

Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 2019:32

TEM Toimialapalvelu • Kevät 2019

Toimialaraportit

Luonnontuoteala

www.temtoimialapalvelu.fi



Työ- ja elinkeinoministeriö
Arbets- och näringsministeriet

Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 2019:32

Luonnontuotealan toimialaraportti 2019

Työ- ja elinkeinoministeriö

ISBN: 978-952-327-428-0

Taitto: Valtioneuvoston hallintoyksikkö, Julkaisutuotanto

Helsinki 2019

Kuvailulehti

Julkaisija	Työ- ja elinkeinoministeriö	24.4.2019
Tekijät	Mika Honkanen, Luonnontuotealan toimialapäällikkö Pohjois-Karjalan ELY-keskus	
Julkaisun nimi	Luonnontuotealan toimialaraportti 2019	
Julkaisusarjan nimi ja numero	Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja Toimialaraportti 2019:32	
Diaari/hankenumero	-	Teema Ministeriö
ISBN PDF	978-952-327-428-0	ISSN PDF 1797-3562
URN-osoite	http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-428-0	
Sivumäärä	57	Kieli suomi
Asiasanat	luonnontuote, luonnonmarja, luonnonsieni, luonnonkasvi, luonnonyrtti, erikoisluonnontuotteet, arktisuus, vientiklusteri	
Tiivistelmä	<p>Luonnontuotealan oikaisematon liikevaihto vuonna 2017 oli noin 530 miljoonaa euroa. Mikroyritysten osuus luonnontuotealan yrityslistauksesta on noin 90 prosenttia. Oman pääoman osuus on kasvanut merkittävästi mikroyritysten osalta, kun taas pienillä ja keskisuurilla se on pienentynyt. Eniten luonnonmarjoja ja -sieniä tuli kauppoihin Lapista (43 %) ja Itä-Suomesta (29 %) vuonna 2018. Luonnonmarjojen viennin pääasiallinen arvo syntyy jäädytetystä mustikasta (4,7 M€).</p> <p>Matkailun vahva kasvu luo luonnontuotteiden ja -palveluiden pienemmille tuottajille mahdollisuuksia kasvuun. Arktisuus luonnontuotteen brändissä voi luoda viennille lisäarvoa.</p> <p>Suomalaisilla luonnon raaka-aineilla on huomattava kysyntä maailmanmarkkinoilla muun muassa Aasiassa. Luonnontuotealan toimialaraportti tarkasteleeekin luonnontuotteiden keskeistä raaka-aineiden lähdeä eli metsää. Raportissa pohditaan metsien monimuotoisuutta, raaka-aineiden saatavuutta ja siihen liittyviä riskejä sekä keinoja jalostusasteen nostoon. Kansallisen metsästrategia 2025-päivityksessä nähdään olennaisena avoimeen metsätietoon pohjautuvien palvelualustojen kehittäminen. Kehitystyö PEFC- ja FSC-metsäsertifoiduille luonnontuotteille jatkuu.</p> <p>Maaseuturahaston varoin tuettuihin luonnontuotealan investointeihin vuosina 2017–2018, suurimmat euromäärät ovat kohdistuneet marjojen jatkojalostukseen.</p> <p>TEM:n yhdyshenkilö: Innovaatiot ja yritysrahoitus/Toimialapalvelu/Katri Lehtonen, katri.lehtonen@tem.fi, 029 506 4926</p> <p>ELY-keskuksen yhdyshenkilö: Mika Honkanen, mika.honkanen@ely-keskus.fi, +358 295 026 102</p>	
Kustantaja	Työ- ja elinkeinoministeriö	
Julkaisun jakaja/myynti	Sähköinen versio: julkaisut.valtioneuvosto.fi Julkaisumyynti: julkaisutilaukset.valtioneuvosto.fi	

Presentationsblad

Utgivare	Arbets- och näringsministeriet	24.4.2019
Författare		
Publikationens titel	Branschrapport om naturproduktbranschen 2019	
Publikationsseriens namn och nummer	Arbets- och näringsministeriets publikationer Branschrapporter 2019:32	
Diarie-/ projektnummer	-	Tema Ministeriet
ISBN PDF	978-952-327-428-0	ISSN PDF 1797-3562
URN-adress	http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-428-0	
Sidantal	57	Språk finska
Nyckelord	naturprodukt, naturbär, natursvamp, naturväxt, naturört, specialnaturprodukter, arktisk dimension, exportkluster	
Referat	<p>År 2017 uppgick naturproduktbranschens icke-justerade omsättning till ca 530 miljoner euro. Mikroföretagens andel av företagslistningen inom naturproduktbranschen är cirka 90 procent. Andelen eget kapital för mikroföretagen har vuxit betydligt, medan den har minskat för små och medelstora företag. År 2018 kom mest naturbär och natursvamp till affärerna från Lappland (43 %) och Östra Finland (29 %). Det huvudsakliga värdet på exporten av naturbär kommer från frysta blåbär (4,7 mn €).</p> <p>Den starka ökningen av turismen skapar möjlighet till tillväxt för mindre producenter av naturprodukter och naturtjänster. Den arktiska dimensionen i varumärket naturprodukt kan skapa mervärde för exporten.</p> <p>Det finns en betydande efterfrågan på världsmarknaden för finländska naturprodukter i naturen i bland annat Asien. Branschrapporten om naturproduktbranschen granskar den centrala källan för naturprodukternas råvaror, dvs. skogen. I rapporten diskuteras skogarnas mångfald, tillgången till naturprodukter och de risker som är förknippade med den samt metoder för höjning av förädlingsgraden. I uppdateringen av Finlands nationella skogsstrategi 2025 ses utvecklandet av serviceplattformar som baserar sig på öppen skogsdata som väsentligt. Utvecklingsarbetet för PEFC- och FSC-skogscertifierade naturprodukter fortsätter.</p> <p>De största beloppen i euro av de investeringar inom naturproduktbranschen som stöds med medel från Europeiska jordbruksfonden för landsbygdsutveckling åren 2017–2018 har riktats mot vidareförädling av bär.</p> <p>Kontaktperson vid arbets- och näringsministeriet: Innovationer och företagsfinansiering/Branschtjänst/Katri Lehtonen, katri.lehtonen@tem.fi, 029 506 4926</p> <p>Kontaktperson vid närings-, trafik- och miljöcentralen: Mika Honkanen, mika.honkanen@ely-keskus.fi, +358 295 026 102</p>	
Förläggare	Arbets- och näringsministeriet	
Distribution/ beställningar	Elektronisk version: julkaisut.valtioneuvosto.fi Beställningar: julkaisutilaukset.valtioneuvosto.fi	

Description sheet

Published by	Ministry of Economic Affairs and Employment	24 April 2019	
Authors			
Title of publication	Sector report for the natural products sector for 2019		
Series and publication number	Publications of the Ministry of Economic Affairs and Employment Sector reports 2019:32		
Register number	-	Subject	Ministry
ISBN PDF	978-952-327-428-0	ISSN (PDF)	1797-3562
Website address (URN)	http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-428-0		
Pages	57	Language	Finnish
Keywords	natural product, wild berry, wild mushroom, wild plant, wild herb, special natural products, Arctic products, export cluster		
Abstract	<p>The unadjusted turnover of the natural products sector in 2017 was approximately EUR 530 million. Micro-enterprises accounted for about 90 per cent of the companies listed in the natural products sector. The proportion of shareholders' equity in micro-enterprises has grown significantly while in small and medium-sized enterprises it has decreased. The market supply volumes of wild berries and mushrooms in 2018 were highest in Lapland (43%) and East Finland (29%). The export value of wild berries primarily comes from frozen bilberries (EUR 4.7 million).</p> <p>Strong growth of tourism provides growth opportunities for smaller producers of natural products and services. The Arctic element in the brand of natural products may provide added value in terms of exports.</p> <p>There is considerable demand for Finnish natural products in the global markets, for instance in Asia. The sector report for the natural products sector focuses on the key source of natural products: the forest. The report discusses the biological diversity of forests, the availability of natural products and the related risks, and ways of raising the degree of processing. In the National Forest Strategy 2025 update, the development of service platforms based on open forest data is considered essential. The development work of PEFC and FSC certified natural products continues.</p> <p>Measured in euros, the largest EAFRD supported investments in the natural products industry in 2017–2018 focused on the further processing of berries.</p> <p>Contact person at the Ministry of Economic Affairs and Employment: Innovations and Enterprise Financing/ Business Sector Services/Katri Lehtonen, katri.lehtonen@tem.fi, +358 29 506 4926</p> <p>Contact person at ELY Centre: Mika Honkanen, mika.honkanen@ely-keskus.fi, +358 295 026 102</p>		
Publisher	Ministry of Economic Affairs and Employment		
Distributed by/ publication sales	Sähköinen versio: julkaisut.valtioneuvosto.fi Julkaisumyynti: julkaisutilaukset.valtioneuvosto.fi		

Sisältö

Saatteeksi	9
1 Luonnontuotealan määrittely	11
1.1 Luonnontuotteet ja muut toimialat	12
2 Toimialan rakenne	16
2.1 Kuvaus toimialan yrityksistä	16
2.2 Toimialan alueellinen jakauma	17
2.3 Työvoima ja osaaminen	18
2.4 Liikevaihto ja kannattavuus	19
2.5 Vakavaraisuus ja rahoitus	25
3 Kotimaan raaka-aineet ja markkinat	28
3.1 Vieraskynät: Arvoketjun alkupääoma	28
3.1.1 Metsien monimuotoisuus, Juha Vornanen, Metsäkeskus	29
3.1.2 Raaka-aineiden saatavuus, Mikko Kurttila, Jari Miina, Henri Vanhanen, Niko Silvan ja Hanna Kumela, LUKE	30
3.1.3 Luonnontuotteiden ominaisuudet sekä jalostus, Pirjo Mattila, Jarkko Hellström, Juha-Matti Pihlava ja Pertti Marnila, LUKE	31
3.1.4 Alustatalous, Juha Vornanen, Metsäkeskus	32
3.1.5 Metsäsertifioinnit luonnontuotealan tukena, Juha Vornanen, Metsäkeskus	33
3.2 Uuselintarvikkeet ja tuotevääreännökset	34
3.3 Ruokatrendit	36
4 Kansainväliset markkinat	37
4.1 Luonnonmarjat ja -sienet vientituotteina	37
4.2 Vientipotentiaali	38
4.3 Vieraskynät: Edellytyksiä luonnonkeruutuotteiden viennin kasvulle, Eeva-Liisa Lilja, Fennopromo	40
5 Toimialan asema ja merkitys tulevaisuudessa	42
5.1 Analyysia ja näkymiä toimialan tulevaisuudesta	42
5.2 PESTEL-analyysi	45
5.3 SWOT-analyysi	46
6 Lopuksi	47
Lähdeluettelo	49

SAATTEEKSI

Toimialaraportit-julkaisusarjassa on koottu tietoaineistoja eri lähteistä toimialakohtaisiksi perustietopaketeiksi. Näissä toimialaraporteissa käsitellään ja analysoidaan toimialan rakennetta, markkinoiden kehitystä, alan yritysten taloudellista tilaa, investointeja ja tuotekehitystä sekä tulevaisuuden näkymiä. Lähteinä käytetään viimeisintä saatavilla olevaa tilastoaineistoa ja toimialan yrittäjien, yritysten ja alan muiden merkittävien toimijoiden näkemyksiä.

Vuonna 2018 julkaistiin yhteensä seitsemän toimialaraporttia. Ne käsittelivät elintarviketalaa, uusiutuvaa energiaa, puutuotealaa, kaivosteollisuutta, sosiaali- ja terveyspalveluita, liike-elämän palveluita sekä luonnontuotealaa. Matkailua ja huonekalualaa käsittelevät raportit julkaistiin vuoden 2019 alussa.

Toimialaraporttien lisäksi julkaistaan kerran vuodessa ajankohtaiskatsaus toimialojen näkymiin. Viimeisin luonnontuotealan näkymät julkaistiin 6.9.2018.

Julkaisujen tarkoituksena on tuoda esille alan asiantuntijoiden näkemyksiä työ- ja elinkeinoministeriön hallinnonalan julkisen rahoituksen suuntaamiseen sekä yritystoiminnan kehittämiseen. Ne palvelevat myös muiden sidosryhmien tarpeita.

Toimialapalvelu on työ- ja elinkeinoministeriön johdolla toimiva asiantuntijaverkosto. Se kokoaa, analysoi ja välittää tietoa yritysten toimintaympäristöstä päätöksenteon pohjaksi. Toimialapalvelun verkosto toteuttaa julkaisutoimintaa ja viestintää sekä järjestää asiantuntijaseminaareja. Julkaisut sekä uutiskirje ovat saatavissa Toimialapalvelun verkkosivuilta osoitteesta www.tem.fi/toimialapalvelu.

Edeltävä luonnontuotealan toimialaraportti (2018) ilmestyi reilu vuosi sitten. Vuoden 2019 raporttiin on nostettu seuraavat teemat:

- Mistä (raaka-aineet)
- Miten (brändi)
- Minne (vient).

Luonnontuote itsessään tuo vahvoja mielikuvia sekä tarinoita tuotteisiinsa ja näin ollen sen merkitys lisäarvon tuottajana on syytä tunnistaa. Suomalaiset luonnontuotteet edustavat puhtautta, arktisuutta sekä korkeaa laatua. Arvo määrittyy hyödystä ja niukuudesta. Globaalisti voidaan todeta, että olemme siirtymässä vaiheeseen, jossa suomalaisen luonnon arvo kasvaa merkittävästi ilmaston muutoksen myötä. Tämä tarkoittaa elintarviketien sekä matkailun uutta aikakautta Suomen osalta.

Metsä on luonnontuotealan raaka-aineiden lähde. Tämän kyseisen toimialan raaka-aineiden saatavuuteen liittyy riski, jonka kaikkia tekijöitä ei voida hallita. Luonnonvarakeskus tuottaa tutkimustietoa luonnontuotteista raaka-aineena. Heillä on tälläkin hetkellä useita hankkeita toimialan ympärillä. Näin ollen Luonnonvarakeskuksen asiantuntijoiden osaaamista on haluttu tuoda myös osaksi raportin sisältöä.

Nykykaikaiseen metsän käyttöön liittyy vahvasti alustatalous. Metsänomistajien näkökulmasta luonnontuoteala ei ole kuitenkaan yksiselitteinen tai sitä ei vielä ole nähty suuremmissa mittakaavassa tai kannattavana liiketoimintana osana metsätaloutta. Lisäksi haaste voi syntyä raaka-aineiden hankinnassa silloin, kun ei toimita jokamiehenoikeuksien rajoissa tai keruu tapahtuu luomutuotteina. Metsäkeskuksen asiantuntijoita on pyydetty tuomaan edustamansa organisaation tietoa aiheesta tähän raporttiin.

Maa- ja metsätalousministeriön hallinnonalalla on parhaillaan menossa luomukeruualueisiin liittyvä Metsään.fi -järjestelmän kehittämistyö. Lähtökohtana on edistää jokamiehenoikeudella kaupallisesti kerättävien tuotteiden luomukeruualueiden muodostumista palvelulla, jossa metsänomistaja antaa sitoumuksen luomuehtojen noudattamisesta. Palvelun kautta saadaan tiedot siitä, mitkä metsäalueet täyttävät luomuehdot. Metsäkeskus toteuttaa nämä Metsään.fi -palvelun toiminnallisuudet.

Brändi- ja vientitietoutta on pyritty tuomaan yritys näkökulmien kautta. Kansainvälisen osuuden kirjoitustyöhön on osallistunut viennin asiantuntija Fennopromo Oy:stä. Vienti nähdään tänä päivänä merkittävänä osana elintarviketeollisuutta ja matkailun kytkeä elintarvikkeisiin on tehokas keino suorittaa yhteismarkkinointia. Viennin käynnistäminen osana yrityksen liiketoimintaa vaatii erityisosaamista sekä resursseja. Poliittinen tahtotila on kuitenkin selkeän kannustava ja toimintaa voidaan edistää julkisin varoin. Raha ei kuitenkaan tee työtä yksin vaan toiminta vaatii aktiivisia toimijoita tukemaan yritysten kansainvälistymistä.

Suuret kiitokset kaikille kirjoitustyöhön osallistuneille.

