • Yhteistoimintaa on syntynyt pienessä mittakaavassa (raaka-ainehankinnat, minimessut jne.) • Maakunnassa on kattava asiantuntijaverkosto yritysten osaamisen kehittämiseen <p>Toimialarakenne</p> <ul style="list-style-type: none"> • Monipuolisuus, useita tasavahvoja toimialasegmenttejä • Myös pienet yritykset ovat saaneet tilaa markkinoilta • Kansalaisaktiivisuus on lisääntynyt ja synnyttänyt useita lähiruokapiirejä <p>Imago ja maine</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kotimaisuus, puhdas suomalainen tuotanto ja jalostus <p>Logistiikka</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kylmäketjun logistiset toiminnot 	<p>Liiketoiminta- ja elintarvikeosaaminen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Heikko julkisen sektorin hankinta- ja kilpailutusosaaminen sekä yritysten/yrityksien osaamisen puute tarjouksiin vastaamisessa • Yksipuoliset myyntikanavat • Matala raaka-aineiden jalostusaste • Toiminnan lyhytjänteisyys • Yrittäjien reagoinnin hitaus • Pienyrityksien tuotteiden tuotantolähtöisyys ja samankaltaisuus • Luonnon raaka-aineiden vähäinen hyödyntäminen <p>Vaativuus ja yrittäjyyshengen puute</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nurkkapatriottinen ajattelu (rajoittautuminen Keski-Suomeen markkina-, verkostoitumis- ja osaamismielessä) • Pienyrityksien kasvuhaluttomuus • Uskon puute ja haluttomuus riskinottoon <p>Koulutus ja työvoima</p> <ul style="list-style-type: none"> • Maakunnassa ei ole elintarvikejalostuksen korkeakoulutasoista koulutusta • Maakunnassa ei ole riittävästi elintarvikealan alkutuotannon tehtävistä kiinnostunutta ja sitoutunutta työvoimaa

	<p>Toimialarakenne</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pääosa toimijoista ja toimitusmääristä ovat pieniä • Pienet resurssit • Pienten toimijoiden on vaikea ylläpitää toimitusvarmuutta suurissa tilauksissa • Epätasapainoinen rakenne tietyillä sektoreilla: liha, kala ja maito <p>Logistiikka</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vaikka kylmäketjun logistiset toiminnot ovat olemassa, ei todellinen verkostoyhteistyö ja tieto ole kehittynyt tarvittavalle tasolle • Suurten toimijoiden kuljetukset ovat kalliita pienille tavarantottajille
<p>Mahdollisuudet</p>	<p>Uhat</p>
<p>Kysyntä ja markkinat</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lähirookatrendin ja ruoan turvallisuusvaatimusten vahvistuminen • Terveellisyden ja hyvinvoinnin arvostuksen korostuminen • Laatutekijöiden aseman paraneminen hankintakriteereinä <p>Tuotteet ja palvelut</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tuotannon ja valikoiman kausiluonteisuuden hyödyntäminen sesonkituotteilla • Tuotteiden jalostusasteen nostaminen mm. ruokaketjun toimijoiden välisellä yhteistyöllä • Asiakkaiden osallistaminen ja asiakastietojen hyödyntäminen tuotekehityksessä ja tuotteistamisessa • Ruoan yhdistäminen maaseutumatkailuun ja käsityöosaamiseen <p>Markkinointi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Terveellisen ja maukkaan ruoan markkinointi osana hyvinvointipalveluita, esim. hyvinvointimatkoissa • Sosiaalisen median hyödyntäminen • Tuotemerkkien hyödyntäminen imagon luojina <p>Logistiikka ja verkostot</p> <ul style="list-style-type: none"> • ICT:n hyödyntäminen verkostojen ja yhteistoiminnan edistämässä • Toimitusketjujen monipuolistuminen • Yhteistyöverkostojen laajentaminen (yhteiskuljetukset, B2B, laatu-järjestelmät jne.) • Yrittäjyyskasvatus ja pienyrittäjyyden merkityksen kasvaminen • Tutkimustiedon hyödyntäminen ja vieminen käytäntöön 	<p>Kysyntä ja markkinat</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hintaa pidetään yhä tärkeämpänä kuin laatua • Kotimaisen alkutuotannon hiipuminen ja kotimaisen ruoantuotannon arvostuksen väheneminen • Markkinoilla olevien yritysten toiminta ei ole tarpeeksi läpinäkyvää ja tuotteiden alkuperä ei ole riittävästi näkyvillä, jolloin kuluttajat saattavat luulla ostavansa suomalaista vaikkei niin olisikaan <p>Resurssit ja työvoima</p> <ul style="list-style-type: none"> • Osaavaa työvoimaa ei saada alueelle • Työvoimapula ja työttömyys eivät kohtaa • Yrittäjien ikääntyminen ja yritysten katoaminen jos jatkajia ei löydy • Kotimaisen työvoiman suuri hinta suhteessa ulkomaiseen työvoimaan • Heikko talouden kehitys ja sen heijastuminen pääomien saatavuuteen ja EU:n/valtion tukeen <p>Imago ja mainekysymykset</p> <ul style="list-style-type: none"> • Maatalousyrittämisen raskas, työläs ja vaikea maine • Nuorten vieraantuminen maaseutuyrittämisestä <p>Hallinto ja lainsäädäntö</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vaikeaksi koetut lupa- ja viranomaiskäytännöt rajoittavat yritystoimintaa • Lainsäädäntö ja ruokapalveluiden ja elintarvikkeiden korkea alv • Kaavoitustoiminta ei ole ajan tasalla • Vahvistetaan työ-, hyödyke- ja pääomamarkkinoita ensisijaisesti suuryritysten toimintaympäristönä

TULEVAISUUDEN TOIMINTAYMPÄRISTÖ

Megatrendit ja maatalouspolitiikka

Tulevaisuutta ei vielä ole olemassa, mutta monipuolisen tiedon avulla voidaan tulevaisuutta pohtia, arvioida ja luoda malleja mahdollisesti toteutuksessa olevista muutoksista. Sitra on julkaissut vuodesta 2011 listauksia megatrendeistä. Megatrendit eivät itsessään ole juuri muuttuneet, mutta jo tämän tulevaisuus- paperin lähteinä käytettyjen raporttien ja selvitysten päivitettyissä versioissa nämä megatrendit näkyvät. Sitran mukaan tärkeimmät tulevaisuutemme vaikuttavat kehityskulut ovat: ekologisen jälleenrakennuksen kiireellisyys, verkostomaisen vallan voimistuminen, väestön ikääntyminen ja monimuotoistuminen, teknologian sulautuminen kaikkeen toimintaan sekä talousjärjestelmän suunnan etsiminen. (Dufva 2020).

