

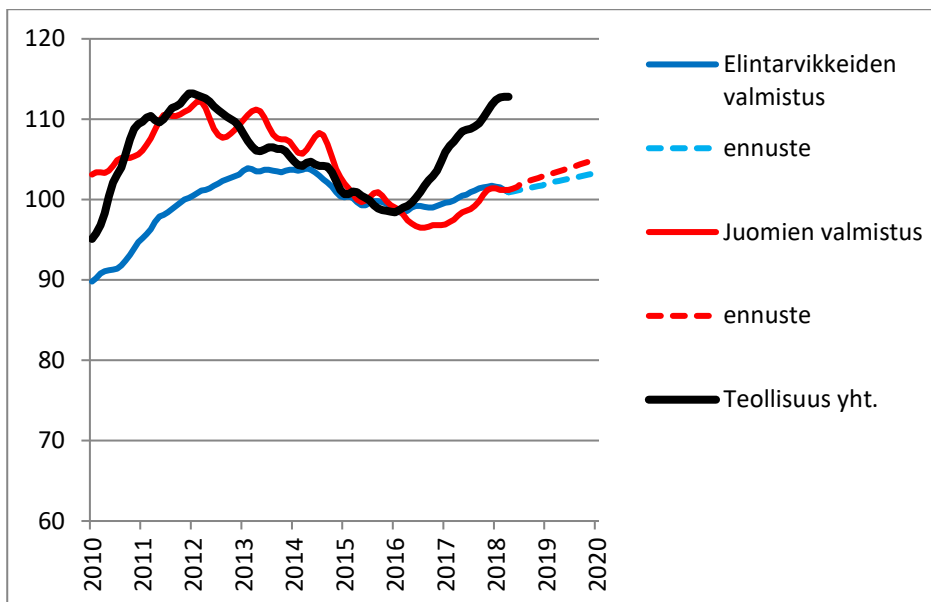
Elintarvikealalla kasvumahdollisuuksia kansainvälisillä markkinoilla

Elintarviketeollisuuden liikevaihto on verkkaisessa kasvussa ja kasvun odotetaan jatkuvan. Talouden virkistynyt tilanne, ruoan kallistuminen, erilaisten uutuuksien ja lisäarvotuotteiden kehittäminen sekä uudet markkinat tukevat alan liikevaihdon kehitystä.

Kasvusta huolimatta elintarvikkeiden ja juomien valmistuksessa kehitys on hitaampaa kuin muussa teollisuudessa. Alkoholilain uudistus on monipuolistanut erilaisten juomien tarjontaa vähittäiskaupoissa, ja valikoimat rakentuvat kuluvana vuonna. Alkoholittomien juomien kulutus on kasvussa. Helteinen kesäaika onkin lisännyt erilaisten juomien ja jäätelön menekkiä.

Päivittäistavara-kaupassa yli kolme vuotta jatkuneen ruoan hinnan laskun jälkeen elintarvikkeiden hinnat ovat nousseet kaksi prosenttia alkuvuoden aikana. Erilaiset tuotannolliset tehostamistoimet ja sopeuttamiset vahvistavat yritysten kannattavuutta.

Kuva 1. Liikevaihdon indeksikehitystä elintarvikkeiden valmistuksessa (Tol10) ja juomissa (Tol11) vuosina 2010 – huhtikuu 2018 ja lähiajan ennustetta. Indeksi 2015=100.



Lähde: Tilastokeskus

Elintarvikeyritysten odotukset ovat positiivisia

Elokuussa julkaistun **EK:n Suhdannebarometrin** mukaan elintarvikeyritysten näkymät lähikuukausille ovat myönteiset. Tuotantomäärät lisääntyivät keväällä, ja kasvun odotetaan jatkuvan myös alkusyksystä. Henkilöstömäärän arvioidaan pysyvän ennallaan. Riittämätön kysyntä nähdään keskeisimpänä myynnin kasvun esteenä elintarvikeyrityksissä.

Elintarvikeyritysten liikevaihdosta noin 85 prosenttia tulee kotimaasta. Kilpailu kotimaan kypsillä markkinoilla on kireää ja haastetta lisää kasvava tuonti. Elintarvikealan tulevaisuus näyttää kuitenkin valoisalta, sillä kuluttajat arvostavat kotimaisuutta ja viennissä on saatu aikaan uusia avauksia.

Viime vuonna viennin arvo oli noin 1,6 miljardia euroa ja maahamme tuotiin ruokaa noin 4,7 miljardilla eurolla. Vaikka elintarvikevienti hieman notkahti alkuvuodesta, elintarvikeyritykset odottavat viennin piristyvän.