Joensuussa 23.4.2019

Mika Honkanen

Luonnontuotealan toimialapäällikkö

1 Luonnontuotealan määrittely

Luonnontuotealalla ei ole omaa TOL 2008 -toimialaluokkaa, vaan alan yrityksiä toimii useilla eri toimialoilla. Luonnontuoteala on osa biotaloutta¹. Luonnontuotteen määritelmä on itsessään moniulotteinen. Yritykset kytkeytyvät seuraaviin luokkiin:

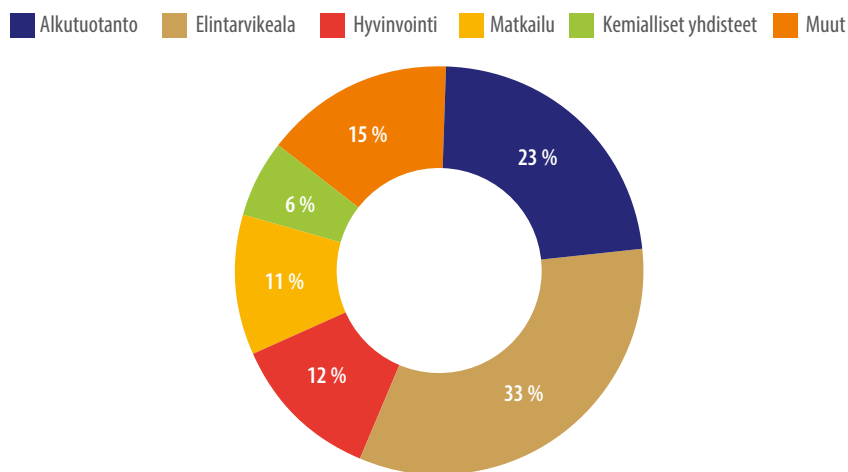
1. Maatalous, metsätalous ja kalatalous
 - a. metsätalous
 - b. riistatalous
 - c. kalastus ja vesiviljely.
2. Teollisuus
 - a. elintarvikkeet
 - b. juomat
 - c. kosmetiikka
 - d. lääkeaineet/rohdokset
 - e. kemikaalit
 - f. tekstiilit/vaatteet.
3. Majoitus- ja ravitsemistoiminta
4. Ammatillinen, tieteellinen ja tekninen toiminta
 - a. tieteellinen tutkimus ja kehittäminen.
5. Koulutus

¹ <https://www.biotalous.fi/>

1.1 Luonnontuotteet ja muut toimialat

Tässä raportissa luonnontuoteala määritellään metsissä kasvavien keruutuotteiden² tai niitä sisältävien lopputuotteiden sekä palvelujen mukaan. Hunajan tuottajat sisältyvät myös analysoitavaan tilinpäätösaineistoon. Keruutuotteilla tarkoitetaan metsissä kasvavien syötävien sienien ja marjojen lisäksi kasveja, joita voidaan käyttää ruokana, yrteinä ja rohdoksina. Keruutuotteista³ osa on jokamiehenoikeudella kerättäviä, kuten marjat, ja osa on kerättävissä maanomistajan luvalla, kuten mahla. Eniten luonnontuoteyrityksiä on elintarvikealalla sekä alkutuotannossa.

Kuva 1. Luonnontuotealan yritysten⁴ jakautuminen eri toimialaryhmiin v.2019. Lähde: Asiakastieto.



Alkutuotanto

Alkutuotanto sisältää luonnontuotteiden keruun sekä viljelyn ja puoliviljelyn⁵. Mehiläishoito on huomioitu tässä raportissa alkutuotannon aineistoon. Yleisimpiä keruutuotteita ovat luonnonmarjat, -sienet ja -yrtit.

Alkutuotannon investoinnit sisältävät pääosin varastotiloja (sis. pakastamot), tuotantotiloja, käsittelylinjastoja, mutta siihen voi sisältyä poikkeavaa innovatiivisuutta. Luonnontuotealan suurimpien yritysten listalle (liite 1.) on poimittu esimerkiksi Toripiha Oy, joka

² <https://mmm.fi/luonnontuotteet>

³ <https://www.luke.fi/tietoa-luonnonvaroista/metsa/metsan-keruutuotteet/>

⁴ Prosenttiluku perustuu alkuperäiseen yrityslistan kappalemäärään. Yrityksiä on listalla yhteensä 760. Näistä 534 yritystä on toimittanut tilinpäätöstiedot vuodelta 2017 kaupparekisteriin.

⁵ Puoliviljelyssä satotasoa pyritään nostamaan luontaisilla kasvupaikoilla. Metsän kierron eri vaiheissa on mahdollista harjoittaa puoliviljelyä ilman, että siitä on haittaa puuntuotannolle. Puoliviljelystä on esimerkkinä ”pölytyspalvelu”, jossa mehiläispesiä viedään mustikka-alueiden läheisyyteen.

on hiljattain tehnyt mittavat investoinnit HPP-laitokseen⁶. Kyseisellä investoinnilla voidaan mahdollisesti vastata huomattavasti laajempaan kysyntään kuin ainoastaan luonnonmarjoihin. Vastaavanlaiset investoinnit ovat potentiaalisia esimerkiksi maaseuturahaston investointituella rahoitettaviksi kohteiksi.

Alkutuotannossa vientitoiminnasta on varmasti useita esimerkkejä. Eräs niistä on Dalla Valle Oy, jonka pääasiallinen vientimaa on omistajan kotimaa, eli Italia. Päätuotteet ovat sienet, erityisesti herkkutatit, joissa yritys on Suomen markkinajohtaja. Toinen järjestelmällisen pioneerityön suorittaja on Nordic Koivu Oy, joka on noin 20 vuoden toimintansa aikana kansainvälistänyt koivumahlan tuotannon. Nordic Koivu Oy:lla on käytössään ainutlaatuinen keräys- ja tuotantojärjestelmä, joka mahdollistaa teollisen mittakaavan tuotannon sekä optimaalisen mahlan laadun.

Elintarvikkeet

Pääosa eli noin kolmasosa luonnontuotealan yrityksistä sisältyy elintarvikkeiden toimialaryhmään. Osalla jalostajista on myös omaa alkutuotantoa. Marjaklusteri⁷, eli koko toimintaketjun yhteistyö vaikuttaa toimivan Suomessa hyvin. Luonnonmarjojen keruun työvoima on varmistettu ja siihen panostetaan viranomaisyhteistyönä. Marjatuotantoon (esimerkiksi puhdistus, käsittely ja pakastus) investoidaan ja sen kannattavuuteen luotetaan. Varastointiin on myös saatavilla julkista tukea. Varaston sekä kaupan tai jatkojalostuksen ketju on varmistettu. Vientiverkosto tekee yhteistyötä koko prosessin kanssa, jossa on myös julkisin varoin tehtyä edistämistyötä mukana.

Suurten yritysten listalta (liite 1.) löytyy myös useita kansainvälisiä kilpailuja voittaneen tuotteen (Arctic Blue Gin⁸) valmistaja, eli Hermannin Viinitila Oy. Luonnontuotteet ovat lisäarvon tuottajana tässä tuotantokonseptissa. Lopputuotetta voidaan pitää esimerkkinä onnistuneesta brändityöstä, johon on tarina rakennettuna⁹.

6 HPP (High Pressure Processing) on menetelmä, jolla käsitellään myyntipakkauksiinsa pakattuja elintarvikkeita. Lopputuloksena tuotteiden säilyvyys moninkertaistuu.

7 Useiden saman toimialan yritysten muodostama yritysverkosto. Ryhmän sisällä on sekä kilpailua että yhteistyötä. Klusteri ajatuksen on alun perin kehittänyt Michael Porter.

8 <https://nordicpremiumbeverages.com/>

9 <https://www.youtube.com/watch?v=qiu6J4FYchA>

Hyvinvointi- ja kosmetiikka-ala

Luonnontuotteita hyödyntävä hyvinvointi- ja kosmetiikka-ala on sijoittunut pääkaupunkiseudulle sekä Lappiin. Tällä hetkellä se on vähemmistönä toimialaryhmien kokoonpanoissa, mutta kannattaa ehdottomasti huomioida potentiaalisimpien liikevaihdon kasvattajien joukossa.

Detria Oy näyttäytyy hyvinvoinnissa omalla tuotesarjallaan. Brändi on rakennettu Lapin luonnon ympärille; pakkauksen yhtenä visuaalisena elementtinä on käytetty luonnonmarjoja. Tuotevalikoimasta löytyy myös arktisuuteen viittavia tuotenimiä, jotka luovat erityisen mielikuvan sisällön vaikutuksesta. Tuotesarja on hyödynnettävissä matkailun yhteistyössä esimerkiksi kosmetologipalveluna tai matkailun myynnin edistämisessä.

Matkailu

Ruokamatkailu ja muu luontoon liittyvä elämysmatkailu ovat kysytyjä tuoteryhmiä. Lähelläkohtaisesti, kun puhutaan viennistä tai matkailijoiden tuonnista Suomeen, olisi hyvä muistaa oma kansanperintemme. Suomen luonto ja historia tarjoavat matkailussa luonnontuotteiksi paketoituna valtavasti mahdollisuuksia. Elintarvikevienti ja matkailu eivät ole ainoa jalostuskelpoinen liiketoimintaideayhdistelmä. Elintarvikkeet ovat kuitenkin erinomainen keino toimia potentiaalisena mainoksena esimerkiksi älykkäiden etikettien¹⁰ muodossa.

Lappi edustaa luonnontuotteissa vahvaa kärkeä matkailun osalta. Harriniva Oy¹¹ tuottaa monia luontoon liittyviä palveluita majoituksen lisäksi. Liiketoimintaidea on rakentunut luonnon ympärille ja arvoina on mainittu myös vastuullinen matkailu. Ajatuksena ”myy globaalisti, toimi paikallisesti” on aluetaloudelle merkittävä lisäarvo.

Kemialliset yhdisteet

Kemiallisten yhdisteiden ryhmään liittyvät esimerkiksi lääketeollisuuden raaka-aineet tai elintarviketeollisuudessa käytettävät luonnonmukaiset väri- ja säilöntäaineet. Tämä sektori edellyttää vielä paljon tutkimustyötä, mutta se sisältää ehdottomasti huomisen viennin tuotteita. Pharmia Oy on Suomen johtava ravintolisien sekä lääkinnällisten tuotteiden edistäjä. Yhtiö sijaitsee pääkaupunkiseudulla.

¹⁰ Esimerkiksi RFID-tekniikkaan perustuva etiketti.

¹¹ <https://www.harriniva.fi/fi/>

Muut luonnontuotealan yritysten toimialat

Muita potentiaalisia tuotteita, jotka voidaan luokitella luonnontuotealalle ovat esimerkiksi tekstiileihin liittyvät innovaatiot tai kunttat¹². Tähän ryhmään kuuluvat myös keruutuotteita¹³ hyödyntävät käsityöläisyrietykset. Käsillä tekeminen voidaan tuotteistaa luonnontuotteina myös palveluksi virkistykseen ja hyvinvointiin.

Korkean teknologian yritysten tuotteilla ja palveluilla on ehdottomasti mahdollisuuksia luonnontuotealalle. Tällainen on esimerkiksi K-Patents Oy, joka valmistaa ja kehittää mittalaitteita myös elintarviketuotantoon. Toinen korkean teknologian yritys on Oy Arbonaut Ltd, joka edustaa huippuosaamista luonnonvaratietojen keruussa ja heidän toimintakenttensä on maailmanlaajuinen.

12 Kunttaa nostetaan luvanvaraisesti metsänhoitoalueilta ennen hakkuita ja siirretään levyinä asennuspaikalle, eli pihamaalle.

13 Käsitöiden osalta esimerkiksi pajut, sammal, kaislat, kivet, jäkälät ja monet koristekasvit.

2 Toimialan rakenne

2.1 Kuvaus toimialan yrityksistä

Raportin tilastotiedot perustuvat 760 luonnontuotealan yrityksen nimilistaan. Tiedot on saatu analysoimalla koottua yrityslistaa luonnontuotealalta. Aineiston pohjana on LT-INNO-hankkeen¹⁴ kokoama yrityslista, jota päivitetään vuosittain ELY-keskusten sekä muun alan asiantuntijaverkoston tietojen perusteella. Tuloksissa on huomioitu vuoden 2017 tilinpäätökset kaupparekisteriin¹⁵ toimittaneet yritykset, joita on yhteensä 534.

Aineistossa on luokiteltu yritykset henkilöstömäärän mukaan seuraavasti: mikroyrityksien henkilöstömääränä on alle 10, pienissä yrityksissä henkilöstömääränä on 10–49 ja keski suurten yritysten henkilöstömäärä on 50–249. Henkilöstön määrä käsittää palkansaajat sekä yrittäjät. Tilastoaineisto jakautuu seuraavasti:

- 483 mikroyritystä,
- 46 pientä yritystä
- 5 keskisuurta yritystä

Aineisto on osittain¹⁶ vertailukelpoinen vuoden 2018 luonnontuotealan raportin kanssa. Toimialan enemmistö on keskiarvoisesti kahden henkilön yrityksiä, mikä aiheuttaa nopean syklin yritysten elinkaarissa. Liikevaihdon aikasarjassa on suurta vuoden sisäistä sekä vuosien välistä vaihtelua.

14 Ruralia-instituutin hallinnoima Luonnontuotealan innovaatioverkosto ja toimialan uudet mahdollisuudet (LT-INNO) -hanke. Hanketta toteuttivat myös Foodwest Oy, Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskus (MTT, Rovaniemi), Lapin ammattikorkeakoulu, Oulun ammattikorkeakoulu, Itä-Suomen yliopisto sekä Teknologiakeskus KETEK Oy. Hankkeen tavoitteina oli selvittää luonnontuotealan nykytila ja mahdollisuudet toimialoittain. Nykyisellään hanke toimii pohjana Luonnontuotealan toimintaohjelmalle vuodelle 2020. <http://www.aitoluonto.fi/tiedostopankki/5/Raportteja145.pdf>

15 Velvollisuus ilmoittaa tilinpäätös julkistettavaksi kaupparekisterissä vaihtelee yritysmuodoittain. ELY-keskukset osittain olevassa taulukossa (taulukko 1.) yrityksiä on 589, koska 55 yritykseltä löytyi joitain tietoja vuodelta 2017, mutta ei tilinpäätöstietoja.

16 Tarkoittaa sitä, että lista ei ole vuosittain identtinen, vaan siinä on vaihtelua.

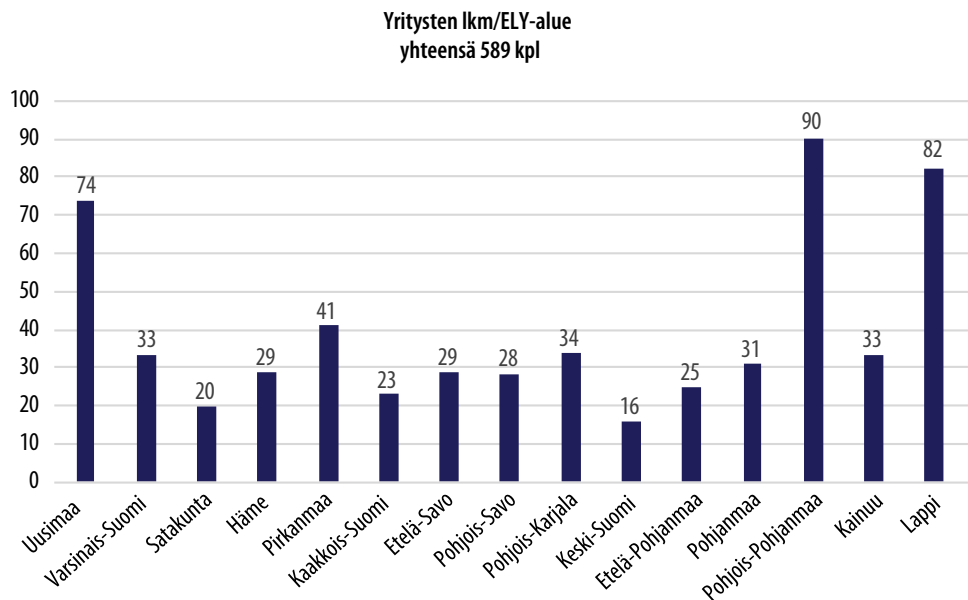
2.2 Toimialan alueellinen jakauma

Yritykset on jaoteltu (taulukko 1.) yrityksen kotikunnan perusteella ELY-alueittain. Kolmen suurimman alueen järjestys ei ole muuttunut edellisvuodesta. Eniten luonnontuotealan yrityksiä on Pohjois-Pohjanmaan, Lapin ja Uudenmaan alueella. Keskimäärin suurempia yrityksiä henkilöstömäärältään on Etelä-Pohjanmaalla ja Varsinais-Suomessa sekä vastavasti pienempiä yrityksiä Pirkanmaalla ja Pohjois-Karjalassa.

Alkutuotantoa on merkittävästi Lapin sekä Etelä-Pohjanmaan ELY-keskuksen alueella, erityisesti marjojen osalta. Uudellamaalla korostuvat hyvinvointi-, hygieniä- sekä lääketeollisuuden tuotteet. Hyvinvoinnin palvelut luonnontuotteina korostuvat pohjoisen alueella. Pääsääntöisesti korkeamman jalostusasteen tuotteet löytyvät pääkaupunkiseudulta. Juomateollisuus on keskittynyt Uudellemaalle sekä Varsinais-Suomeen. Käsityörittäjyyttä on erityisesti Lapissa. Matkailu korostuu Lapin lisäksi myös Pohjois-Pohjanmaalla. Hunajantuottajia löytyy useilta alueilta, mutta vaikuttaisi siltä, että Keski-Suomi on aktiivinen alue tuotannossa. Hunajan tukkukauppaa tehdään kuitenkin suuremmalla volyymilla Varsinais-Suomesta käsin. Marjojen jalostusta sekä säilöntää on tarjolla Varsinais-Suomessa sekä Pohjois-Karjalassa.

Taulukko 1. Luonnontuotealan yritysten määrä ELY-keskuksittain v.2019 tarkastellussa yritysryhmässä.