Megatrendeistä etenkin ekologinen jälleenrakennus sekä väestön muutokset näkyvät jo Keski-Suomen ruokaketjun yrityksissä. Toimialaselvityksessä 2021 yritykset kertoivat panostavansa lähitulevaisuudessa jatkajien etsimiseen sekä ympäristö- ja vastuullisuusasioihin (Teppo 2021). Toimintaympäristön muutosten ei koettu rajoittavan yritystoimintaa ja monet vastaajista olivat jo tehneet muuttuvaa maailmaa varten varautumistoimia.

Ekologisen jälleenrakennuksen kiireellisyys tulee näkymään ruokaketjussa myös maatalouspolitiikan kautta. Alkutuotannon tulovirrasta merkittävä osuus koostuu maataloustuista. Vaikka kansallisilla tuilla ja kansallisella päätöksenteolla on edelleen painoarvoa, globaali maatalouspolitiikka ja etenkin EU asettavat raja-arvoja suomalaiselle alkutuotannolle.

Maatalouspolitiikan lisäksi myös muilla poliittisilla linjauksilla on vaikutusta ruokaketjuun. Suomen hallituksen tavoite on saavuttaa hiilineutraalisuus vuoteen 2035 mennessä. Ruoka-alalla hiilineutraalisuus nähdään ruoan arvostusta nostavana menestystekijänä. Ruoka-alan arvoketjun toimijat ovat ensimmäisenä toimialana Suomessa määrittäneet toimenpiteet päästötavoitteiden saavuttamiseksi raaka-aineen tuotannosta kuluttajarajapintaan asti (Hyrylä 2020).

Ilmastonmuutos

Nopean muutoksen keskellä vain riittävällä tiedolla ja kyvyllä ennakoida yritykset voivat varautua tulevaan. Varautuminen voi olla sekä oman toiminnan muuttamista, kehittämistä tai kokonaan uusien liiketoimintamallien aloit-

tamista. Ilmastonmuutos on tällä hetkellä merkittävä muutostekijä, josta keskisuomalaiset yritykset tarvitsevat luotettavaa tietoa. Ilman riittävää tietoa yritykset eivät voi suunnitella kannattavaa tulevaisuutta, ja ilman kannattavuutta yritysten kehittäminen valuu hukkaan eikä yritysten kehittämisessä ole näin ollen tarvittavaa pitkäjänteisyyttä. Tietoa tarvitaan myös ilmastonmuutoksen vaikutuksista poliittiseen päätöksentekoon, jotta mahdollisiin muutoksiin alaa ohjaavissa säädöksissä ja vaatimuksissa voitaisiin varautua.

Ilmastonmuutos vaikuttaa niin kuluttajakäyttäytymiseen kuin mediaankin. Yrityksille ilmastonmuutos näkyy usein kustannuksina, jotka realisoituvat nopeasti, jopa yllättäen. Sen sijaan vaikutuksia voidaan havaita vasta myöhemmin (Yrittäjät). Ruokaketjun viestintää tarvitaan avoimen ja tutkitun tiedon välittämiseen, jotta oikeaa tietoa keskisuomalaisesta ruuantuotannosta saataisiin sekä kuluttajille että medialle.

KESKI-SUOMEN RUOKAKETJUN TULEVAISUUS (KEHITTÄMISSTRATEGIA) 2022 - 2027

Visio 2027

Visio kuvaa Keski-Suomen ruokaketjun toivottua tilaa vuonna 2027 ja sen tarkoituksena on luoda suuntaviivat kehittämistoiminnalle. Lisäksi visio osoittaa muutostarpeet nykytilanteeseen nähden.

Keski-Suomen ruokaketjun visio 2027

Keskisuomalaisessa ruokaketjussa yrittäminen ja toimiminen on kannattavaa, vastuullista ja houkuttelevaa – tuotamme yhteistyöllä aitoja makuja, elämyksiä ja hyvinvointia kestävästi ja luotettavasti.

Visio vuodelle 2020:

Keskisuomalaisessa ruokaketjussa yrittäminen on kannattavaa ja houkuttelevaa – asiakkaille tuotetaan aitoja makuja, elämyksiä ja hyvinvointia vastuullisesti ja luotettavasti.

Arvopohja

Keski-Suomen ruokaketjun ja sen kehittämisen arvot luovat yhteisen arvopohjan, joka ohjaa toimintaa ja käyttäytymistä. Arvopohja määrittelee ne asiat, joita pidetään tärkeinä ja jotka antavat suuntaviivat toiminnalle. Tavoitteisiin pyritään yhteiset arvot huomioon ottaen.

Keski-Suomen ruokaketjun ja sen kehittämisen arvot ovat:

Yhteistyö
Korkea laatu
Vastuullisuus

Yhteistyö

Yhteistyö ruokaketjussa on kehittymisen, kasvun ja menestyksen perusta. Keski-Suomen ruokaketjussa panostetaan erityisesti yhteistyömahdollisuuksien luomiseen. Yhteistyötä tarvitaan yritysten toimintaedellytysten kehittämässä, osaamisen ja tiedon lisäämisessä ja levittämissä, kannattavan yritystoiminnan rakentamisessa sekä keskisuomalaisen ruuan arvostuksen lisäämisessä.

Korkea laatu

Laadukkuus ja turvallisuus tuotteissa, palveluissa ja toimintatavoissa ovat ruokaketjun toiminnan perusedellytys. Paikallisesti tuotetun ruoan ja kotimaisten raaka-aineiden arvostus nostavat esille ruoan alkuperän ja tuotantotavan. Ruoka on turvallista, kun tiedetään mistä se on peräisin ja sen alkuperä on helposti jäljitettävissä. Kotimaiset ja paikalliset tuotteet ovat laadultaan ja maultaan korkeatasoisia.