Positiivista on lisääntyvä kuluttaja- ja brändituotteiden vienti. Maailmalla menestyminen edellyttää ruoka-alan yhteistyötä ja erikoistumista sekä pitkäjänteistä resursointia maksukykyisille markkinoille. Ruokaviennin kehittämiseksi on poikkeuksellisen vahva poliittinen tahtotila. Esimerkiksi **Luonnonvarakeskuksen** ja **Elintarviketurvallisuusviraston** yhteistyönä toteuttama [Ruokafaktasivusto](#) on konkreettinen työkalu viennin tukemiseen ja suomalaisen ruoan arvostuksen vahvistamiseen.

Vastuullinen pohjoinen elintarviketuotanto kilpailuvaltti

Globaali ruokatuotanto on monien haasteiden edessä. Sen on esimerkiksi vastattava ilmastonmuutoksen tuomiin pulmiin. Elintarviketeollisuutemme käyttää tutkimukseen ja tuotekehitykseen vuosittain 50 - 60 miljoonaa euroa eli noin kaksi prosenttia alan jalostusarvosta. Uusi Elintarviketeollisuuden tutkimusstrategia 2018 - 2025 nostaakin pohjoisten ulottuvuuden suomalaisen elintarviketeollisuuden kilpailuvaltiksi ja pyrkii samalla vahvistamaan ruokaturvaa sekä omavaraisuutta kotimaassamme.

Lisäksi tavoitteena on edistää elintarvikeketjussa resurssien tehokasta ja älykästä käyttöä, jäljitettävyyttä, luoda tutkimuksella lisäarvoa kuluttajien hyvinvointia tukevien ruokaratkaisujen kehittämiseen ja lisätä tutkimusyhteistyötä muiden toimialojen kanssa. Esimerkiksi nosteessa oleva ruokamatkailu tarvitsee uusia tuotteita ja palveluita. Tutkimusstrategiassa kehittämisen painopisteiksi valikoituivat seuraavat asiat:

1. Resurssitehokas pohjoinen ruoantuotanto
2. Digiajan kuluttajan ruokapalvelut
3. Innovatiiviset tuotantoteknologiat
4. Hyvinvointia tutkitusti edistävä ruoka.

Teknologioiden kehittyminen ja digitaalisuuden hyödyntäminen on nähty myös muissa yhteyksissä keskeisinä kehittämisen mahdollistajia. Teknologioiden kehitys muuttaa myös alan osaamisvaateita.

Yritysten on ymmärrettävä kuluttajaa yhä paremmin

Erilaiset trendit ja kuluttajia puhuttelevat arvot vaikuttavat ostokäyttäytymiseen hinnoittelun sekä rahatilanteen lisäksi. Kotimaisen tuotteen valinta on monelle kuluttajalle vastuullinen arvovalinta. Me kuluttajat olemme aiempaa kiinnostuneempia tuotteiden alkuperästä, tuotantoprosesseista ja vastuullisuudesta, mikä alkaa näkyä yhä enemmän valinnoissamme. Toiminnan läpinäkyvyyden merkitys on nousussa.

Ruoka-alan yritysten pitäisi kiinnittää entistä enemmän huomiota kuluttajien valintoihin asiakassegmentin sijasta, sillä ihmiset ruokailevat yhä yksilöllisemmin. Vaikka ruokapöydän anti on monipuolistunut ja kasvisruokailu on kaikkien huulilla, lihankulutus kasvoi viime vuonna. Myös monet perinteiset valmisruoat ovat kesto-suosikkeja.

Oleellista on ymmärtää oman liiketoiminnan tarpeet muuttuvassa toimintaympäristössä. Kuluttajien valinnat elävät kaiken aikaa, mikä pakottaa yritykset virittämään valikoimansa, vahvistamaan konseptejansa ja brändejänsä sekä organisoimaan toimintonsa tehokkaammiksi ja ketterämmiksi.

Joka kahdeksas suomalainen saa elantonsa ruokaketjusta

Ruokateollisuus on vahvasti riippuvainen kotimaisesta alkutuotannosta ja raaka-aineiden saatavuudesta sekä hintatasosta. Alkutuotannon rakennemuutos ja raaka-aineiden saatavuus haasteellisten kesien jälkeen aiheuttavat kustannusten nousua. Vähittäiskaupan kanssa tehtävien pitkäkköjen hintasopimusjaksojen takia tuotteiden hintojen nostamisessa on kuitenkin viivettä.

Ruoka-ala on yksi taloutemme vakaista tukipilareista, sillä ruokaketju työllistää joka kahdeksannen suomalaisen, yhteensä jopa 340 000 henkilöä. Lisäksi se vastaa kuluttajien muuttuviin odotuksiin turvallisista ja lähellä tuotetuista ruoasta ja juomista sekä tarjoaa monia, monia makunautintoja.

Lisätiedot

toimialapäällikkö **Leena Hyrylä**, Kaakkois-Suomen ELY-keskus, puh. 0295 029 047,
leena.hyryla@ely-keskus.fi
kehittämispäällikkö **Katri Lehtonen**, työ- ja elinkeinoministeriö, puh. 029 506 4926,
katri.lehtonen@tem.fi