Lähde: Tilastokeskus.



2.3 Työvoima ja osaaminen

Työvoima

Kappaleessa 2.1. mainittu 534 luonnontuotealan yrityksen lista tarjoaa työtä noin 2 100 henkilölle. Tähän lukuun eivät sisälly välilliset työpaikat, joita toimialaan liittyy esimerkiksi koulutuksen, tutkimuksen, logistiikan sekä muun yhteistyön, kuten hankkeiden kautta.

Luonnonmarjojen keruu tapahtuu pääosin ulkomaisella työvoimalla. Pohjois-Pohjanmaan TE-toimiston¹⁷ mukaan Suomeen saapuu vuosittain noin 4 000 ulkomaalaista luonnonmarjanpoimijaa, joista suurin osa on Thaimaasta. Oleskeluluvalla saapuvien työntekijöiden, kuten marjapaikanetsijät ja kokit, määrä on noin 300. Ukrainasta ja Venäjältä saapuu pääsääntöisesti joitakin satoja luonnonmarjanpoimijoita. Pohjois-Pohjanmaan TE-toimisto on vastuullinen viranomaisen Suomessa ulkomaalaisten luonnonmarjan ja muiden luonnonvaraisten tuotteiden poimintaan liittyvissä neuvonta- ja lausuntoasioissa. Schengen-valtioiden ulkopuolisista maista tulevat luonnonmarjanpoimijat tarvitsevat kausityöntekoon Suomessa viisumin. Luonnonmarjanpoiminta ei ole kausityölain (907/2017) alaista, koska luonnonmarjanpoiminta ei tapahdu työsuhteessa. Luonnonmarjanpoiminta on säännelty aiesopimuksella¹⁸ ja ennakkoselvitysmenettelyllä. Yritykset sitoutuvat noudattamaan aiesopimuksessa kuvattuja toimintatapoja.

Osaaminen

Luonnonvara- ja ympäristöalan koulutukseen ei ole ollut kaikilla opintoaloilla riittävästi hakijoita. Luonto- ja ympäristöalan peruskoulutusta on järjestetty Opetushallituksen mukaan noin 10 vuotta. Tutkinnot liittyvät ympäristön kunnostamiseen ja hoitoon, luonnon käytön ohjaukseen lähinnä matkailussa, luonnosta saatavien tuotteiden tuottamiseen ja jatkojalostamiseen, luonto- ja ympäristöneuvontaan ja porotalouteen. Ammattikorkeakoulutus¹⁹ on ympäristön tilan seurantaan ja suunnitteluun liittyviä asiantuntijatehtäviä. Tutkinnot yliopistojen osalta ovat maaperän ympäristötiedettä, ympäristönsuojelua sekä ympäristöekonomiaa. (Opetushallitus)

Oppilaitokset²⁰ järjestävät alaan liittyvää täsmäkoulutusta. Tästä esimerkkinä on Elin-
tarvikeviennin Osaaja -hanke²¹ (30 op), jonka tavoitteena on lisätä elintarvikealan yritysten vientiosaamista. Luonnontuotteisiin liittyen kaivataan syventävää koulutusta

17 <http://www.te-palvelut.fi/te/fi/index.html>

18 Sopimus ladattavissa Pohjois-Pohjanmaan TE-toimiston sivuilta.

19 Aloittajamäärät ovat kaksinkertaistuneet muutamassa vuodessa Opetushallituksen tietojen perusteella ammattikorkeakoulutuksen osalta.

20 Koulutukseen liittyvää tietoa luonnontuotealalta löytyy kattavasti aitoluonto.fi -sivuilta.

21 <https://www.xamk.fi/tutkimus-ja-kehitys/elintarvikeviennin-osaaja/>

tuotekehitykseen, teknologioiden hyödyntämiseen ja vientiosaamiseen, johon myös edellä mainittu hanke on suunnattu. Hankkeen muodossa tapahtuva koulutus on erinomainen tapa järjestää usean eri koulutusorganisaation yhteistyössä kohdennettua opetusta tarpeeseen. Nuorisotoiminnan aktiivinen valtakunnallinen toimija on 4H-järjestö²².

2.4 Liikevaihto ja kannattavuus

Kannattavuus on yritystoiminnan keskeinen tavoite sekä edellytys. Yrityksen perustamis- ja laajennusinvestointeihin liittyvät pitkävaikutteiset menot alkavat kerryttää tuloja mahdollisesti vasta usean vuoden odotusajan jälkeen. Välttämätön ehto kannattavuudelle on, että tulot ovat suuremmat kuin menot pitkällä aikavälillä. Aikavälin pituus riippuu yrityksen pääomarakenteesta.

Kannattavuuden absoluuttinen mittari on yrityksen tilikauden tulos, mutta suhteellisia mittareita käytetään, jotta voidaan suorittaa vertailua. Tässä käytetyt mittarit ovat liikevaihtoon suhteutettuja katemittareita. Liiketulosprosentissa ei ole mukana rahoituskuluja, jolloin voidaan vertailla yritysten kannattavuutta samalla toimialalla. Mitä korkeampi liiketulosprosentti on, sitä pääomavaltaisempi yritys on. Hyvä liiketulosprosentti on tässä vertailussa yli 10 prosenttia ja tyydyttävä 5–10 prosenttia. Heikkona tuloksena voidaan pitää alle 5 prosentin tulosta. Käyttökateprosentti kertoo yrityksen tuloksen ennen poistoja ja arvonalentumisia. Luonnontuotealan käyttökateprosenttia voidaan pitää hyvänä, jos luku on yli 10 prosenttia. Ainoastaan keskisuuret yritykset yltävät tälle tasolle luonnontuotteissa.

Liikevaihto

Luonnontuotealan liikevaihto on kasvanut vuositasolla mitattuna. Oikaisemattomaksi kokonaisliikevaihdon määräksi vuodelta 2017 on saatu noin 530 miljoonaa euroa²³. Luonnontuotealan tilastoaineiston kanssa käytetään vertailukohteena kevään 2019 pk-yritysbarometrin tuloksia²⁴.

Yritysbarometrin kyselyn perusteella vuoden 2018 luonnontuotteiden liikevaihdon trendissä ei ole odotettavissa laskua. Yksityinen kulutus kasvaa ostovoiman lisääntymisen

²² <https://4h.fi/>

²³ Huomioimatta muita liiketoiminnan osa-alueita vähentävänä tekijänä analysoitavalle yritysryhmälle. Vähennyksen suuruudelle ei ole selkeää perustetta, koska toiminnan volyyymi vaihtelee yritysakohtaisesti.

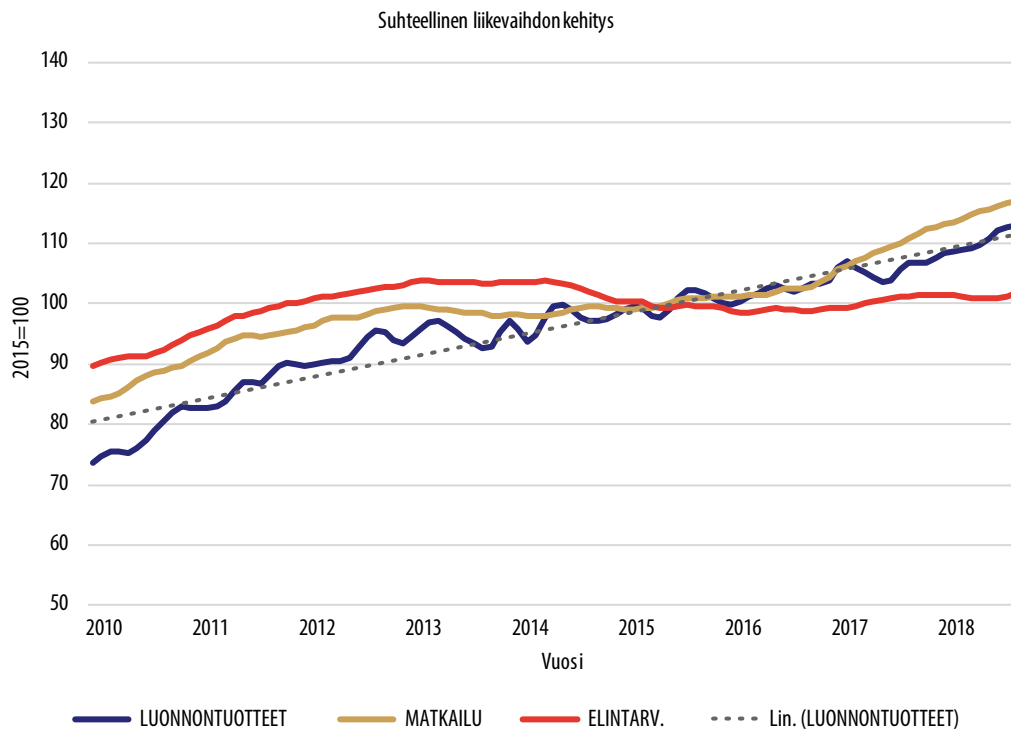
²⁴ Pk-yritysbarometri on kyselytutkimus, johon vastasi 4600 pk-yritystä.

https://www.yrittajat.fi/sites/default/files/pk_barometri_kevat2019.pdf

myötä, mikä tarkoittaa kotimaan markkinoilla toimiville yrityksille liikevaihdon kasvua. Kasvun nopeuden odotetaan kuitenkin laskevan merkittävästi. (Pk-yritysbarometri 1/2019)

Kuvasta 2 nähdään, kuinka luonnontuotteiden liikevaihdon kehitys on suhteessa matkailun sekä elintarvikkeiden liikevaihdon yleiseen kehitykseen. Matkailun osalta on havaittavissa kasvava trendi, joka näkyy jopa katukuvassa sekä pääkaupunkiseudulla että Lapin alueella. Elintarvikealan liikevaihdon muutos ei mahdollisesti kohdistu niin vahvasti luonnontuotteisiin. Vaikuttaa siltä, että luonnontuoteala hyötyy nykyisistä ruokatrendeistä elintarvikealaa enemmän.

Kuva 2. Luonnontuotealan yritysten liikevaihdon²⁵ suhteellinen kehitys vuosina 2010–2018 (2015=100). Tilastokeskus.

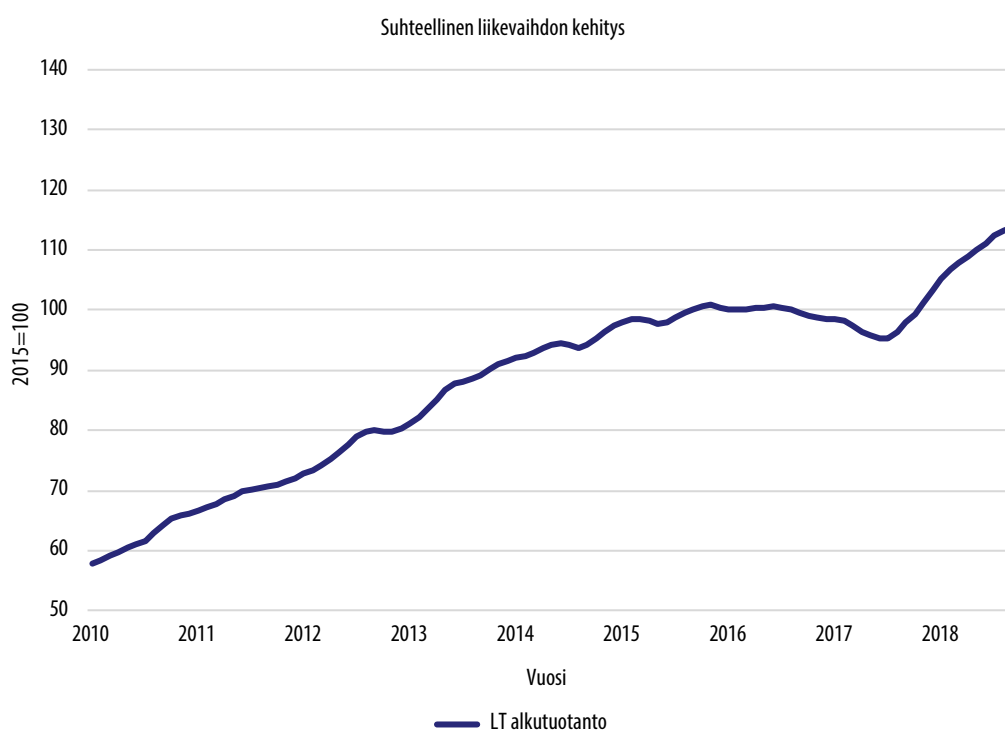


²⁵ Trendisarja (esimerkiksi luonnontuotteet kuvaaja, jossa alkuperäistä liikevaihdon aineistoa on muokattu tilastollisin menetelmin) kuvaa tarkasteltavan muuttujan kehitystä pitkällä aikavälillä. Trendistä voidaan laskea muutosprosentti suoraan edellisestä kuukaudesta. Trendikuvioiden tarkastelussa on muistettava, että erityisesti trendikuvaajan loppuosa saattaa muuttua tulevien kuukausitietojen päivittyessä. Viimeisimmän kuukauden korkea tai vastaavasti alhainen havainto ohjaa trendikuvaajan loppupään suuntaa voimakkaasti. Aikasarjan pidentyessä trendikuvaaja pyrkii kuitenkin tasoittumaan. Tarkempaa tietoa löytyy Tilastokeskuksen käyttäjäoppaasta.

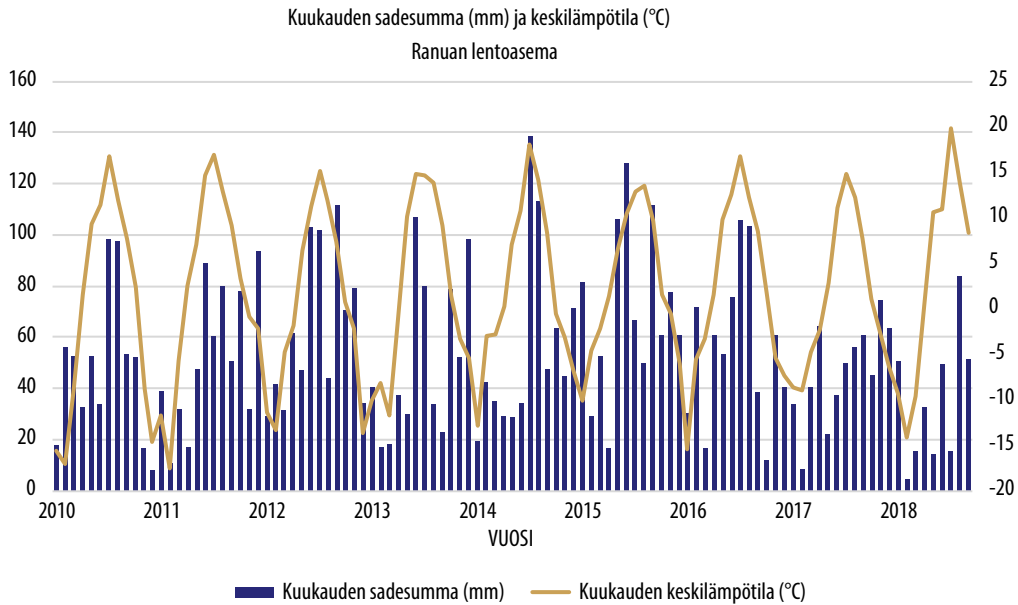
http://tilastokeskus.fi/tup/suhdannepalvelu/asiakask_suhdannep_kayttajanopas2013.pdf

Tulosten perusteella sään vaikutus on havaittavissa raaka-aineen saatavuudessa (kuvat 3. ja 4.). Alkutuotantoon vaikuttavat negatiivisesti vähäinen sademäärä sekä korkea keskilämpötila. Sään mittauspiste on valittu läheltä potentiaalisia keruualueita ja mahdollisimman keskiarvalliselta alueelta. Luonnonmarjojen kauppaantulomäärät laskivat mustikan osalta vuonna 2017 edellisvuodesta noin 35 prosenttia ja puolukan osalta noin 53 prosenttia (Ruokavirasto, 2018).

Kuva 3. Luonnontuotealan yritysten liikevaihdon suhteellinen kehitys alkutuotannon ryhmässä vuosina 2010–2018 (2015=100). Lähde: Tilastokeskus.