Vastuullisuus

Koko keskisuomalaisen ruokaketjun tulee toimia kestävästi sekä ympäristön että yhteiskunnan näkökulmasta. Ekologinen vastuullisuus kattaa ruokaketjun ympäristölle aiheuttamat kokonaisvaikutukset. Taloudelliseen, sosiaaliseen ja kulttuuriseen vastuullisuuteen kuuluu maaseudun ja paikallisen työn arvostus sekä keskisuomalaisen ruokakulttuurin vaaliminen. Vastuullinen yritystoiminta käyttää luonnonvaroja säästeliäästi, mutta mahdollistaa kannat-

tavan yritystoiminnan. Vastuullinen ruokaketju turvaa tekijöille, yrittäjille ja tuottajille hyvän elämän.

Kehittämisen painopistealueet ja toimenpiteet

Keski-Suomen ruokaketjun kehittämisen painopistealueet vuosina 2022-2027

Tähän kuva.

Keski-Suomen ruokaketjun kehittämiselle tulevalla ohjelmakaudella on valittu neljä painopistealuetta.

Yhteistyöllä eteenpäin

Tiedon ja osaamisen kehittäminen ja jatkuvuus

Uudistuva ruokakulttuuri

Kasvu, kehittäminen ja saatavuus

Yhteistyöllä eteenpäin

Jotta ruokaketjussa olevat resurssit saataisiin mahdollisimman tehokkaasti käyttöön, on aidon yhteistyön lisäämiselle ruokaketjussa todella tarvetta. Jokaisen yrityksen ja toimijan yrittäessä selviytyä yksin nopeasti muuttuvassa maailmassa ja toimintaympäristössä, ei resursseja saada käyttöön parhaalla mahdollisella tavalla. Keväällä 2021 toteutetussa Keski-Suomen ruokaketjun toimialaselvityksessä todettiin yritysten kaipaavan uusia työkaluja yhteistyön parantamiseen. Monet, etenkin pienet yritykset puurtavat yksin. Pienemmissä yrityksissä ei ole sijaisia tai joustavia resursseja, joten yhteisiin projekteihin ja tapahumiin, jotka eivät suoraan ole yrityksen ydinliiketoimintaa, on hankala päästä mukaan. Vaikka yhteistyö nähdään tärkeänä kehityskohteena, tuottavan työn tekemisestä on vaikea irrota edes muutamaksi tunniksi.

Yhteistyötä tarvitaan sekä elintarvikkeiden tuotantoketjuissa että tiedon välityksessä. Muun muassa luomutilojen määrä kasvaa Keski-Suomessa, mutta jalostavaa teollisuutta ei maakunnassa ole riittävästi. 2021 toimialaselvityksessä yritykset nimesivät byrokratian yhdeksi yrityksen menestystä rajoittavaksi tekijäksi. Sertifioidun luomutuotannon etu on tarkkaan valvottu järjestelmä, johon kuluttaja voi luottaa. Toisaalta luomu-sertifikaatti tuottaa lisääntyvää raportointivelvoitetta jo muutenkin byrokratian raskaaksi kokevissa yrityksissä, mikä ei kannusta liittymään luomuvalvontaan.

Mikäli luomusertifioitua elintarvikejalostusta saataisiin lisättyä, pystyisivät keskisuomalaiset yritykset pohtimaan enemmän myös viennin mahdollisuuksia. Toimintaympäristöselvityksen mukaan vienti ei kuitenkaan ole vastanneiden yritysten mielestä erityisen tärkeää, vaan kasvua haetaan kotimaasta, etenkin lähialueelta (Teppo, U. 2021). Luomu on nostettu yhdeksi vientitoiminnan keihäänkärjistä, sillä etenkin Saksassa luomun kulutus kasvaa merkittävästi (Römer-Paakkanen, T. 2020.). Keski-Suomeen tarvittaisiin aktiivista luomuketjuajattelua tukemaan alkutuotantoa ja vastaamaan luomun kasvavaan kansalliseen ja kansainväliseen kysyntään.

Ruokasektorin kehittämiseksi tarvittaisiin tarkempia tietoja, millaisia prosesseja Keski-Suomen jalostavissa yrityksissä voidaan tehdä, millaisia koneita ja laitteita yrityksissä on, sekä millaista erityisammattitaitoa yrityksistä löytyy. Myös tarvittavien koneiden ja laitteiden yhteisinvestointien mahdollisuutta tulee pitää yllä keskusteluissa, jotta laitteiden yhteisomistuksella voitaisiin pienentää kalustoon sidotun pääoman määrää yksittäisissä yrityksissä. Yhteisomistus on mahdollinen kehittämisen kohde niin alkutuotannossa kuin jalostavassa tuotannossakin.

Toimintaympäristöselvityksen tuloksista käy ilmi, että moni yritys suunnittelee yhteistyötoimintaa etenkin logistiikan ja kuljetusten yhdistämisessä. Vaikka Keski-Suomi onkin maan logistinen solmukohta, pitkien välimatkojen vuoksi kuljettaminen on kallista. Kiristyvät päästötavoitteet, polttoainekustannus sekä työkustannukset nostavat kuljetusten hintaa. Tulevalla kaudella tarvitaan monella ruokaketjun osa-alueella yhteistyön kehittämistä.

Painopiste: Yhteistyöllä eteenpäin

Painopistealueen tavoitteet 2027

- Maakunnallisella koordinaatiolla / koordinaattorilla on ajantasaista tietoa yritysten olemassa olevista resursseista, jotta yritysten on helpompi kartoittaa yhteistyökumppaneita niin tuotekehitykseen kuin valmistukseenkin.
- Yritysten yhteistyöverkostoja on koottu ja yrityksiä on koulutettu hankinta-asioissa. Etenkin erilaiset yhteistyöverkostot ovat koonneet yhdessä tarjouksia muun muassa julkisiin hankintapyyntöihin.
- Luomuketjun kehittäminen alkutuotannon tueksi. Paikallisia ja paikallisesti jalostettuja luomutuotteita on saatu kuluttajien ulottuville aiempaa enemmän.
- Yritysten yhteistyötä on lisätty tukemaan yrittäjien jaksamista ja hyvinvointia yli toimialarajojen.
- Erilaiset rekrytointivaihtoehdot tutuksi. Yrityksiä, niin alkutuotannossa, teollisuudessa kuin palvelusektorillakin on ohjattu etsimään työvoimaa uusin keinoin. Yritysten yhteiset työntekijät, oppisopimuskoulutukset sekä muut työllistämisen keinot ovat tuttuja. Mestari-kisälliohjelmat on aktivoitu.
- Keski-Suomen keskeinen imago on vahvistunut elintarvikealan ja matkailun vahvalla yhteistyöllä
- Arvostus paikallisia raaka-aineita ja tuotteita kohtaan on kasvussa. Kuluttajat ja verkostot ymmärtävät, että läheltä tulee hyvää ja laadukasta ruokaa. Yritysten aito yhteistyö on tehnyt keskisuomalaisen yhdessä tekemisen näkyväksi.

Toimenpiteet ja hankeaihiot

- Selvityshanke olemassa olevista resursseista, joita yritykset voivat tarjota muille ruokaketjun toimijoille
- Yhteiskäytön ja yhteisomistuksen lisäämisen kehittäminen niin alkutuotantoon kuin jalostavaankin yritystoimintaan
- Luomuketjun kehittämishanke parantamaan Keski-Suomessa tuotetun luomun jalostusastetta
- Keski-suomalaisen luomun vienti, yritysryhmähanke potentiaalisille luomuyrityksille
- Maatilojen yhtiöittäminen sekä maatilojen yhteisinvestointien tukeminen, työn kuormittavuuden säätely yhteistyön avulla
- Kannustetaan etenkin pienempiä yrityksiä rekrytoimaan yhdessä, jos yrityksen resurssit eivät riitä kokoaikaiseen työntekijään
- Yhteisöllisyys ruokaketjussa - aitoa yhteistyötä syntyy vain yhdessä tekemällä. Ruokaketjun yrittäjien törmäyttäminen hyvinvointia tukien
- Yhteistyö jaksamisen tukena. Vain hyvinvoiva yrittäjä ja yritys tuottaa.
- Matkailureitit lähiruuan ympärillä - Perinteisiä suomalaisia makuja lyhyillä välimatkoilla
- Tehdään järvikaloista uusi normaali tuontilohen tilalle. Aidosti vastuullinen vaihtoehto suomalaisiin ruokapöytiin. Lisätään muun muassa pienen muikun ja muiden vajaastihyödynnettyjen kalojen prosessointia mäsäksi.
- Ruokamatkailu ja luonto - luonnontuotealalle nostetta metsäisistä matkailupalveluista
- Yhteisen pakkaamon ja pakastamon mahdollisuudet. Useat toimijat tarvitsevat pakkaus- ja pakastuspalveluja. Voisiko niitä tuottaa yhteisesti?
- Mahdollisten muiden yhteisten tilojen tarve sekä käyttömahdollisuuksien selvittäminen. Esimerkiksi koekeittiö, yhteiskeittiö, (lyhytaikaisesti) vuokrattavat valmistus- ja tuotantotilat
- Laatu-, vastuullisuus-, kestävyys- ja ympäristöjärjestelmien edistäminen yrityksissä sekä koko ruokaketjussa. Tiedostavat kuluttajat tarvitsevat faktaa, joten tarjotaan sitä.

Tiedon ja osaamisen kehittäminen ja jatkuvuus

Ruokaketjuun kuuluvien toimialojen houkuttelevuutta tulee lisätä. Jotta alalle saadaan uusia tulijoita ja nuoret valitsevat opintoihinsa ruokaan liittyviä opintoja ja jopa kokonaisia tutkintoja, elintarvikeala pitää nähdä tulevaisuuden alana. Tarvitaan paljon työtä, jotta ruokaa ei mielletä itsestään selvyydeksi vaan ruoan tuotanto ja jalostaminen koetaan houkuttelevana uramahdollisuutena. Positiivisilla esimerkeillä voidaan nostaa ruokaketjun toimijoita ja toimintoja alaa harkitsevien nuorten ja aikuisten mielenkiinnon kohteeksi. Yrityskylätyyppisiä malleja tarvitaan jatkossakin esittelemään ruokaketjun yrittäjyyttä, jotta useammille ikäluokille kuin tähän asti on voitu tavoittaa.

Tilastoja tarkasteltaessa suuri osa keskisuomalaisen ruokaketjun yrityksistä on vailla jatkajaa. Keski-Suomen ruokaketjun toimialaselvityksessä kolmannes vastanneista yrityksistä kertoi panostavansa jatkajan löytymiseen (Teppo 2021). Maatilojen lapsista ei välttämättä löydy jatkajia sukujensa tiloille, eikä pieniin jalostaviin yrityksiin ole kasvamassa seuraavaa sukupolvea (Hyry 2018). Ruokaketjun jatkuvuuden kannalta alan imagon sekä kannattavuuden parantaminen ovat avainasemassa jatkajia etsittäessä.

Nuorten aloittajien sijaan uusia yrittäjiä voisi löytyä alaa vaihtavista ja juurille palaavista. Viime aikoina mediassa on kerrottu useista maataloja etsivistä ihmisistä, jotka haluaisivat muuttaa maalle ja aloittaa yritystoiminnan. Koska siteet maaseutuun puuttuvat, eikä suvussa ole myytäviä tiloja, on uusien toimijoiden lähes mahdotonta päästä osaksi omistukseen perustuvasta liiketoiminnasta. Jonkun pitäisi luopua sukutilasta, vastoin suvun perinteitä. Omasta elämäntyöstä ja suvun historiasta luopuminen on vaikeaa ja luopujaa pitäisi tukea, jotta omistajanvaihdos voisi sujua mahdollisimman kivuttomasti (Hyry 2018).