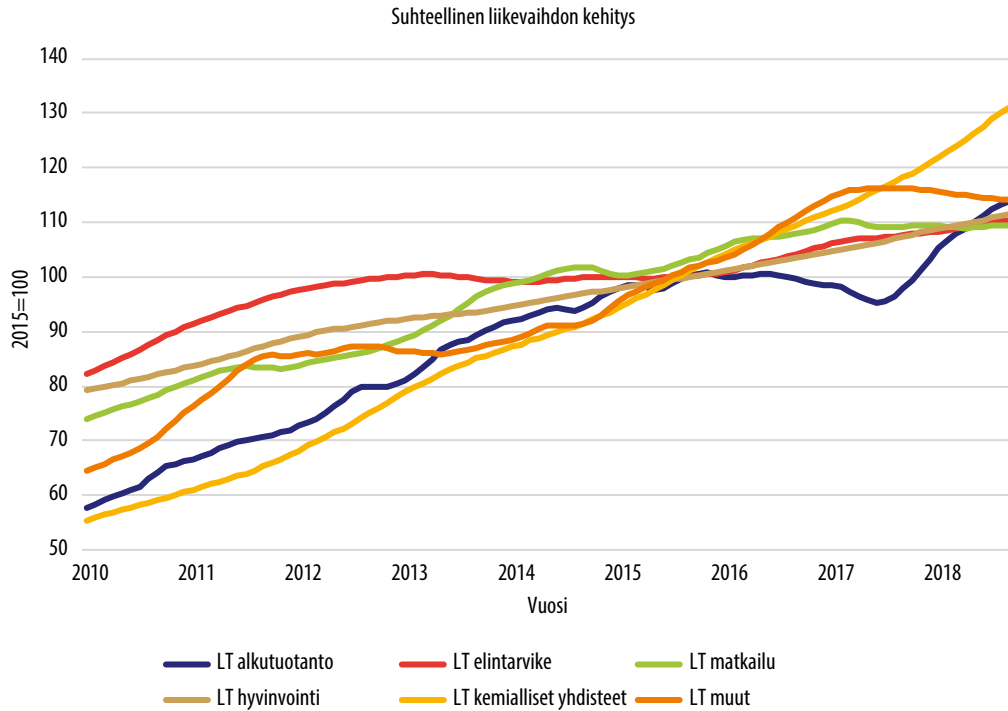


Kuva 4. Kuukausittainen sademäärä (mm) ja keskilämpötila (°C), Ranuan lentoasemalta vuosilta 2010–2018.
Lähde: Ilmatieteen laitos.



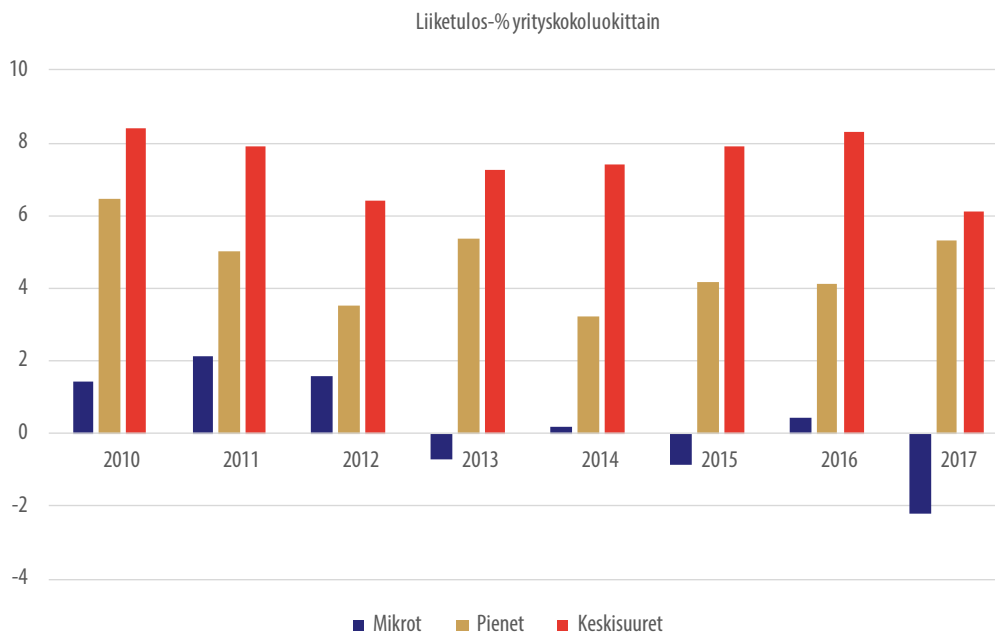
Matkailun (kuva 2.) ja luonnontuote-elintarvikkeiden (kuva 5.) tuotteiden ja palveluiden välillä on yhtäläisyyttä liikevaihdon kehityksessä. Tämän perusteella luonnontuotteet elintarvikkeina on järkevä sitoa osaksi matkailua, jossa molemmat voivat hyötyä lisäarvosta. Hyvinvointi (kuva 5.) seuraa luonnontuotteiden yleistä trendiä (kuva 2.), mutta selkeää yhteyttä ei ole syntynyt aineistossa käytettyihin muihin toimialoihin tai toimialaryhmiin. Kemiallisten yhdisteiden liikevaihdon kehitys (kuva 5.) on muihin ryhmiin verrattuna nopeinta. Liikevaihdon kasvun nopeudessa saattaa olla korkean jalostusasteen vaikutusta, mutta asian selvittäminen edellyttää tarkempaa analyysia.

Kuva 5. Luonnontuotealan yritysten liikevaihdon suhteellinen kehitys luonnontuotteiden ryhmissä vuosina 2010–2018 (2015=100). Lähde: Tilastokeskus.

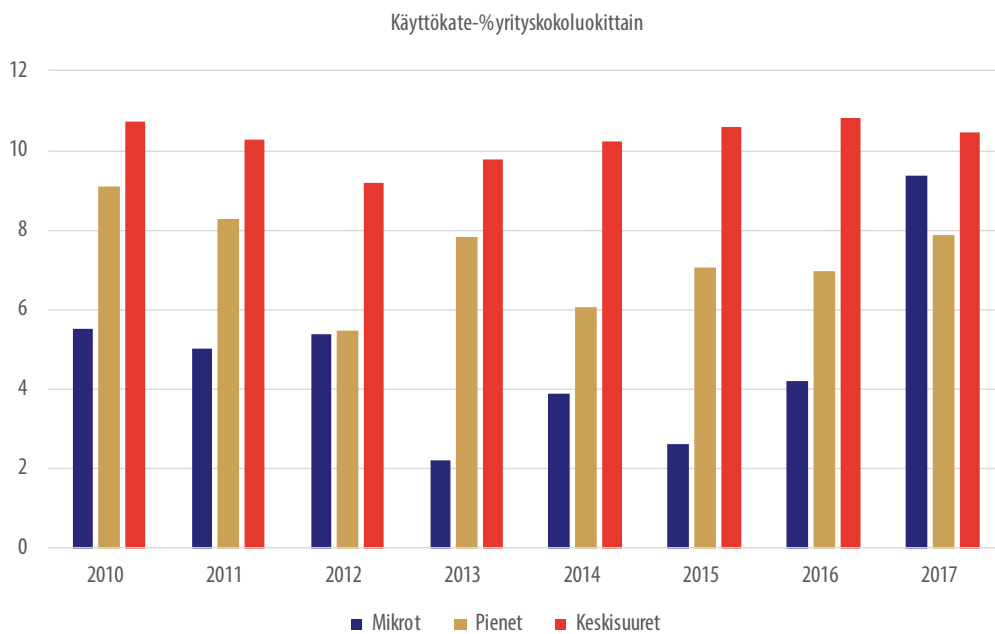


Luonnontuotealan operatiivinen kannattavuus näyttää liiketulosprosentin (kuva 6.) perusteella keskiuurilla yrityksillä olevan tyydyttävällä tasolla. Pienten yritysten tilanne on vielä siedettävä, mutta mikroyrityksillä on vaikeuksia kattaa kuluja nykyisellä liikevaihdolla. Käytännössä mikroyritysten mahdollisuus investointeihin on haastava. Liiketulosprosentti ei erottele velkaista ja velatonta yritystä toisistaan. Käyttökateprosentissa (kuva 7.) voidaan huomata poistojen vaikutus tulokseen.

Kuva 6. Luonnontuotealan liikeytulosprosentit yrityskokoluokittain 2010–2017. Lähde: Tilastokeskus.



Kuva 7. Luonnontuotealan käyttökateprosentit yrityskokoluokittain 2010–2017. Lähde: Tilastokeskus.



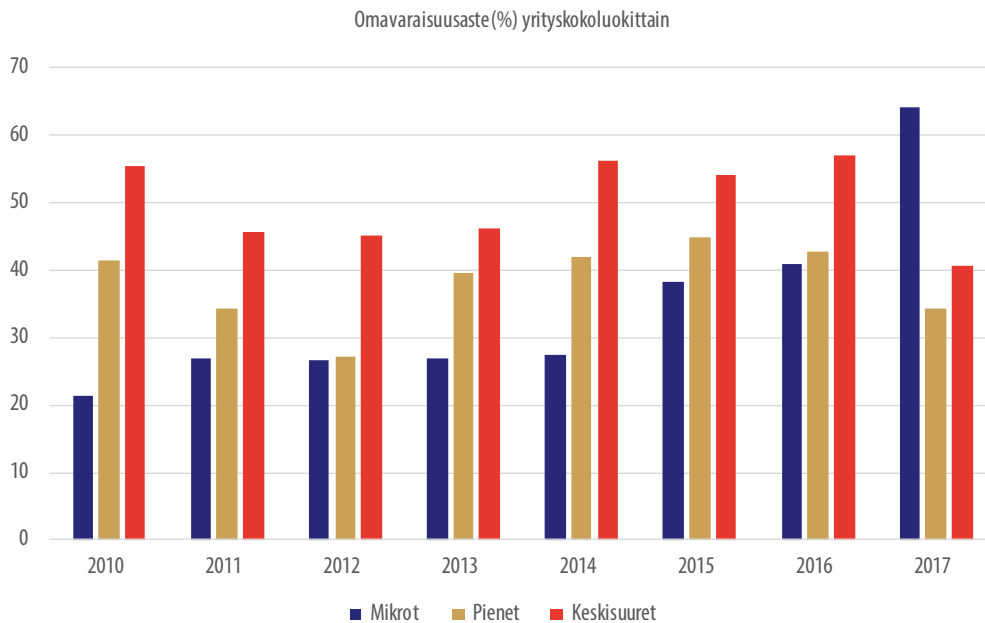
2.5 Vakavaraisuus ja rahoitus

Vakavaraisuus

Yrityksen kykyä suoriutua velvoitteistaan pitkällä aikavälillä mitataan vakavaraisuuden tunnusluvuilla. Vakavaraisuuden tunnusluvut kuvaavat yrityksen oman ja vieraan pääoman suhdetta eli yrityksen pääomarakennetta. Vakavaraisuus on sitä huonompi mitä enemmän yrityksen pääomasta on vierasta pääomaa.

Vakavaraisuus on mitattu tässä omavaraisuusastetta (kuva 8.) käyttäen²⁶. Oma pääoma on noussut merkittävästi isommaksi, mikä näkyy omavaraisuusasteessa. Jos tätä lukua peilaa aikaisempiin mittareihin, mikroyrityksillä on puskuria liiketoiminnan turvaamiseksi ja mahdollisuus lisävelkaantumiseen tarpeen vaatiessa.

Kuva 8. Luonnontuotealan omavaraisuusasteet (%) yrityskokoluokittain 2010–2017. Lähde: Tilastokeskus.



²⁶ Poikkeamaan vuodelle 2017 vaikuttaa myös se, että mikroyritysten listalla on 100 yritystä enemmän verrattuna vuoteen 2016 ja keskiuuria yrityksiä puolestaan kuusi vähemmän.

Maaseuturahasto

Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelman (2014–2020) yritys- ja hanketuesta²⁷ on rahoitettu useita toimenpiteitä toimialan kehittämiseksi. Maaseuturahasto (MSR)²⁸ tarjoaa tällä hetkellä sopivimmat instrumentit yritysten investointeihin (rakentaminen ja/tai koneet ja laitteet) myös Annex I -tuotteiden²⁹ osalta. Muuhun kehittämiseen kuin investointeihin löytyy esimerkiksi perustamistuen ja yritysryhmähankkeiden kautta avustumahdollisuuksia MSR:n kautta.

Kun peilataan alueellista jakaamaa maaseuturahaston varoin tuettuihin luonnontuotealan investointeihin vuosina 2017–2018 (tukipäätöksen allekirjoitusvuosi) voidaan todeta, että suurimmat investoinnit kohdistuvat tällä hetkellä marjojen jatkojalostukseen sekä alkoholintuotantoon. ELY-keskusten aineistosta arvioituna tukipäätöksellä hyväksytyt luonnontuotteisiin kohdistuneet investoinnit vuosina 2017–2018 olivat noin 15,6 miljoonaa euroa.

Euromääräisesti suurimmat julkisella rahoituksella tuetut investoinnit (rakentaminen sekä koneet ja laitteet) on tehty Pohjois-Savossa, jonka osuus on noin 53 prosenttia. Toiseksi suurin euromäärä on Pohjois-Karjalan alueella, noin 25 prosenttia. Investointeja on pääosin tehty neljällä alueella, eli Pohjois-Karjalan, Pohjois-Savon, Kainuun ja Lapin alueella. Tulokseen vaikuttaa tietenkin myös maaseuturahaston tukialue (tukiprosentti sekä maaseutuohjelman toteutus), joka ei kata koko Suomea. Investointeja tehdään myös täysimääräisesti markkinahintaisella rahoituksella.

Koneisiin ja laitteisiin on investoitu kokonaismäärästä alueilla yhteensä noin 56 prosenttia ja rakentamiseen noin 44 prosenttia. Kone- ja laiteinvestointeja on kappalemääräisestikin enemmän, mikä selittää sen, että tuotantokapasiteetin nosto on tapahtunut pääosin jo olemassa olevissa tiloissa.

Varastointituki

Metsämarjojen ja metsäsienten varastointituki (Ruokavirasto) on Pohjois-Suomessa (tukialue C) maksettava kansallinen tuki. Tuen tarkoitus on korvata tukialueella poimittujen ja varastoitujen metsämarjojen ja metsäsienten pitkäaikaisesta varastoinnista aiheutuneita kustannuksia. Varastointitukea on myönnetty vuonna 2018 yhteensä 383 790 euroa, kun taas edellisvuonna summa oli yhteensä 789 016 euroa (Marsi 2018 - Luonnonmarjojen ja -sienten kauppantulomäärät vuonna 2018).

²⁷ <https://www.maaseutu.fi/>

²⁸ Hankkeet voivat olla aluekohtaisia tai alueiden välisiä, ja paikallinen ELY-keskus toimii niissä rahoituksen yhteistyökumppanina. Valtakunnallisissa hankkeissa haku on keskitetty Hämeen ELY-keskukselle. Edellä mainittuihin hankkeisiin voi tutustua maaseutu.fi-sivuston kautta. Aitoluonto.fi-sivustolla on myös hankerekisteri, josta löytyy luonnontuotteisiin liittyviä toimijoita ja hankkeita. Ministeriöt (erityisesti MMM ja TEM) sekä maakuntien liitot osallistuvat myös välillisesti tai suoraan luonnontuotealan toimenpiteiden rahoitukseen.

²⁹ <https://mmm.fi/maataloustuotteet>

Aluekehitysrahasto

Aluekehitysrahaston³⁰ (EAKR) instrumentit ovat myös yritysten ja hanketoimijoiden käytävissä alueittain luonnontuotealan kehittämistyössä. Yksittäiselle yritykselle on vuodelle 2019 hyvin tarjolla mahdollisuuksia erityisesti kehittämiseen liittyvissä toimenpiteissä sekä investoinneissa.

30 <https://www.rakennerahastot.fi/etusivu>

3 Kotimaan raaka-aineet ja markkinat

Raportin sisältöön on tuotu lisäarvoa toimialaan liittyvien asiantuntijaorganisaatioiden edustajilta. Metsien monimuotoisuuden vaikuttaa merkittävästi metsätalous. Puuston kasvatusta, korjuuta sekä myyntiä ei ole toistaiseksi ollut sidottuna luonnontuotteiden arvoketjuun riittävän vahvasti. Metsän omistuksen ja raaka-aineiden saatavuuden kehittäminen yhdessä on yksi keino lisätä luonnontuotealan potentiaalia. Metsien käsittelyllä on vaikutusta luonnontuotteiden saatavuuteen ja satomääriin. Raaka-aineiden saatavuuden lisäksi, luonnontuotteiden laadun kannalta keskeisten yhdisteiden analyysimenetelmiä ja standardeja on kehitettävä. Metsätuotteiden alkuperä voidaan luotettavasti osoittaa metsäsertifiointien avulla. Lisäksi voidaan osoittaa, että metsätaloudessa on huomioitu mm. metsien kasvuun ja terveyteen liittyvien asioiden lisäksi myös monimuotoisuus.

3.1 Vieraskynät: Arvoketjun alkupääoma

Metsäkeskuksen³¹ tietovaranto on potentiaalinen yhdistävä tekijä luonnontuotteiden raaka-aineiden laadun, määrän sekä sijainnin seurannassa. Metsään.fi-alusta³² ja Luonnonvarakeskuksen palveluun tuottamat tuotantopotentiaalimallit ovat tässä lähtökohtaisesti avainasemassa. Luonnontuotteiden ympärillä on tarjolla myös muita sertifikaatteja kuin ”luomu” ja näin ollen on haluttu tuoda näistä mahdollisuuksista lisätietoa raporttiin.

Luonnonvarakeskuksessa³³ toteutetaan monipuolista luonnonvarojen seuranta. Luonnontuotesektorin näkökulmasta tärkeimpiä seurantoja ovat marjasatojen seuranta sekä metsävaratiedon kerääminen, analysointi sekä monipuolinen tietojen julkaiseminen esimerkiksi tilastoina sekä paikkaan sidottuna karttatietona.