Jatkuvuuden turvaamiseksi ruokaketjussa pitäisi pohtia uusia toimintamalleja, millä kannattaviin alkutuotannon sekä jalostaviin yrityksiin saadaan kasvatettua jatkajia. Jopa ilman biologisia tai historiallisia siteitä. Puhdas ja aito kiinnostus ruuan tuottamiseen pitäisi riittää, vaikkei tilaa tai yritystä perisi, vaan sen voisi ostaa erilaisin järjestelyin. Kannattavuus on olennaisessa roolissa omistajanvaihdoksissa. Mitä kalliimpi yritys, sitä vaikeampaa on saada kohtaamaan sekä maksuhalukkuus että myyjän tarpeet. Heikko kannattavuus vähentää osaltaan maksuhalukkuutta (Hyry 2018).

Keski-Suomen ruokaketjun on tehtävä kaikkensa, jottei yksikään kannattava liiketoiminta päättyisi jatkajien puutteen vuoksi. Oppilaitosyhteistyö sekä monipuolisten ja monimuotoisten opiskelumahdollisuuksien kehittäminen turvaa myös Keski-Suomen ruokaketjua. Teollisuudessa on jo pitkään täsmäkoulu-

tettu työntekijöitä yritysten tarpeisiin esimerkiksi erilaisin muuntokoulutuksen keinoin. Voisiko ruokaketjuun löytää uusia osajia tällaisten räätälöityjen koulutusmallien avulla?

Kaikki toimintaympäristön muutokset lisäävät tiedon tarvetta, joka on tieteellisesti todistettu ja jota voidaan käyttää apuna tulevaisuutta suunniteltaessa ja tulevaisuuteen kantavia ratkaisuja tehtäessä. Ekologisen jälleenrakennuksen kiireellisyyden lisäksi muita nopean muutoksen aiheuttajia ovat esimerkiksi digitalisaatio, muuttoliike, maatalouspolitiikka sekä alkutuotannon tukijärjestelmän muutokset. Kaikilla näillä on valtavia vaikutuksia koko ruokaketjuun ja vain luotettavan tiedon avulla näistä selvitään voittajina kasvun tielle.

Painopiste:

Tiedon ja osaamisen kehittäminen ja jatkuvuus

Painopistealueen tavoitteet 2027

- Sukupolvenvaihdoksista omistajanvaihdoksiin. Ruokaketjussa on kartoitettu monipuolisia keinoja jatkajien löytämiseksi sekä omistajanvaihdosten käytännön asioiden tukemiseen. Yritykset tietävät, mistä saavat apua jatkajan etsimiseen.
- Ruokaketjussa on koottu ja tiedotettu vaihtoehtoisista malleista aloittaa tai jatkaa ruokaketjun yrityksissä, myös alkutuotannossa. On parannettu ja edistetty yritysten ja tilojen vuokrausmahdollisuuksia ja näin madallettu aloittamisen kynnystä.
- Luopumisen tukemiseen on olemassa toimintamalli toimialasta riippumatta.
- Uusia sukupolvia ohjataan jatkamaan olemassa olevia yrityksiä, rohkeasti ja ennakkoluulottomasti, jotta ruokaketju pysyy aidosti muuttuvassa maailmassa mukana.
- Yrityksiä tavoiteltu oppimaan ja kehittymään yhdessä.
- Keski-Suomen ruokaketjun yrityksissä on tehty vastuullisuus- sekä ympäristöjärjestelmätyötä yhdessä.
- Monimuotoisilla koulutusvaihtoehdoilla ollaan kouluttamassa uusia osajia ruokaketjuun. Niin yrittäjiksi kuin työntekijöiksin.

- Keski-Suomessa valmistetaan sertifioitua artesaaniruokaa ja nimisuojat tuotteiden valmistajien määrä on lisääntynyt.

Toimenpiteet ja hankeaihiot

- Tuotetaan maakunnan yrityksille relevanttia tietoa ja autetaan olemassa olevia yrityksiä kasvuun. Mukautumiskykyä kaivataan muuttuvassa maailmassa ja vain tiedon avulla muutos on mahdollista. Mukautumiskyvystä saadaan muutosta ja kasvua.
- Mentorointimalli otetaan vahvemmin käyttöön ruokaketjussa - tulevat jatkajat ja yrittäjät yrityksiin oppimaan ja opiskelemaan oppisopimuksilla. Osaminen syntyy tekemällä.
- Tutkitaan mahdollisuuksia koulutusmallien kehittämiseen mm. Muuntokoulutukset.
- Mestari-kisällimallin aktivointi
- Mahdollistetaan uusien tuotanto- ja jalostusmenetelmien käyttöönottoa, jotta alalle syntyisi uusia menestystarinoita sekä kasvua ruokainnovaatioista.
- Laatu-, vastuullisuus-, kestävyys- ja ympäristöjärjestelmien edistämistä lisätään yrityksissä sekä koko ruokaketjussa.
- Sertifioidun tuotannon ja jalostuksen edistämistä tuetaan. Sertifiointi luo kilpailukykyä sekä lisäarvoa. Luomusertifioinnin lisäksi tuetaan sertifioidun artesaaniruuan tuotantoa sekä edistetään nimisuojat tuotteita maakunnassa. Seurataan aktiivisesti uusia ja kehittyviä sertifiointeja ja välitetään niistä tietoa ruokaketjun yrityksille.
- Luonnontuoteala ja kalastusala aktiivisesti mukana kehitystyössä. Vielä pieninä toimialoina molemmat kaipaavat ruokaketjulta aktiivista tekemistä sekä alojen koulutuksen kehittämistä.
- Kehitetään koulutustarjontaa myös niillä aloilla, joita ei vielä maakunnan oppilaitoksissa tarjota. Etsitään keinoja kehittää ja tarjota puuttuvaa koulutusta myös Keski-Suomessa.

Uudistuva ruokakulttuuri

Kuluvan rahoituskauden aikana ruokamatkailun kehittäminen on edennyt harppauksin lähiruokatietoisuuden vanavedessä. Paikalliset maut ja raaka-aineet ovat kasvattaneet jalansijaa niin ravintoloissa kuin kotikeittiöissäkin. Hetkittäin voidaan puhua ruokamatkailustakin, kun sekä lähimatkailijat että maakunnan rajojen ulkopuolelta tulevat valitsevat matkakohteensa sen tarjoamien ruokapalvelujen ja ruokaelämysten mukaan.