31 <https://www.metsakeskus.fi/>

32 <https://www.metsaan.fi/>

33 <https://www.luke.fi/>

3.1.1 Metsien monimuotoisuus, Juha Vornanen, Metsäkeskus

Suomi on suhteellisesti Euroopan metsäisin maa (Maa- ja metsätalousministeriö), sillä yli 70 % maapinta-alasta on metsien peitossa. Metsämaata Suomessa on reilu 20 miljoonaa hehtaaria. Suomen noin 632 000 metsänomistajaa omistavat 60 % metsämaasta. Suomalaisen metsätilan keskikoko on varsin pieni eli noin 30 ha. Puun hinta on suhdanteille herkkää ja luonnontuoteala voi olla yksi vastaus tulonmuodostuksen laajentamiselle ja suhdannevaihtelujen tasaamiselle.

Keskimääräisen metsätalouden liiketuloksen kasvattaminen on mahdollista, jos vain opitaan tuottamaan myös nopeasti uusiutuvia ei-jokamiehenoikeuksin kerättäviä luonnontuotteita³⁴ ja saadaan luotua toimivat toimitusketjut metsästä jalostajille. Tärkeää on oppia viestimään metsien muistakin kuin puuntuotannollisista mahdollisuuksista, koska kaikki metsänomistajat eivät välttämättä ole tietoisia niistä.

Vaikka metsänomistajakunta kaupungistuu vähitellen, iso osa heistä asuu yhä tilallaan tai sen välittömässä läheisyydessä. Luonnontuotteiden aktiivinen tuottaminen voi antaa mahdollisuuden niin yksittäisen metsänomistajan kuin laajemmassa kuvassa koko maaseudun elinkeinoelämän parantamiselle. Perinteisen metsätalouden toimijoiden on myös mahdollista laajentaa toimintaansa luonnontuotealalle, sillä heillä on useimmiten hyvä asiakastuntemus sekä työvoimaa että korjuukalustoa esim. kuusenkerkän tai koivun lehden keruun ja taimikonhoidon tai hakkuun yhdistämiseen. Yhteistyö metsäsektorin kanssa nousee tässä tärkeäksi asiaksi.

Luonnontuotealan merkitys on nostettu vahvemmin esille Kansallisen metsästrategian 2025 -päivityksen³⁵ myötä. Yhdessä strategian hankkeessa tavoitteena on parantaa luontomatkailun, metsien terveys- ja hyvinvointipalveluiden ja luonnontuotealan toimintaedellytyksiä sekä yhteistyötä metsäsektorin kanssa. Hankkeessa tuotetaan työkaluja, joilla parannetaan luonnontuotteiden ja metsämaiseman kysynnän ja tarjonnan kohtaamista. Uudet arvoketjut ja metsänomistajien ansaintamallit luovat uutta metsiin ja luontoon perustuvaa liiketoimintaa.

34 Näistä lisäarvon tuottajista ei vielä ole tilastollista aineistoa metsänomistajille.

35 <http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/handle/10024/161386>

3.1.2 Raaka-aineiden saatavuus, Mikko Kurttila, Jari Miina, Henri Vanhanen, Niko Silvan ja Hanna Kumela, LUKE

Luonnontuotealan kasvun yksi edellytys on oikeanlaisen raaka-aineen riittävä saatavuus. Suomessa luonnontuotealan raaka-aineet voidaan jakaa karkeasti kahteen luokkaan: 1. Jokamiehen oikeuden perusteella vapaasti kerättävät tuotteet ja 2. Metsänomistajien toimesta tai heidän luvallaan kerättävät tuotteet. Raaka-aineiden kauppantulomääriin vaikuttavia seikkoja ovat luonnollisesti luonnontuotteiden biologiset ja hyödynnettävissä olevat vuotuiset sadot, jotka vaihtelevat suurella osalla luonnontuotteita voimakkaasti. Myös metsien käsittely vaikuttaa osaltaan luonnontuotteiden satoihiin. Metsien käsittelyn näkökulmasta ensimmäiseen ryhmään kuuluvat raaka-aineet ovat ongelmallisia, sillä jos metsänomistaja metsänomistaja päättää muuttaa metsiensä käsittelyä luonnontuotteiden satoja suosivaan suuntaan, hän ei itse välttämättä hyödy kasvaneista satotasoista. (Kurttila; Pukkala; & Miina, 2018)

Kauppantulomääriin vaikuttavat suuresti myös poimijoille luonnontuotteiden keräämisestä maksetut korvaukset (liite 2.). Jos luonnontuotteiden kerääminen on mittavaa ja rinnastuu työskentelyyn, tulee korvauksen olla riittävän houkutteleva. Sen tulee siis kattaa poiminta- ja palkkakustannukset. Joissakin tilanteissa luonnontuotteiden kerääjä voi joutua maksamaan metsänomistajalle korvausta oikeudesta kerätä tiettyä luonnontuotetta metsiköstä, esimerkiksi kuusenkerkän keruuoikeudesta on maksettu metsänomistajalle n. 0,3–1 €/kg (Niemi & Turtiainen, 2019). Poiminnan innostusta lisää, jos hyvissä kohteissa on hyvinä satokausina mahdollisuus päästä korkealta tuntuvaan korvaukseen.

Luonnontuotepainotteinen metsäsuunnitelma, jota on viime aikoina pilotoitu Pohjois-Suomessa yksityismetsien suunnittelussa, sisältää periaatteessa saman tietosisällön kuin perinteinen metsäsuunnitelma, mutta puuntuotannon lisäksi siinä arvioidaan luonnontuotteiden tuotantomahdollisuuksia tilalla. Luonnontuotesuunnitelmassa esitetään maanomistajaa kiinnostavien luonnontuotteiden tuotanto-ohjeita ja kannattavuuslaskelmia metsikkökuviolle, jotka on arvioitu soveltuviksi kyseisten raaka-aineiden tuotantoon.

Metsikkökuvioiden luonnontuotepotentiaalia voidaan arvioida asiantuntijan toimesta metsäsuunnittelun maastotöiden yhteydessä. Vaihtoehtoinen tai täydentävä tapa on käyttää luonnontuotteiden satomalleja, jotka ennustavat luonnontuotteen esiintymistä tai keskimääräistä satoa metsäsuunnittelussa kerättävän metsävaratiedon avulla. Luonnontuotteiden satomalleja on laadittu muun muassa mustikalle, puolukalle, sienille ja kuusenkerkille. Lisäksi viime aikoina on myös kehitetty ohjeita ja kuvauksia esimerkiksi erikoisien (pakuri ja lakkakääpä) viljelyyn, koivunmahlan valutukseen ja pihkan valutukseen soveltuvien metsikkökuvioiden hakuun metsävaratiedosta.

Metsien käsittely vaikuttaa monien luonnontuotteiden satoon. Tasaikäismetsätalouden vaikutukset tunnetaan jo varsin hyvin (liite 3), mutta eri-ikäismetsätalouden mukaisten käsittelyiden vaikutuksista satoihin on vielä niukasti tietoa. Pääviesti metsien käsittelyn suhteen on kuitenkin se, että paitsi metsien käsittely myös metsikön kehitysvaihe vaikuttaa hyvin merkittävästi luonnontuotteiden satoihin. on kuitenkin se, että paitsi metsien käsittely myös metsikön kehitysvaihe vaikuttaa hyvin merkittävästi luonnontuotteiden satoihin.

Siksi monipuolinen metsien rakenne ja niiden aktiivinen käsittely omistajan tavoitteiden mukaan takaa pitkällä tähtäimellä luonnontuotteiden esiintymisen metsissä. Toinen pääviesti on, että käsittelyjen viivästyttämistä kannattaa pohtia erityisesti sellaisissa metsiköissä, jotka parasta aikaa tuottavat hyviä luonnontuotteiden satoja.

3.1.3 Luonnontuotteiden ominaisuudet sekä jalostus, Pirjo Mattila, Jarkko Hellström, Juha-Matti Pihlava ja Pertti Marnila, LUKE

Kuluttajista huomattava osa ajattelee luonnontuotteet kulinaarisina ja ympäristöystävällisinä terveysvaikutteisina tuotteina. Samalla suojellaan ekosysteemejä tehomaa- ja metsätaloudelta ja edistetään lajiston monimuotoisuutta. Seurauksena on sosiaalisen statuksen paraneminen.

Aistittavan laadun ja terveyshyötyjen takaamiseksi luonnontuotteille ominaisten yhdisteiden pitoisuudet ja säilyvyys ovat ensiarvoisen tärkeitä tekijöitä. Usein terveyshyödyn ja aistittavan laadun aikaansaavat yhdisteet ovat samoja. Jotta voidaan täyttää kuluttajien odotukset sekä taata tuotteiden terveellisyys ja laatu, on tunnettava ne yhdisteet, jotka kussakin luonnontuotteessa ovat olennaisimmat ja taattava niiden määrät raaka-aineissa ja säilyvyys jalostuksessa.

Koska luonnontuotteiden terveysvaikutuksiin ja aistittavaan laatuun voimakkaasti vaikuttavat yhdisteet ovat moninaiset, on prosessimenetelmien, pakkaamisen ja säilyvyyden tutkimukseen panostettava. Kunkin luonnontuotteen laadun kannalta keskeisten yhdisteiden analyysimenetelmät ja standardit on kehitettävä. Koska eri aineosien määrasuhteet voivat luonnontuotteissa vaihdella paljonkin monista eri syistä (kasvupaikka, perinnöllinen vaihtelu, sääolot, vuodenaika, keräystapa yms.), ja tuotteen terveysvaikutus on kaikkien tuotteen yhdisteiden yhteisvaikutus, olisi kemiallisten analyysimenetelmien rinnalle syytä kehittää soveltuvia menetelmiä, esimerkiksi solutestejä, joilla pystytään mittaamaan raaka-aineiden ja tuotteiden biologista aktiivisuutta.

Uusista marjaraaka-aineista esimerkiksi juolukka ja variksenmarja voisivat olla lupaavia antosyaaniensa ansiosta. Myös marjojen lehdet ovat hyviä polyfenolien lähteitä, jotkut jopa parempia kuin itse marjat.

Marjojen bioaktiivisia yhdisteitä on tutkittu runsaasti. Sen sijaan muiden luonnontuotteiden kuten esim. suomalaisten metsäsienten terveysvaikutuksia on tutkittu vasta vähän. Suomalaiset luonnonsienet voivatkin tarjota potentiaalin monille uusille terveysvaikutteisille ja kulinaarisille tuotteille.

Luonnontuotteiden säilyvyyttä ja markkina-arvoa voidaan parantaa prosessointiteknologisin keinoin. Perinteisten jatkojalosteiden kuten hillojen ja mehujen rinnalla on nykyään tarjolla myös mm. erilaisia marjavälipalatuotteita sekä marjajauheita ja kasviuutteita. Prosessointiolosuhteiden on oltava hyvin hallinnassa, jotta halutut ominaisuudet säilyvät tuotteissa. Lämpötiloilla sekä käsittelyajoilla on ratkaiseva vaikutus tuotteen koostumukseen.

Säilöntämenetelmänä tulevaisuudessa on syytä kehittää kylmäkuivauskapasiteettia. Luonnontuotteiden aromin ja terveellisten yhdisteiden säilymisen kannalta pakastekuivaus olisi usein optimaalisin säilöntätapa.

Luonnontuoteuutteet ovat tyypillisiä korkeamman jalostusasteen tuotteita. Luken viimeaikaisissa kokeissa on kokeiltu paineistettua kuumavesiuuttoa mm. tyrnin, puolukan ja mus-tikan lehtiin hyvin tuloksin.

3.1.4 Alustatalous, Juha Vornanen, Metsäkeskus

Alustatalous on yhden määritelmän mukaan internetin kehitykseen perustuva liiketoiminnan organisointimalli. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että jokin taho tarjoaa alustan, jonka päälle yritykset sekä yksityishenkilöt voivat rakentaa lisäarvoa tuottavaa toimintaa, kuten palveluita ja tuotteiden myyntiä. Luonnontuotealalla alustatalouden liiketoimintamalleja ei ole juurikaan käytetty. Tulevaisuudessa asiaan näyttäisi tulevan parannusta, koska luonnontuoteala on nostettu osaksi valtion eri strategioita.

Tuoreimpana strategiana on 21.2.2019 julkaistu Kansallisen metsästrategia 2025:n päivitys. Siinä mainitaan tietoteknologian lisäävän muidenkin kuin puuntuotantoon perustuvien ekosysteemipalvelujen, kuten luonnontuotealan kasvua. Strategiassa todetaan, että luonnontuotteiden ja metsäpalveluiden markkinoiden toimivuutta tulee parantaa tarjoamalla alustoja kysynnän ja tarjonnan kohtaamiselle. Kansallisessa metsästrategian päivityksessä nähdään olennaisena avoimeen metsätietoon pohjautuvien palvelualustojen kehittäminen. Suomen metsäkeskuksen ajantasainen ja avoin paikkatieto Suomen metsistä voisi toimia alustana, myös ei puupohjaisille tuotteille.

Tulevina vuosina tehdään paljon suomalaisen luonnontuotealan eteen, mutta jo tällä hetkellä on olemassa kansallista metsästrategiaa tukevia toimia. Luonnontuotealalla on käynnistynyt useita EU-rahoitteisia hankkeita alan kehittämiseksi. Yksi on

Luonnonvarakeskuksen ja Suomen metsäkeskuksen yhteinen, Luomua ja luonnontuotteita metsävaratietoihin -hanke, jossa pureudutaan luonnontuotealan kannalta keskeiseen asiaan eli raaka-aineen saantiin. Hankkeessa lisätään metsänomistajien tietoisuutta metsiensä luonnontuotteiden tuottamisen mahdollisuuksista sekä avataan väylä raaka-aineiden tarjoamiseksi markkinoille. Metsään.fi-palveluun tuotetaan vuoden 2019 aikana toiminnallisuus, jossa Suomen metsäkeskuksen metsävaratiedon pohjalta lasketaan metsikkökuviokohtaiset luonnontuotepotentiaalit keskeisimmille luonnontuotteille. Metsänomistaja näkee palvelussa luonnontuotekuviot omien kiinteistöjensä osalta ja voi välittää tiedon kohteista kiinnostuneille yrityksille luonnontuoteilmoituksen avulla. Luonnontuotteita hyödyntävät yritykset voivat liittyä palveluun ja saada näitä ilmoituksia metsänomistajilta.

3.1.5 Metsäsertifioinnit luonnontuotealan tukena, Juha Vornanen, Metsäkeskus

Suomessa on käytössä kaksi metsäsertifikaattia eli PEFC³⁶- ja FSC³⁷-sertifikaatit. Kaikkialla maailmassa metsätalous ei ole kestävää eivätkä hankintaketjut välttämättä läpinäkyviä. Metsäsertifioinneilla voidaan osoittaa kuluttajille, että Suomen metsätuotteet ovat kestävästi tuotettuja, sillä tuotteita viedään maihin, joiden kuluttajilla ei ole juurikaan mahdollisuutta tutustua käytännössä suomalaiseen metsätalouteen. Metsätuotteiden alkuperä voidaan luotettavasti osoittaa metsäsertifiointien avulla. Lisäksi voidaan osoittaa, että metsätaloudessa on huomioitu mm. metsien kasvuun ja terveyteen liittyvien asioiden lisäksi myös monimuotoisuus ja virkistyskäyttö. Muut kuin puupohjaiset luonnontuotteet on nykykriteereissä huomioitu lähinnä välillisesti eli metsänhoidossa pyritään huomioimaan metsien monikäyttö. Maailmalla on myynnissä myös PEFC- ja FSC-metsäsertifioituja luonnontuotteita. Suomessa molempien metsäsertifiointien kansalliset kriteerit ovat juuri päivittymässä ja on mahdollista, että niihin tulee mukaan myös luonnontuotteiden sertifiomismahdollisuus.

Metsäsertifiointi on keino kertoa asiakkaille ja kuluttajille metsänhoidon käytännön toimien vastuullisuudesta ja kestävydestä. Suomen metsä- ja kitumaista on PEFC-sertifioitu noin 80 %. Sertifikaatti asettaa vaatimuksia metsänhoidolle, metsien monimuotoisuudelle, virkistyskäytölle sekä puuraaka-aineen ja puutuotteiden seurannalle koko toimitusketjuissa. Seuranta koskevilla vaatimuksilla on tavoitteena, että puuraaka-aine on peräisin sertifioiduista metsistä. Näiden vaatimusten lisäksi suomalaiset kriteerit kohdistuvat

36 PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes) on maailman suurin metsäsertifiointijärjestelmä, johon kuuluu jäsenorganisaatioita lähes 50 maasta. Suomen PEFC-järjestelmällä on kansainvälinen PEFC:n hyväksyntä.

37 FSC (Forest Stewardship Council) on kansainvälinen, voittoa tavoittelematon jäsenjärjestö. FSC-merkityt tuotteet tulevat vastuullisesti hoidetuista metsistä tai kierrätysmateriaalista.

työntekijöiden oikeuksiin, metsänomistajien koulutukseen ja neuvontaan sekä nuorten metsätiedon lisäämiseen. Sertifiointin vaatimusten toteutumista valvoo riippumaton sertifiointiyritys. Tuotteelle voidaan myöntää PEFC-merkki, jonka saa, kun yrityksen toiminta on sertifioitu.

PEFC:n metsänhoidon vaatimukset päivitetään viiden vuoden välein, ja seuraava päivityskierros suomalaisille kriteereille on 2019 eli tänä vuonna. Kansainvälisten vaatimusten päivitystyössä tavoitteena on ollut laajentaa sertifiointi koskemaan muuallakin kasvavia puita kuin metsässä kasvavia (agroforesty) sekä huomioida puun lisäksi metsistä saatavat muut tuotteet (non-wood forest products, NWFP).

PEFC:n nykyisissä kriteereissä luonnontuotteiden keruu on huomioitu kriteereissä 27 ja 29. Kriteeri 27 ottaa kantaa jokamiehenoikeuksien turvaamiseen ja kriteeri 29 metsien monikäyttöedellytysten ja luomuluonnontuotteiden keruumahdollisuuksien edistämiseen. Edistämällä tarkoitetaan kasvinsuojelu- ja lannoitetietojen luovuttamista luomusertifiointia varten.

FSC-sertifiointin taustalla ovat kansainväliset periaatteet (10 kpl) ja kriteerit. Kaikkien metsänhoidon periaatteiden ja kriteerien on toteuduttava ennen kuin FSC-sertifikaatti voidaan myöntää toimijalle. Lisäksi Suomessa on laadittu kansalliset FSC-standardit vastaamaan Suomen oloja. Sertifiointin tavoitteena on varmistaa kuluttajalle, että tuote ei ole aiheuttanut metsien tuhoa tai metsäluonnon köyhtymistä. FCS:ssä voidaan myöntää metsänhoidon ja/tai alkuperäketjun sertifikaatteja. Projektisertifikaatti voidaan myöntää yksittäisille tuotteille, rakennelmille tai tapahtumille, joten tätä sertifikaattia olisi mahdollista hyödyntää mm. luontomatkailussa. FSC-sertifiointia ei ole vielä pystytty hyödyntämään muiden kuin puupohjaisten tuotteiden sertifiointissa Suomessa, mutta standardin päivittäminen yleisindikaattoreiden pohjalta uusien periaatteiden ja kriteerien mukaiseksi on parhaillaan käynnissä ja voi mahdollistaa myös muiden luonnontuotteiden sertifiointin tulevaisuudessa. FSC:n nykyisessä kriteerissä 5.4 todetaan, että metsätalouden tulisi pyrkiä vahvistamaan ja monipuolistamaan paikallistaloutta välttäen riippuvuutta yhdestä metsätuotteesta ja luoda olosuhteet metsien monikäytölle.

3.2 Uuselintarvikkeet ja tuoteväärännökset

Monilla luonnontuotteilla on pitkä käyttöhistoria. Kaikki luonnontuotteet eivät kuitenkaan ole vaarattomia. Sen lisäksi, että alkuperäinen tuote voi olla käyttäjälleen riski on markkinoilla runsaasti tarjolla myös lähtökohtaisesti laadukkaiden tuotteiden kopioita, eli tuoteväärännöksiä. Tulli suorittaa tuonnin ja viennin osalta valvontaa, mutta esimerkiksi verkkokaupasta hankittujen tuotteiden osalta markkinoille pääsy on huomattavasti helpompaa.

Tuoteväärennöksistä johtuen suomalaisilla tuotteilla on pääsääntöisesti hyvä maine kansainvälisillä markkinoilla, mutta riskiä ei kannata jättää huomiotta.

Uuselintarvikkeet

Kiinnostus luonnonvaraisten kasvien hyödyntämiseen elintarvikkeina on viime vuosina lisääntynyt Suomessa nopeasti. Tuttujen metsämarjojen ja -sienten lisäksi hyödynnetään enenevässä määrin myös muita kasveja, kuten villiyrtejä. Tavallisimmin näitä käytetään yrteiden aineksina (kuten koivun lehtiä tai kultapiiskun kukkivia versonlatvoja), mausteina (kuten katajan marjoja ja kerkkiä tai väinönputken juuria) tai annoskoristeina (kuten apilan kukkia tai islanninjäkälää).

Ruokaviraston lisäksi lääkealan turvallisuus- ja kehittämiskeskus Fimea³⁸ valvoo sekä toimii kansallisena lupaviranomaisena yrteihin liittyvässä liiketoiminnassa. Ruokavirasto ei tutki kasvien turvallisuutta elintarvikkeena. Vastuu tuotteen turvallisuudesta ja sen määräystenmukaisuudesta on elintarvikealan toimijalla itsellään. Tarkemmin uuselintarvikkeisiin voi tutustua Ruokaviraston nettisivuilta³⁹.

Viimeisimpinä aiheina maailmanlaajuisesti uuselintarvikkeiden osalta käydään keskustelua esimerkiksi uusista jalostustekniikoista. Kehitettävät kasvinjalostustekniikat voivat sisältää perinteiseen geenitekniikkaan nähden riskejä, joihin on varauduttava sääntelyllä. Eri maiden tasolla on vaihtelua, mutta keskinäistä tiedonvaihtoa tehdään jatkuvasti.

Tuoteväärennökset

Tuoteväärennökset ovat kansainvälisillä markkinoilla arkipäivää. Euroopan Unionin teollisuusosasto EUIPO⁴⁰ raportoi tuoteväärennösten vaikutuksista ja ilmiöstä. Viimeisin raportti pohjautuu vuoden 2016 tullitilastoon, jossa piraattituotteiden EU:n alueelle kohdistuva osuus on noin 121 miljardia euroa. Tämä olisi 6,8 prosenttia EU:n tuonnista. Osa tästä summasta on elintarvikkeita, jotka voivat aiheuttaa vakavia kielteisiä terveys- ja turvallisuusriskejä. Laittomien tuotteiden markkinaosuuden on arvioitu kasvaneen merkittävästi vuodesta 2013 vuoteen 2016.⁴¹

38 <https://www.fimea.fi/>

39 <https://www.ruokavirasto.fi/>

40 <https://euipo.europa.eu/ohimportal/en/web/observatory/home>

41 Raaka-aineiden jäljitettävyydessä todentamisasiakirjat ovat ostoasiakirjat, elintarvikkeiden pakkausmerkinnät sekä dokumentit raaka-aineiden käytöstä valmistusprosessin ja jakelun eri vaiheissa. Näitä edellä mainittuja asiakirjoja hyödynnetään myös sertifikaattien auditoinneissa, esimerkiksi Hyvää Suomesta –merkki (<https://www.hyvaa-suomesta.fi/>).

3.3 Ruokatrendit

Luonnontuotteet ovat erityisen vahvasti kytkeytyneet elintarvikkeisiin, joten trendit luonnontuotteisiin ovat poimittavissa pääosin elintarvikkeiden trendeistä. Kotimaisten ruokatrendien mittausta tapahtuu parhaiten päivittäistavarakaupan ostokoreista. Raporttiin on otettu K:n Ruokailmiöt -raportin (2019) tuloksia⁴² suuntaamaan luonnontuotteiden kasvukehitystä. Raportin mukaan päätrendit ovat

- tiedostava kuluttaminen
- hyvinvoiva arki
- täsmähyvinvointi
- ruokahifistely
- ruokaseikkailu
- kiireen helpottaminen.

Tämän päivän kuluttaja edellyttää ruoalta vastuullisuutta, hyvinvointia ja elämyksiä. Vastuullisuuteen kytkeytyy myös ilmastonmuutos. Laadukas ja terveellinen ruoka löytyy kasvavan kohderyhmän ostoskorista. Ruokaseikkailu on kytkettävissä myös ympäristöön, joka antaa matkailulle uutta virtaa. Nykyihmisen arkeen liittyy usein myös kiire, jota pyritään helpottamaan digitaloudella yhdistettynä logistiikan ostopalveluun. Pääkaupunkiseudulla yhä useampi hankkii elintarvikkeensa verkon kautta ja tilaa ne valmiina kotiovelleen, mikä mahdollistaa uudenlaisen tarjooman. Enää ei päivittäistavarakaupassa riitä vain hyllysijoittelu, vaan sovellusten kautta voidaan luoda tehokkaasti mielikuvia sekä kokonaisuuksia, kuten reseptejä ja ohjata kuluttajaa terveellisempään ja ravinteikkaampaan ruokavalioon sekä ostokäyttämiseen, eli myös luonnontuotteisiin.

Ruokailmiöt -raportin kyselytutkimus sisältää myös suomalaisen kuluttajan kiinnostavimmat ostoaikeet. Kärkikymmenikköön sisältyvät luonnontuotteiden raaka-aineista marjat (tuoreet ja pakasteet), tuoreet yrtit, metsäsienet sekä kotimainen superruoka. Jalostetuista tuotteista pientuottajien tarjoama valikoima on sijalla kaksi.

42 K:n Ruokailmiöt 2019 -tutkimukseen on vastannut lokakuussa 2018 yhteensä 1069 kuluttajaa. Otos on painotettu vastaamaan Suomen väestön ikää, sukupuolta ja asuinpaikkaa.

4 Kansainväliset markkinat

4.1 Luonnonmarjat ja -sienet vientituotteina

Marsi 2018 -raportissa⁴³ (Ruokavirasto, 2019) on selvitetty luonnonmarjojen ja -sienten kauppaantulomäärät, poimijahinnat, poimintatulot sekä tuonti- ja vientiluvut vuoden 2018 osalta. Tietoa on kerätty vuodesta 2011 alkaen.

Viennin ja tuonnin osuus riippuu luonnonmarjojen ja -sienten satomääristä. Raportin perusteella kaupallisesti tärkeimmät luonnonmarjat ovat mustikka, puolukka ja lakka. Seurannan aikavälillä vertailussa sadosta muodostui enintään keskinkertainen. Sääolojen vaikutus (kuva 4.) näkyy alkutuotannon liikevaihdon tuloksessa. Kaikkien luonnonmarjojen kilohinnat nousivat, mutta eniten lakan hinta. Myyntiin on kerätty myös variksenmarjaa sekä villivadelmaa, mutta näiden osalta ei voida vielä käyttää termiä ”viennin lisäarvo”.

Satomäärät olivat mustikan osalta kohtalaiset, ja eniten myyntiin tuli Lapin alueelta (3,5 milj.kg). Toiseksi suurin määrä oli Itä-Suomesta, jonka osuus on hieman alle 40 prosenttia Lapin määrästä. Puolukkasato kerättiin pääosin Länsi-Suomesta sekä Itä-Suomesta, joka oli satomäärältään huonoin koko mittausjakson aikana. Myyntilakasta 97 prosenttia on kerätty Lapin alueelta. Myyntilakka on satomäärältään noin 1,2 prosenttia Lapista kerätystä mustikkasadosta.

Kuuma ja kuiva kesä viivästytti sienisatoa keskimäärin kuukaudella, ja sadossa oli runsaasti alueellista vaihtelua. Satokausi oli kuitenkin pitkä. Herkkutatın sato oli nelinkertainen vuoteen 2017 verrattuna. Muiden sienien osuus herkkutatın satoon verrattuna on noin 50 prosenttia. Luonnonsienten kilohinta on myös suurempi edellisvuoteen nähden.

Ulkomaisten poimijoiden määrä marjojen osalta oli pienempi vuonna 2018 kuin edellisvuonna. Suurin osa poimijoista oli thaimaalaisia. Ulkomaisten poimijoiden vaikutus on

43 <https://www.ruokavirasto.fi/globalassets/viljelijat/tuet-ja-rahoitus/marsi-2018-raportti.pdf>

merkittävä, koska myyntiin kerätyistä luonnonmarjoista 93 prosenttia on ulkomaisten poimijoiden keräämiä. Poimintatuloja syntyi vuoteen 2017 verrattuna 17 prosenttia enemmän. Tällä voi olla positiivista vaikutusta vuoden 2019 poimijamäärille. Poimijat saapuvat suomalaisten marjayritysten kutsumina.

Tullihallituksen ulkomaankauppatilaston mukaan luonnonmarjojen viennin pääasiallinen arvo syntyy jäädytetyllä mustikalla (4,7 M€), jonka merkittävimmät kohdemaat ovat Kiina ja Ruotsi. Kiinan osuus viennistä on noin 54 prosenttia ja Ruotsin osuus noin 38 prosenttia. Tuontimäärä on lähes saman suuruinen kuin vientimäärä. Tuonnin arvo on noin 3,8 miljoonaa euroa. Suurin osuus tuonnista on Ruotsista, noin 75 prosenttia.

Luonnonsienten viennistä on raportoitavaa ainoastaan kantarellin sekä muiden sienien osalta. Herkkusienet ja tatit eivät ole viimeisten kolmen vuoden aikana saaneet taulukkolukua. Viennin arvo on noin miljoonaa euroa muissa sienissä (ilman multasieniä) ja kantarelleissa noin 0,1 miljoonaa euroa. Sienet ovat Suomen markkinoilla pääosin tuontituotteita. Tuonnin määrä on herkkusienten osalta noin 4,1 miljoonaa euroa, kantarellien osalta noin 0,5 miljoonaa euroa ja muiden sienien (ilman multasieniä) osalta noin 0,8 miljoonaa euroa.

4.2 Vientipotentiaali

Suomalaisia elintarvikkeita vietiin 1,6 miljardilla eurolla vuonna 2017 (Elintarviketeollisuusliitto). Vertailtaessa lukua Suomen suurimpaan vientituotteeseen, joka on paperi ja pahvi sekä tuotteet niistä (Tulli), osuus kärkipaikkaan nähden on noin 22,5 prosenttia. Luonnon tuotteiden mahdollisuuksia voidaan pohtia synergiaetuna elintarvikkeiden kanssa.

Yleisiä trendejä on koottu ruoan sekä juomien markkina mahdollisuuksista⁴⁴ viennissä seuraavasti (Business Finland):

- alkoholi ja luonnontuotteet yhteisbrändi (Itävalta, Tanska, Saksa, Venäjä)
- premium -tuotteet (Itävalta)
- terveystuotteet (Saksa)
- ilmastoystävällisyys (Saksa)
- välipalat, "to-go", luomu, "free from" (useimmat maat)
- luonnonmarjat (useimmat maat)

⁴⁴ Business Finland tarjoaa maksutonta markkinatietoutta Market Opportunities -palvelussa, joka perustuu asiantuntija- ja asiakashaastatteluihin sekä asiantuntijaselvityksiin. Se on Business Finlandin, ulkoministeriön, Suomalais-Venäläisen Kauppakamarin ja Opetushallituksen yhteistyössä koostamaa informaatiota erityisesti pk-yrityksille. Liitteessä 4. on tarkennettu erittely maittain. Lisätietoa on tarjolla myös Ruokaviraston, Tullin sekä ulkoministeriön verkkosivuilta.

- pakkaukset (kierrätys (Ruotsi, Saksa), private label (Saksa), alkuperä (Saksa))
- erityisruokavaliot (Saudi-Arabia, Etelä-Afrikka)
- tuoteturvallisuus (Etelä-Korea)
- nettimyynti (Kiina (WeChat)).

Trendeillä on yleensä elinkaari. Esimerkiksi superfood -trendi on katoamassa (Ruotsi) kuluttajien mielikuvista ja tilalle on tullut paikallisuus sekä historialliset yhteenliittymät (Euromonitor International). Osa trendeistä taas todennäköisimmin säilyvät markkinoilla, kuten ilmastoystävällisyys ja kierrätys.

Elintarvikeviennin osalta Venäjän tilanne on tietyillä tuotteilla ongelmallinen, mutta suomalaisille luomu-, kasvis- ja terveystuotteille on merkittävä potentiaali. Moni eläinperäinen tuote on kiellettyjen tuotteiden listalla, mutta sallittuja ovat esimerkiksi alkoholi- ja virvoitusjuomat sekä hillot (Ruokavirasto). Saksa puolestaan saa erityismaininnan siitä, että tuotteilta vaaditaan korkeaa laatua ja matalaa hintatasoa. Saksalaiset asiakkaat edellyttävät usein myös private label -tuotteita.

Food from Finland (FFF) -ohjelma on osa Business Finlandin palveluja ja tekee kohdistettuja toimenpiteitä seuraaville tuoteryhmille:

- Alkoholituotteet
- Marjatuotteet
- Kauratuotteet yhteistyössä kauraklusterin⁴⁵ kanssa
- Kananmunatuotteet.

Kohdemarkkinat ovat:

- Pohjoismaat, Saksa
- Itä-Aasia: Kiina, Hong Kong, Etelä-Korea ja Japani
- Lähi-itä: Saudi-Arabia, Arabiemiraatit
- Etelä-Afrikka, Singapore, USA sekä muut Euroopan maat.

FFF -vientiohjelman tavoitteena on kaksinkertaistaa Suomen elintarvikevienti vuoteen 2023 mennessä kolmeen miljardiin euroon. Vientiohjelmassa on mukana jo yli sata suomalaista viennistä kiinnostunutta elintarvikeyritystä. FFF on mukana myös erilaisissa tapahtumissa, kuten ruoka-alan Internationale Grüne Woche (IGW) –kuluttajamessuilla (liite 5.) Berliinissä (18.1.-27.1.2019). Suomi oli messujen pääkumppanima.