Vaikkei Keski-Suomessa selkeää, täysin omaa makumaailmaa olekaan, meillä on upeaa ja pitkää historiaa ruuan tuotannosta maakunnassa. Ruokaketjun yrityksistä suuri osa on toiminut vuosikymmeniä ja jopa useiden sukupolvien ajan. Paikallisia reseptejä löytyy sekä maatiloilta että yrityksistä, joissa nykyisten keskisuomalaisten sukujuuret yhdistyvät, vaikka olisivatkin alun perin eri puolilta Suomea. Keski-Suomen imago on luontaisesti yhdistelmä koko maan kulttuureista, niin ruuan kuin tapojenkin osalta. Voimme siis rohkeasti nostaa esiin, että Keski-Suomesta löytyy koko Suomi. Olemme lyhyiden välimatkojen päässä muusta maasta. Täällä voi nauttia yhtä sujuvasti vesistöjen kalastuskulttuurista Järvi-Suomen tapaan ja metsäisistä mauista kuten itäisessä Suomessa on aina tehty. Leipäkulttuurissa yhdistyy rannikon maut pohjoisiin viljoihin, unohtamatta riistaruokia ympäri maan. Keski-Suomen ruokaketju on aidosti kaikkea kaikille.

Keskisuomalainen ruokakulttuuri elää. Se muuttuu, kasvaa ja kehittyy jatkuvasti. Yritykset ovat aktiivisia ruokakulttuurin kehittäjiä silloin, kun katamme pöytää vieraille, maistelemme uusia makuja tai valmistamme meille arkisiksi ja tavanomaisiksi muodostuneita ruokia. Meillä on paljon hienoja, muualta alun perin lähtöisin olevia ruokia, joista on paikallisilla raaka-aineilla tehty meidän näköisiä tuotteita, keskisuomalaisia. Ruokakulttuuri on rehellistä elämää, ajassa elävää ja uudistuvaa. Ruokakulttuuri muuttuu, vaikka emme teki-sikään aktiivisesti mitään. Uudistamalla tietoisesti ruokakulttuuria voimme vaikuttaa muutokseen, huolehtia perinteistämme, juuristamme ja historias-tamme, mutta huomioon ottaen ruokakulttuurin uudet tuulet Keski-Suomeen sopivalla tavalla.

Ruokamatkailussa maut ja tarinat yhdistyvät ainutlaatuiseen luontoon, vieraanvaraisuuteen sekä omaperäisyyteen. Maakunnan raaka-aineet yhdistyvät aidoiksi elämyksiksi luonnon helmassa ja kaupunkiympäristössä, ruokapöydän tai eväskorin ääressä (Keski-Suomen matkailustrategia, 2021).

Painopiste: Uudistuva ruokakulttuuri

Painopistealueen tavoitteet 2027

- Ruoka on entistä vahvempi osa matkailu- ja kulttuurielämyksiä
- Yritysten yhteistyötä on lisätty yli toimialarajojen ja matkailuyritykset saavat paikallisia tuotteita valikoimiinsa aiempaa helpommin
- Metsäiset maut ovat tunnettuja niin uusien innovaatioiden kuin perinteisten reseptienkin avulla
- Ruokamatkailulla on parannettu keskisuomalaisten tuotteiden tunnettuutta
- Keskisuomalaisia tuotteita on otettu osaksi matkailun tarinoita
- Monipuoliset, paikalliset raaka-aineet ovat aiempaa tunnetumpia. Luonnon- tuoteala ja kalastusala ovat aktiivinen osa ruokakulttuuria.

Toimenpiteet ja hankeaihiot

- Ruoka on keskeinen tekijä matkailijan kokemuksessa. Vahvistamme edelleen yhteistyötä matkailuyritysten sekä elintarvikealan toimijoiden välillä.
- Tuotteistetaan ruokatuotteita suoraan matkailun kohderyhmille
- Tuetaan paikallisia ruokatapahtumia ja tiivistetään näin matkailun ja ruokaketjun yhteistyötä
- Tehdään yhteisiä markkinointitoimenpiteitä. Tuodaan esiin yhteistyöllä kehitettyjä ruokamatkailuelämyksiä.
- Ruokamatkailureittien kehittäminen. Aiheeksi sopivat niin perinteet, historia ja perinteiset maut, kuin uudet ja innovatiiviset maut yhdistettynä esimerkiksi metsäluontoon.
- Matkailun trendien huomioiminen myös ruokamatkailussa. Yksin ja pienissä ryhmissä matkustavat kaipaavat erilaisia ruokapalveluja kuin suuret ryhmät. Matkailun nomadit kohderyhmänä myös ruokamatkailussa.
- Ruoka ja maisema. Ruokailu maisemassa maisemaa maistellen

- Luonnontuotealan ja luontomatkailun kehittäminen yhdessä ja erikseen.
- Erilaiset ruokaa hyödyntävät matkailupaketit
- Matkailukalastuksessa kalaruoka on olennainen osa elämystä.
- Artesaaniruoka näkyväksi matkailussa. Niin tuotteina kuin palveluinakin.

Kasvu, kehittäminen ja saatavuus

Yhteistyön ja tiedon avulla Keski-Suomen ruokaketju ja siinä toimivat yritykset saavat kasvulle edellytyksiä. Luomutuotanto kasvaa Keski-Suomessa merkittävästi. Kansallisissa tavoitteissa luomu on nostettu myös vientimahdollisuudeksi, joten Keski-Suomessa on myös luomutuotteiden vientiä mahdollista edistää.

Uusia tuoteinnovaatioita kaivataan niin ruokaketjun imagon kuin toiminnan kasvun vetureiksi. Luonnontuoteala sekä järvikaloihin pohjaava kalatalous avaavat uusia ikkunoita maailmaan ainutlaatuisuudellaan. Tarvitaan sekä yritysten yhteistyötä että oppilaitosten ja tutkimusorganisaatioiden asiantuntemusta, jotta uusia tuotteita saadaan kuluttajille. Riista, villiyrtilt ja metsämarjat ovat maailmalla kasvava trendi puhtaana ja luonnollisena vaihtoehtona ja siinä on Keski-Suomessa näytön paikka. Meillä, jos kenellä, löytyy sekä osaamista että raaka-aineita nostamaan metsäiset maustukset maailmankartalle. Villeillä mauilla on valtavat mahdollisuudet lisätä myös ruokamatkailuun merkittäviä, uusia ulottuvuuksia.