⁴⁵ <https://www.finnish-oats.fi/en/luminous-finnish-oat-the-arctic-treasure-for-you/>

4.3 Vieraskynät: Edellytyksiä luonnonkeruutuotteiden viennin kasvulle, Eeva-Liisa Lilja, Fennopromo

Eeva-Liisa Lilja, Fennopromo Oy:stä edustaa raportin kansainvälistä osuutta usean vuoden vientikonsultoinnin kokemuksellaan. Fennopromo Oy⁴⁶ tarjoaa palveluita liiketoiminnan kehittämiseen ja kansainvälistymiseen. Fennopromo Oy:llä on myös kokemusta useista eri projekteista, kuten esimerkiksi toiminnassa oleva MarketWise -hanke⁴⁷. Hanke välittää kansainvälistä markkinatietoa elintarvikealan mikro- ja pk-yrityksille. MarketWise -hanke on rahoitettu maaseuturahastosta ja tukee toiminnallaan Food From Finland -ohjelmaa.

Luontoympäristö, Lapin eksotiikka ja luonnontuotteiden erityislaatuisuus luovat mahdollisuuksia menestystuotteiden kehittämiseen matkailijoille ja ulkomaan markkinoille. Kansainvälisillä markkinoilla on kysyntää pohjoisen luonnon tuotteille.

Luonnonkeruutuotteilla on omaleimainen markkinarakonsa maailmalla. Vastaavia tuotteita on tarjolla vähän, markkinakilpailu on vähäisempää ja tuotteet ovat nousevien kansainvälisten kysynnän trendien mukaisia. Tuotteet on mahdollista asemoida premium-hintakategoriaan vientimarkkinoilla. Tuotteet mielletään arvokkaiksi erikoistuotteiksi, joita on niukasti saatavilla. Tuotteet ovat elämystuotteita, joihin voi liittää myyntiä tukevia tarinoita kasvu ympäristöstä, jalostusmenetelmistä ja tuotteiden tarjoamista hyödyistä.

Matkailijoille suunnatun tarjonnan kehittäminen tukee viennin edistämistä. Molempia osa-alueita on suositeltavaa kehittää rinta rinnan. Matkailijoilta saadaan palautetta siitä, mitkä tuotteet kiinnostavat. Heiltä voidaan saada vinkkejä tuotekehitykseen. Ymmärrys ulkomaisten asiakkaiden tarpeista lisääntyy.

Turistit haluavat ehkä hankkia tuotteita myös kotimaahan palattuaan. He voivat ostaa tuotteita verkkokaupan kautta tai haluta tuotteita kotimaansa vähittäiskaupan valikoimiin. Suomalaisen tarjonnan tunnettuus lisääntyy maailmalla myös turismin myötä.

Suomella on käytössään maailman suurin sertifioitu luomukeruualue, joka tarjoaa yrityksille monia kaupallisesti hyödynnettäviä mahdollisuuksia. Luomulaatu ei ole kansainvälisillä markkinoilla yksistään riittävä takuu siitä, että tuote menee kaupaksi, mutta se on yhä useammin lähtöedellytys tuotteiden kysynnälle. Tuotteen on oltava luomulaatuinen ja sen lisäksi esimerkiksi terveyttä edistävä, uniikki artesaanituote, hyvinvointia tukeva, Clean Label -tuote tai jotain muuta lisäarvoa sisältävä. Luomukeruualue tuo Suomelle kansainvälistä kilpailuetua raaka-aineiden hankintavolyymien ja raaka-aineiden monimuotoisuuden

46 <http://www.fennopromo.fi/>

47 <https://www.marketwise.fi/>

osalta. Suomalaisista luomulaatuisista luonnontuotteista on mahdollista kehittää monipuolista tuotetarjontaa kansainvälisille markkinoille.

Keskeisen tärkeää on, kuinka Suomi kommunikoi luomukeruualueeseen liittyvistä käytännöistä kansainvälisesti. Ulkomaisia asiakkaita kiinnostaa tuleva tarjonta ja sen lisäksi keruualueen sertifiointi, valvonta ja se, miten varmistetaan alueen hyödyntäminen ympäristölle ja eettisesti kestäväällä tavalla, mukaan lukien keruutoiminta. Tiedotus keruualueeseen liittyvistä käytännöistä on tärkeää.

Kasvuhakuisilla luontoyrittäjillä on tahtotila liiketoimintansa kehittämiseen. Yksi osa-alue, johon liittyyvää osaamista on suotavaa kehittää, on tuotekonsepti sekä brändäys. Luonnontuotteet kilpailevat kansainvälisen tuotetarjonnan kanssa. Turistit vertaavat tuotteita laatutasoon lähtömaissaan. Tuotteiden on oltava konsepteiltaan, brändeiltään, pakkauksiltaan ja laadultaan vertailukelpoisia globaalin premium-tuotetarjonnan kanssa ollakseen kaupallisesti kiinnostavia.

Luonnontuotealalla on kehitetty yhteisbrändejä, kuten esimerkiksi Lapland Food Club, Kuusamo Lapland Wild Food ja Taivalkoski Wild Food -brändit. Tuotannonalan erityispiirteet, esimerkiksi pienyrittäjävaltaisuus, raaka-aineiden saatavuus maantieteellisesti rajatulta alueelta ja jalostuksen keskittyminen rohkaisevat edistämään ajatusta yhteisbrändeistä. Yhteisbrändit ovat alalla kiinnostava tulevaisuuden mahdollisuus.

Elintarvikevientä edistetään monin tavoin valtakunnallisella tasolla. Business Finlandin Food from Finland -kasvuohjelma avaa vientiyhteyksiä suomalaiselle ruoalle. Luonnonkeruutuotteiden valmistajien on tärkeää kytkeytyä mukaan FFF-ohjelman ja muiden vientihankkeiden verkostoon.

5 Toimialan asema ja merkitys tulevaisuudessa

5.1 Analyysia ja näkymiä toimialan tulevaisuudesta

Luonnontuotteet voivat tarjota ratkaisua terveyden ja hyvinvoinnin ylläpitämiseen, työvoiman käyttöön, maa- ja metsätalouden tulorakenteeseen, lisäarvona matkailussa sekä Suomen vientituotteille jatkojalostuksen muodossa (esim. kaurasta mysliksi) tai yleisen imagon muodossa (esim. metsäteollisuus).

Kansallisen metsästrategia 2025-päivityksessä nähdään olennaisena avoimeen metsätietoon pohjautuvien palvelualustojen kehittäminen. Suomen metsäkeskuksen ajantasainen ja avoin paikkatieto Suomen metsistä voisi toimia alustana, myös ei puupohjaisille tuotteille.

Maailmalla on myynnissä PEFC- ja FSC-metsäsertifioituja luonnontuotteita. Suomessa molempien metsäsertifiointien kansalliset kriteerit ovat juuri päivittymässä ja on mahdollista, että niihin tulee mukaan myös luonnontuotteiden sertifiointimahdollisuus.

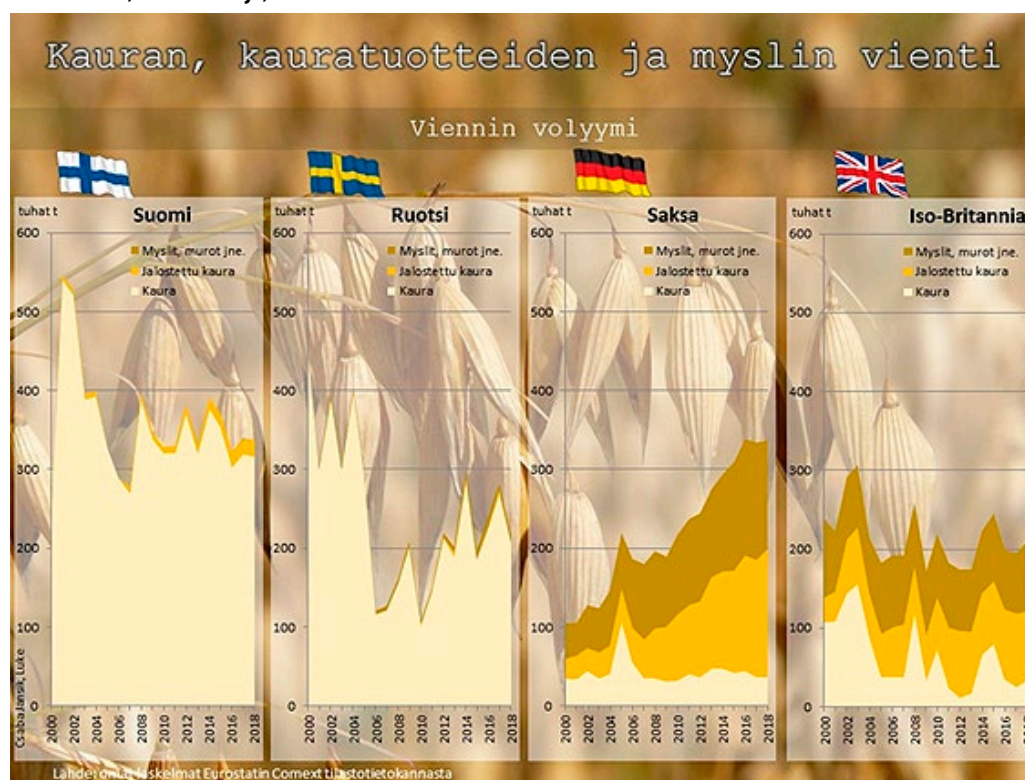
Viennin merkittävää kasvua luonnontuotteiden osalta on haasteellinen saavuttaa nykyisellä investointien tasolla. Viennin räjähdysmäinen nousu edellyttäisi mahdollisesti suurten elintarviketuottajien vahvaa lisäpanosta sekä klusteroitumista.

Arktisuus luonnontuotteen brändissä on syytä huomioida viennin lisäarvona. Arktinen ruoka tarkoittaa 60. leveyspiirin pohjoispuolella tuotettua ruokaa. Luonnonvarakeskuksella on päättyvä valtakunnallinen hanke, jossa on tuotettu aineistoa arktisuuden

ympäriille ruoantuotannossa (Arctic Food From Finland). Sivustolle on kerätty olennaista tietoa, jota suomalainen ruoantuotanto voi hyödyntää oman brändinsä luomisessa. Suomi tarvitsee vahvan brändin. Matkailu voisi hyödyntää ”Arctic Food in Finland”-teemaa. Visit Finland⁴⁸ tukee jo tätä ajatusta omalla toiminnallaan.

Luonnontuotteiden jalostusasteen muodostumisen edellytyksiä halutaan edistää, ja siksi jalostusasteen edellytykset näkyvät myös julkisen tuen ehdoissa. Jalostusarvon nostaminen edellyttää sekä aineellisia että aineettomia investointeja. Jalostusarvon merkitystä luonnontuotteille on havainnollistettu aluksi viennin volyymilla vertailemalla Suomen, Ruotsin, Saksan ja Iso-Britannian tilannetta kauran, kauratuotteiden ja myslin viennissä (kuva 9.) vuosina 2010–2018 välisenä aikana. Tuotannollisten määrien kannalta volyyymi on Suomen eduksi.

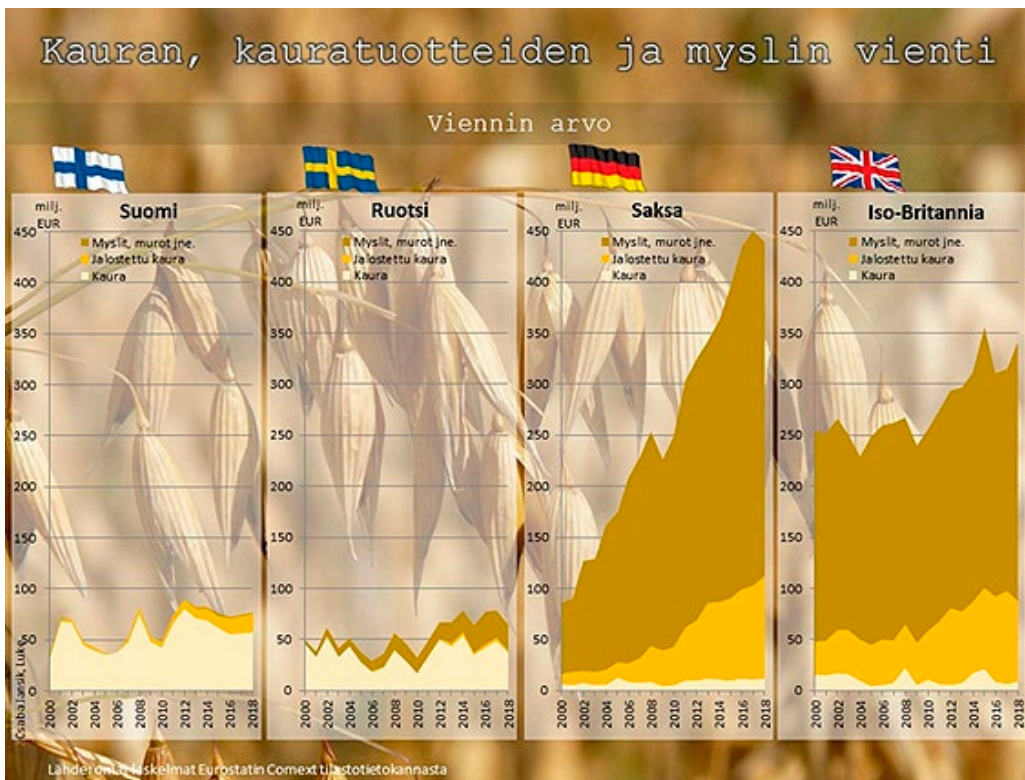
Kuva 9. Kauran, kauratuotteiden ja myslin viennin volyyymi vertailumaittain vuosilta 2010–2018. Lähde: Csaba Jansik, erikoistutkija, Luonnonvarakeskus. Perustuu laskelmiin Comext tilastotietokannan aineistosta.



48 <https://www.visitfinland.com/>

Tilanne muuttuu kuitenkin jalostusasteen näkökulmasta aivan toiseksi. On ymmärrettävää, miksi Saksa on kasvattanut pidemmälle jalostetun tuotteen eli myslin viennin volyymia. Yhteisvolyyymi Suomen ja Saksan tuotteiden osalta on lähes sama, mutta viennin arvo on noin yhdeksänkertainen Saksan eduksi (kuva 10.). Oletettavasti tuotteistaminen, markkinointi sekä myynti eivät edellytä samassa suhteessa panosta kuin hyöty on.

Kuva 10. Kauran, kauratuotteiden ja myslin viennin arvo vertailumaittain vuosilta 2010–2018. Lähde: Csaba Jansik, erikoistutkija, Luonnonvarakeskus. Perustuu laskelmiin Comext tilastotietokannan aineistosta.

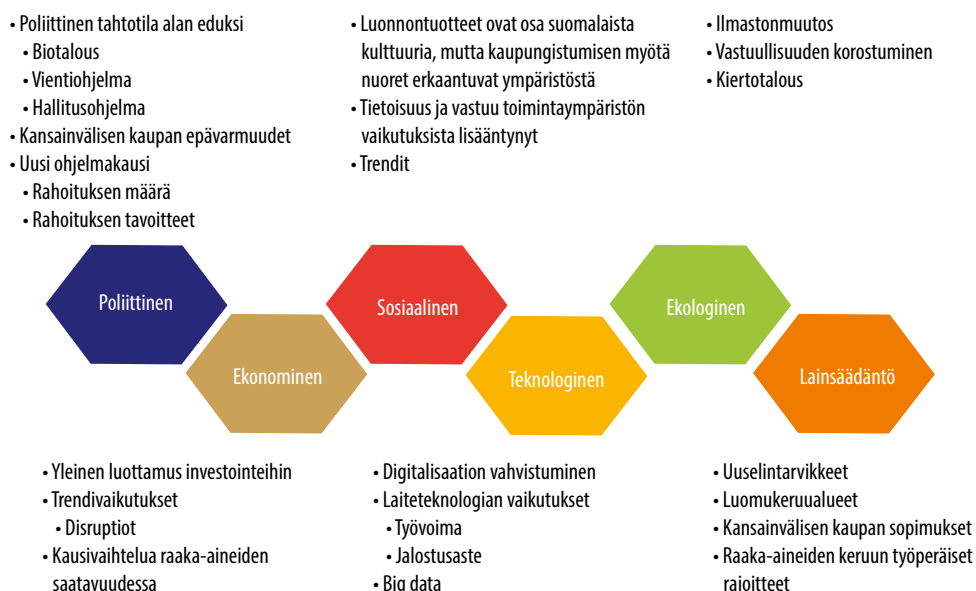


Edellä mainitun näkökulman perusteella olisikin syytä pohtia, missä on suomalaisen marjan paikka arvoketjussa. Miltä näyttää esimerkiksi mustikan osalta vastaavanlainen vertailu? Tässä luonnontuote, kuten mustikka, on mahdollisesti osittain myslin lisäarvon tuottajana.