Lähiruuan suosion kasvun suurin este tai haaste on tuotteiden saatavuus. Vaikka REKO-piirit ja muu lähiruokatoiminta kasvaa, se jää edelleen ostajien ja kuluttajien aktiivisuuden varaan. Toimivia myynti- ja tilauskanavia on vain harvoilla yrityksillä ja näiden sijainti monessa eri paikoissa vaikeuttaa edelleen tuotteiden ostamista. Suurten kauppojen lähiruokavalikoimat ovat selkeästi laajentuneet viime vuosina, mutta ammattikeittiöitä tämä kehitys ei täysin palvele. Kaupat joutuvat näkemään paljon vaivaa lähiruokaa etsiessään, joten tarvetta paikalliselle järjestelmälle olisi.

Erilaisia tilaus- ja verkkokauppa-alustoja lähiruuan ongelmien ratkaisemiseen on kehitetty, mutta saavutettavuuden ja saatavuuden haasteet ovat jatkuneet. Paikallisten ratkaisujen kehittäminen ja lyhyemmät jakeluketjut lisäävät kuluttajien ja tuottajien vuorovaikutusta ja samanaikaisesti yritysten tulee ym-

märtää asiakkaidensa toimitusketjujen vaatimukset, sekä hallita liiketoiminnan salaisuudet (Maa- ja metsätalousministeriö, 2021). Tarvittaisiin yhteinen ponnistus haasteen ratkaisemiseksi. Löytyisikö uudesta ruokaketjun yhteistyöaktiivoinnista tähän ratkaisu? Voidaanko mestari-kisällimalli palauttaa palvelemaan ruokaketjun toimijoita myös saatavuusongelmissa?

Painopiste:

Kasvu, kehittäminen ja saatavuus

Painopistealueen tavoitteet 2027

- Yritysten tavoitteiden mukaisesti yrityksiä on tuettu saavuttamaan kasvua paikallisilla markkinoilla.
- Vientikelpoisuutta on parannettu sitä kaipaavissa yrityksissä ja uusia yrityksiä on kartoitettu mukaan.
- Henkilöstöä on koulutettu ja uusia rekrytointikeinoja on kartoitettu yritysten kasvun tueksi.
- Liiketoimintaosaamista on parannettu ja yrittäjille on järjestetty tarvittavaa monimuotoista koulutusta.
- Tuotekehitys on aktiivista ja oppilaitoksia ja tutkimuslaitoksia käytetään asiantuntijoina kehitysprosesseissa. Yhdessä tehden lisätään osaamista maakunnassa.

Toimenpiteet ja hankeaihiot

- Tuotekehitys eri näkökulmista on aktiivista
- Matkailun kohderyhmille kehitetään tuotteita ja palveluita
- Uudet viljelykasvit tuovat mahdollisuuksia alkutuotantoon
- Kasvivalvakaisten viljelyn edistäminen ja kehittäminen Keski-Suomessa
- Monimuotoiseen ja monipuoliseen yritystoimintaan tarvitaan tueksi laaja-alaista osaamista. Ruokasektori kartoittaa asiantuntijatarpeen ja etsii soveltuvia asiantuntijoita myös maakunnan ulkopuolelta kehittämistyön tueksi.
- Kansallisten ja alueellisten verkkosivustojen kehittäminen tunnettuuden ja saatavuuden parantamiseksi
- Logistiikan kehittäminen yhdessä ruoka-alan ja logistiikan toimijoiden kanssa.
- Lähiruuan kauppapaikkojen kehittämisellä lisäarvoa ruokaketjuun
- Vastuullinen, kestävä ja ympäristöystävällinen tuote - Keski-Suomen läpinäkyvät maut.

JATKOTOIMENPITEET JA KEHITTÄMISSTRATEGIAN TOTEUTUS

Strategia käytäntöön

Keski-Suomen liitto, maakuntajohtaja

näkökulmana Keski-Suomen kuvaan liittyvä ruoka, brändi

JAMK, rehtori

aluekehittäminen näkökulma

MTK Keski-Suomi

Anja Kettunen, toiminnanjohtaja

ProAgria Keski-Suomi ry.

Toimiva ruokaketju lähtee alkutuotannosta

Toimintaympäristössämme on koko ajan tapahtumassa paljon ja yhä kiihtyvällä vauhdilla. Täällä meillä Suomessa maatalouden toimintaympäristöön vaikuttaa ruokamarkkinoiden samanaikainen globalisoituminen ja lokalisoituminen. Ruokamarkkinat ovat muuttuneet Euroopan unionin laajenemisen myötä kuten myös maataloustuotteiden maailmankaupan vapautumisen kautta. Ilmastonmuutos ja hiilensidonta on ollut näkyvä puheenaihe parin viime vuoden aikana. Digitalisaatio tulee ja ulottuu yhä pian lähes kaikkeen toimintaan. Erilaiset kulutustottumukset ja trendit ohjaavat kuluttajien käyttäytymistä. Korona-viruksen aiheuttama pandemia on pakottanut meidät muuttamaan toimintatapojamme nopeasti. Voidaankin perustellusti todeta, että myös keski-

suomalaiseen ruokaketjuun vaikuttaa hyviä monia muutosvoimia nyt ja tulevaisuudessa.

Keski-Suomi on biotalouden maakunta ja keskeisen osan biotaloutta muodostaa elintarviketuotanto. Keski-Suomen vahvuuksina ovat puhdas luonto ja koko elintarvikeketjun vahva osaaminen. Nämä tekijät kantavat keskisuomalaista ruokaketjua myös muutoksen keskellä. Ruokaketju on edelleen tärkeä työllistäjä ja kuluttajien kiinnostus ruuan alkuperään ja erilaisiin ruokatrendeihin on kasvanut. Keski-Suomi tarvitsee oman ruokaketjun strategian, joka määrittelee kehittämisen suuntaviivoja tuleville vuosille.

Keski-Suomen ruokaketjun strategiassa nousevat esille keskeisinä teemoina yhteistyön merkitys, tiedon ja osaamisen kehittäminen ja jatkuvuus, uudistuva ruokakulttuuri sekä kasvu, kehittäminen ja saatavuus. Aidon yhteistyön lisäämiselle ruokaketjussa on tarvetta. Näin saadaan ruokaketjussa olevat resurssit tehokkaasti hyötykäyttöön. Jatkuvuuden turvaamiseksi ruokaketjussa on tarpeen pohtia uusia toimintamalleja, joilla kannattaviin alkutuotantoa harjoittaviin ja myös jalostaviin yrityksiin saataisiin kasvatettua jatkajia. Tiedon, osaamisen ja uusien innovaatioiden merkitys korostuu muuttuvassa maailmassa. Esimerkiksi kiinnostus luomutuotteita kohtaan on lisääntynyt ja kasvavaan kysyntään on pystyttävä vastaamaan luomuruokaketjun kehittämistoimilla.

Keski-Suomen maakunnassa on pitkä historia ruuan tuotannossa, vaikka keskisuomalaisittain täysin omaleimaista makumaailmaa ei olekaan muodostunut. Keski-Suomen imago on luontaisesti yhdistelmä koko maan kulttuureista, niin ruuan kuin tapojenkin osalta. Tarvitaan uudistavaa otetta, jolla kehitetään keskisuomalaista ruokakulttuuria sen juuria unohtamatta.

Keski-Suomen ruokaketjun kehittäminen on koko maakunnan asia. Keski-Suomella on vahva maaseutu, ja tavoitteena tulee olla, että maakunta hyödyntää omia lähellä tuotettuja raaka-aineita. Muuttuvassa toimintaympäristössä on pystyttävä myös uudistumaan. Uudistuminen ei tarkoita kuitenkaan perinteiden unohtamista vaan uuden luomista vahvoille juurille. ProAgria Keski-Suomen asiantuntijat haluavat olla mukana omalla osaamisellaan kehittämässä koko ruokaketjun toimintaa oli sitten kyse alkutuottajasta, tuotteiden jalostajasta tai kuluttajasta.

Vesa Laitinen, johtaja, ProAgria Keski-Suomi ry.

oppilaitosyhteistyö, koulutus

Keski-Suomen kylät

ruoan kulttuurillinen rooli maaseudulla, elämyksellisyys

Japa? REKO?

lähiruokapiirien, REKOjen näkökulma, kuluttajat

Eduskunnan terveiset? Joonas Könttä? (ohryn jäsen)

Muita tahoja?

LÄHTEET

Auer, J. ja Niinikoski, M. 2017. Keski-Suomen ruokaketjun toimintaympäristöselvitys. JAMK.

<https://www.aitomaaseutu.fi/media/Raportti-Final-Keski-Suomen-ruokaketjun-toimintaymp%C3%A4rist%C3%B6selvitys-2017a.pdf> (15.5.2021)

Dufva, M. 2020. Megatrendit 2020. Sitran julkaisuja 162.

<https://media.sitra.fi/2019/12/15143428/megatrendit-2020.pdf>

Elintarviketeollisuusliitto ETL, 2021.

<https://www.etl.fi/elintarviketeollisuus/vienti>

Havas, K. Adamsson, K, Sievers, K, 2015. Suomen ensimmäinen ruokamatkailustrategia 2015-2020, Haaga-Helia

Hyry, S. 2018. Omistajanvaihdos maatilalla.

<http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201804064218>

Hyrylä, L. 2020. Elintärkeä, monimuotoinen elintarvikeala. TEM Toimialaraportti 2020:2. Valtioneuvoston julkaisu.

https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/162570/TEM_2020_2_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y (15.5.2021)

Niemi, J. ja Väre, M. 2019 (toim.) Luonnonvara- ja biotalouden tutkimus 36/2019, Suomen maa- ja elintarviketalous 2019, Luonnonvarakeskus (Luke), Helsinki

Römer-Paakkanen, T. 2020. Ruokatrendit vetävät suomalaista ruokaa maailmalle. Haaga-Helia.

<https://esignals.fi/pro/2020/09/25/ruokatrendit-vetavat-suomalaista-ruokaa-maailmalle/#e94363c0> (16.5.2021)

Teppo, U. 2021. Keski-Suomen ruokaketjun toimintaympäristöselvitys. JAMK.
(ei vielä julkaistu)

Lähiuokaa – totta kai! Hallituksen lähiuokaohjelma ja lähiuokasektorin
kehittämisen tavoitteet vuoteen 2020 Julkaisija: Maa- ja metsätalousministeriö
Paino: Juvenes Print, 2013 ISBN 978-952-453-792-6 (Painettu) ISBN 978-952-453-
793-3 (Verkkajulkaisu)

<https://mmm.fi/documents/1410837/1890227/L%C3%A4hiuokaohjelmaFI.pdf/a30211ac-ff80-4722-984f-3fc26e5c1467> (12.5.2021)

Lähiuokaa - totta kai! Lähiuokaohjelma ja lähiuokasektorin kehittämisen
tavoitteet vuoteen 2025 Julkaisija: Maa- ja metsätalousministeriö
<http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-366-195-0>

Keski-Suomen matkailustrategia

<https://visitjyvaskyla.fi/professionals/wp-content/uploads/sites/2/2021/01/keski-suomen-matkailustrategia.pdf>

LÄHTEET

Tilastotiedot

EK (2011) Suomen elinkeinorakenne, osuus kokonaistuotannosta (Tilastokeskus) http://www.ek.fi/ek/fi/tietografiikka/suhdanteet/pdf_gif_jpg/perustietoja_Suomen_taloudesta/rak2.pdf

Hyrylä, L. 2020. Elintärkeä, monimuotoinen elintarvikeala. TEM Toimialaraportti 2020:2. Valtioneuvoston julkaisu.

https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/162570/TEM_2020_2_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Luken tilastotietokanta. <http://statdb.luke.fi>

Luomu Keski-Suomessa kooste. 2020. <https://www.aitomaaseutu.fi/media/Luomu-Keski-Suomessa-2020-kooste.pdf>

Maa- ja metsätalousministeriön taloustilastot. 2018.

https://www.stat.fi/til/mmtal/2016/mmtal_2016_2018-03-21_fi.pdf

Tilastokeskuksen tilastot <https://www.stat.fi/til/index.html>