5.2 PESTEL-analyysi

PESTEL-analyysi tarkastelee yrityksen toimintaan vaikuttavia makrotason ilmiöitä, jotka asettavat reunaehdoja liiketoiminnalle. Toisaalta ilmiöiden tunnistaminen ja niiden ennakointi voivat myös tarjota yritykselle merkittävää kilpailuetua. Analyysi on alun perin kehitetty tukemaan yrityksen johtoa strategisessa päätöksenteossa. PESTEL-analyysissä tarkasteltavat ilmiöt ovat sellaisia, joihin yksittäinen yritys ei pysty vaikuttamaan, mutta jotka vaikuttavat oleellisesti yrityksen toimintaympäristöön.

Kuva 11. PESTEL-analyysi



5.3 SWOT-analyysi

SWOT-analyysi (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) on nelikenttämenetelmä, jota käytetään strategian laatimisessa sekä oppimisen tai ongelmien tunnistamisessa, arvioinnissa ja kehittämässä. Se on hyödyllinen ja yksinkertainen työkalu yrityksen toiminnan, hankkeiden ja projektien suunnittelussa. SWOT-analyysissä kirjataan ylös analysoidun asian sisäiset vahvuudet, sisäiset heikkoudet, ulkoiset mahdollisuudet ja ulkoiset uhat.

Kuva 12. SWOT-analyysi



6 Lopuksi

Sitra julkaisee listausta megatrendeistä. Sitran selvityksen (Sitra) perusteella kansallisessa ennakkoinnissa ei oteta riittävästi huomioon epäjatkuvuuksia, shokkeja ja heikkoja signaaleja. Signaali riippuu tulkitsijastaan ja epäsymmetrisen osaamisen ja tiedon valossa signaali voi olla toiselle tuttu ja toiselle yllättävä. Lähtökohtaisesti usein ajatellaankin, että kerran kokeiltu ja toimimattomaksi todettu ei voi toimia muidenkaan toimesta tai eri ajanhetkellä. Miksi näin? Miksi emme ottaisi Sitran mallia käyttöön tehokkaammin myös luonnontuotteiden osalta?

Globaaliin maailmantalouteen sisältyy digitalisaation myötä useampia, nopeampia ja vahvempia disruptioita⁴⁹. Kuluttajat ovat tiedon reaaliajassa ja sosiaalinen media on mahdollistanut tuotteille laajan kanavan markkinoille. Ilmiö ei ole ainoastaan positiivinen, vaan se mahdollistaa myös kaiken tyyppisen informaation nopean leviämisen ja aiheuttaa näin ollen suurta riskiä olemassa olevalle brändille.

Luonnontuotteet ovat herättäneet useiden eri organisaatioiden ja yritysten mielenkiinnon viime vuosina. Luonnontuote nähdään raaka-aineena, jolla on vientipotentiaalia. Luontoon sisältyy kuitenkin raaka-aineissa riski, jota pitäisi pystyä hallitsemaan liiketoiminnassa. Marjat ovat selkeä vahvuutemme tällä hetkellä, mutta tuottavatko ne riittävää jalostusarvoa? Onko meillä riittävät resurssit luonnontuotteiden alkutuotannon vientiin vai pitäisikö keskittyä korkean jalostusasteen tuotteina lisäarvoon? Onko viennissä aluelouden mahdollisuus vai pitäisikö luonnontuotteita hyödyntää matkailun kautta lisäarvona?

Turvallisuuden tunne on ihmisen perustarve. Turvattomuuden tunnetta pyritään vähentämään tapahtumien ennustuksella, esimerkiksi markkinaselvityksillä. Riskiin saattaa kuitenkin sisältyä suuri voiton mahdollisuus, mutta sen todennäköisyys on yleensä pieni. Tätä riskiä voidaan pienentää julkisen tuen osuudella, kuten kehittämisrahoituksella. Julkisen

⁴⁹ Disruptio on markkinoilla tapahtuva häiriö, jonka aiheuttaa jokin uusi innovaatio. Esimerkkeinä disruptiosta voidaan pitää entisaikoina esimerkiksi sähköä ja nykyajan häiriöstä esimerkiksi majoituspalvelu Airbnb:ttä.

tuen tavoite on luoda mahdollisuuksia juuri näille onnistumisille. Rahoitusta on nyt hyvin tarjolla, mutta yksin tekemällä emme saavuta riittävää tasoa investoinneille.

Tulevaisuuden luonnontuotteiden tuotteistajat, markkinoijat sekä myyjät sietävät epävarmuutta ja muutosta. Tuotteet on rakennettu tarinoihin, ja luonto tarjoaa tuotteilleen rajattomasti mahdollisuuksia. Tarinoiden ympärille tarvitsemme kuitenkin osaamista sekä työvoimaa. Kausittaisuus on haasteellinen työvoiman saatavuuden kannalta, joten vuosikellomallille saattaisi olla kysyntää. Malli voisi mahdollistaa eri luonnontuotealan ryhmille yhteisen alustan, jossa työvoima tarjonta sekä kysyntä kohtaisivat tehokkaammin.

LÄHDELUETTELO

- Arctic Food From Finland. (2019). Noudettu osoitteesta <https://www.arcticfoodfromfinland.fi/>
- Business Finland. (2019). *Market Opportunities*. Noudettu osoitteesta <https://www.marketopportunities.fi/>
- Elintarviketeollisuusliitto. (2019). Noudettu osoitteesta <http://www.etl.fi/elintarviketeollisuus/vienti.html>
- Euromonitor International. (2019). Noudettu osoitteesta <https://www.euromonitor.com>
- Hahn, D.; & Bae, J. (2019). *Recent Progress in the Discovery of Bioactive Components from Edible Natural Sources with Antithrombotic Activity*. Daegu, Korea.: Journal of medicinal food.
- K-ryhmä. (2019). *Ruokailmiöt 2019*. Helsinki: Kesko.
- Kurtti, M.; Pukkala, T.; & Miina, J. (2018). Synergies and Trade-Offs in the Production of NWFPs Predicted in Boreal Forests. *Forests* 9, 417.
- Maa- ja metsätalousministeriö. (2019). Noudettu osoitteesta <https://mmm.fi/metsat/suomen-metsavarat>
- Niemi, S.; & Turtiainen, M. (2019). Luonnontuotteista metsänomistajalle. *Lapin Ammattikorkeakoulu, Luonnontuotteet- ja metsä-julkaisusarja*, 38.
- Opetushallitus. (2019). Noudettu osoitteesta <https://www.oph.fi/>
- Ristioja, A. (2018). *Luonnontuotealan toimialaraportti*. Helsinki: Työ- ja elinkeinoministeriö.
- Ruokavirasto. (2018). *Marsi 2017 - Luonnonmarjojen ja -sienten kauppantulomäärät vuonna 2017*. Helsinki: Ruokavirasto.
- Ruokavirasto. (2019). Noudettu osoitteesta <https://www.ruokavirasto.fi>
- Ruokavirasto. (2019). *Marsi 2018 - Luonnonmarjojen ja -sienten kauppantulomäärät vuonna 2018*. Helsinki: Ruokavirasto.
- Sitra. (2019). Noudettu osoitteesta <https://www.sitra.fi/>
- Sitra. (2019). *Heikot signaalit tulevaisuuden avartajina*. Helsinki: Sitra.
- Suomen Yrittäjät; Finnvera Oyj; työ- ja elinkeinoministeriö. (2019). *Pk-yritysbarometri 1/2019*. Helsinki: Suomen Yrittäjät ry.
- Tahvanainen, V.; Miina, J.; Pukkala, T.; & Kurtti, M. (2018). Optimizing the joint production of timber and marketed mushrooms in *Picea abies* stands in Eastern Finland. *Journal of Forest Economics* 32, 34-41.
- Tulli. (2019). Noudettu osoitteesta <https://tulli.fi/tilastot>
- Työ- ja elinkeinoministeriö. (2019). *Toimialapalvelu*. Noudettu osoitteesta <https://tem.fi/toimialapalvelu>

Liitteet

Liite 1.

Liitetaulukko 1. Toimialan suurimpia yrityksiä⁵⁰. Lähde: Asiakastieto 2019.

Yrityksen nimi	Liikevaihto M€	Henkilöstö	Konsernin nimi	LT ryhmä
Wildea Oy	42,4	92		Elintarvike
Ruohonjuuri Oy	22,5	94		Muut
Riitan Herkku Oy	17,8	53	Riitan Herkku	Elintarvike
Kasvishovi Oy	16,1	59		Elintarvike
Pharmia Oy	12,9	77		Kemialliset yhdisteet
Harriniva Oy	10,1	88		Matkailu
Oy Roberts Ab	10,2	27		Elintarvike
K-Patents Oy	9,6	32	K-Patents	Muut
Oy Valioravinto Ab	8,9	21		Kemialliset yhdisteet
Arctic International Oy	6,7	10-19		Alkutuotanto
Oy Arbonaut Ltd	2,7	42		Muut
Hunajayhtymä Oy	2,6	8	Hunajayhtymä	Elintarvike
Via Naturale	2,6	6		Elintarvike
Toripiha Oy	2,1	15		Alkutuotanto
Nordic Koivu Oy	1,3	9		Elintarvike
Hermannin Viinitila Oy	0,87	6		Elintarvike/matkailu
Iloranta Oy	0,804	6		Matkailu
Korpiahon Hunaja Oy	0,701	3		Hyvinvointi
Detria Oy	0,579	3		Hyvinvointi
Dalla Valle Oy	0,492	5		Alkutuotanto

50 Taulukon yrityslista on poimittu siten, että kaikista luonnontuoteryhmistä on edustus. Listalla eivät ole välttämättä ryhmän suurimman statuksella olevat yritykset tai ne eivät sisälly edes tilastoaineistoon. Pääasia on, että luonnontuotteet näkyvät kuluttajalle vahvana osuutena tuotantoa, eli vähintäänkin lisäarvona. Elintarvikelistalta löytyvät pääosin suurimmat luonnontuotealan toimijat.

Liite 2.

Liitetaulukko 2. Esimerkkejä luonnontuotteiden poimijahinnoista, jokamiehenoikeuden ulkopuolella olevat luonnontuotteet on lihavoitu. Hinnat perustuvat osin tilastoihin (Maaseutuvirasto 2017), osin ne on kerätty Pohjois-Suomen alueelta ja osin ne perustuvat arvioihin. Tiedot on kerätty Luoli- ja UUTU-hankkeissa ja taulukon alkuperäinen versio on esitetty julkaisussa Niemi & Turtiainen (2019).

	Tuore €/kg	Kuiva €/kg	Pakaste €/kg	Huomioita
Herkkutatit	2,50–4,00			
Hilla (2010–2017)	6,77–12,93			
Hillanlehti	10,00			
Katajan latvaverso, kork. 5 cm	20,00	27,00		
Koivunmahla	*			Korvaus voidaan maksaa ainakin litra-, puu- tai hehtaariperusteisesti
Koivun kesälehti	4,00	15,00	8,00	
Koivun pihkalehti	4,80	25,00	10,00	
Kuusenkerkkä**	5,00–8,00	30,00		
Kuusenpihka	20,00–50,00			
Mustikan lehti, enintään 2 cm versonkärkeä	8,00–10,00	18,50		
Mustikanverso	8,00	18,00		
Mustikka, roskainen (2010–2017)	1,17–2,40			
Männynkerkät	3,50–8,00			
Männynkuori	3,50			
Männynpihka	20,00–50,00			
Pakuri, paloiteltu	n. 20,00	25,00–40,00		
Palleroporonjäkälehti	3,00 / m ²			
Puolukka, roskainen (2010–2017)	0,84–1,53			
Rouskut	1,00–4,00			
Siirtokuntta	1,00 / m ²			
Suopursunverso	7,00–8,00			

* Mahlan valutus kannattaa suunnitella ja sopia toteutettavaksi useammaksi vuodeksi kerrallaan. Mahlan valutus voidaan toteuttaa erilaisilla tavoilla, joissa metsänomistajan työmäärä ja vastuu vaihtelevat suuresti. Äärimmäisessä tapauksessa omistaja voi ulkoistaa koko toiminnan ja vuokrata vuotuista korvausta vastaan mahlakoivikon valuttajaryitykselle. Toisessa ääritapauksessa hän hoitaa mahlan valutuksen ja kuljetuksen yrittäjälle täysin itsenäisesti. Esimerkkejä hinnoista ovat takuuhintana 1,5 €/puu sekä 0,05 €/mahlalitra.

Liite 3.

Metsänhoitosuosituksia noudattelevan tasaikäismetsätalouteen perustuvan metsien käsittelyn vaikutuksia eräiden luonnontuotteiden tuotantoon sekä arvioita toimenpiteistä, joiden avulla tietyn metsikön tuottamaa satoa voidaan lisätä (++) = lisää huomattavasti; += lisää jonkin verran; 0=ei vaikutusta; -= vähentää jonkin verran; -- vähentää huomattavasti).

Luonnontuote	Metsän käsittelyn vaikutus	Satoja kasvattava metsien hoito	Huomioita
Mustikka, kg/ha	--	Voimakkaammat harvennukset, pidempi kiertoaika	Miina ym. (2016)
Puolukka, kg/ha	+		Miina ym. (2016)
Hilla, kg/ha	-	Hillalle sopivia soita ei kuivateta	?
Herkkutatit, kg/ha	++	Synergiassa nykymetsänhoidon kanssa	Tahvanainen ym. (2018)
Rouskut, kg/ha	++	Synergiassa nykymetsänhoidon kanssa	Tahvanainen ym. (2018)
Ruokasienet yhteensä, kg/ha	++	Synergiassa nykymetsänhoidon kanssa	Tahvanainen ym. (2018)
Mustikan versot, kg/ha	-	Voimakkaammat harvennukset, pidempi kiertoaika	Turtiainen ym. (2016)
Suopursu, kg/ha	+		
Männyn versot, kg/ha	++	Nykyiset taimikonhoito-ohjeet	
Kuusen kerkät, kg/ha	++	Nykyiset taimikonhoito-ohjeet	Taimikkovaiheen kertaluontoinen kerkkien keruu ei vaikuta puiden kasvuun (Miina ym. 2018)
Koivun lehdet, kg/ha	++	Taimikonhoidon viivästyttäminen	
Katajan versot, kg/ha	-		Samasta puusta kerätään versoja vain joka kolmas vuosi
Hillan lehdet, kg/ha	-		
Männyn kuori, kg/ha	++	Synergiassa nykymetsänhoidon kanssa	Kuorta kerätään hakatuista ohutkuorisesta puista varastopaikalla
Männyn pihka, kg/ha	+	Synergiassa nykymetsänhoidon kanssa	Pihkaa valutetaan muutama vuosi ennen puiden hakkuuta
Kuusen pihka, kg/ha	+	Synergiassa nykymetsänhoidon kanssa	Pihkaa valutetaan muutama vuosi ennen puiden hakkuuta
Pakuri, kg/ha	0	Pakurin viljely ja pakuripuiden hakkuu on sovitettava puuntuotantoon	Merkittäviä vaikutuksia puutavaran laatuun. Sopii vajaatuottoisten metsien hyödyntämiseen.
Lakkakääpä ja muut puun kannoissa viljeltävät ruoka- ja erikoissienet	++	Tarvitsee lehti- ja havupuun kantoja kasvualustakseen	
Mahla, l/ha	++	Hyvän kasvun ja tuuheat latvukset takaava metsien käsittely	Mahdollisia vaikutuksia puutavaran laatuun

Luonnontuote	Metsän käsittelyn vaikutus	Satoja kasvattava metsien hoito	Huomioita
Palleroporonjäkäle, m ² /ha	--	Karukkokankaan männikön kasvattaminen harvahkona; hakkuut heikentävät koristejäkälän laatua	Kerätään vain osa kasvustosta, keruuvuosien väli 5–7 vuotta
Siirtokunta, m ² /ha	0	Synergiassa nykymetsänhoidon kanssa	Kuntaa nostetaan ennen päätehakuuta

Liite 4.

Markkinamahdollisuuksia (<https://www.marketopportunities.fi/>)

Seuraaviin alaotsikoihin on koottu viimeisimpiä ruoan sekä juomien markkinamahdollisuuksia maittain (Business Finland). Lisätietoa on tarjolla myös Ruokaviraston, Tullin sekä ulkoministeriön sivuilta.

Itävalta

Alkoholi ja luonnontuotteet ovat kuin luotuja yhteisbrändiksi nykyään. Itävaltalainen kuluttaja on terveystietoinen myös alkoholin osalta. Tämä tarkoittaa vientituotteiden kysynnän osalta samankaltaista tilaa kuin monen muunkin vientimaan kanssa, eli korkeaa laatua. Premium-tuotteet ovat kasvava trendi myös Itävallassa.

Ruotsi

Terveys- ja ilmastoystävälliset tuotteet ovat mahdollisuuksia Ruotsissa. Maku kulkee kuitenkin aina tuotteiden mukana, ja pääsääntöisesti huonosti maistuva tuote ostetaan vain kerran, jos sitäkään. Terveelliset välipalat, valmiit syötävät sekä ”to-go”-ruoka ovat ratkaisumalleja ruotsalaiselle elintarvikekuluttajalle. Luonnontuotteiden mahdollisuudet ovat erityisesti välipalojen muodossa. Superfood-trendi on katoamassa kuluttajien mielikuvista, ja tilalle ovat tulleet paikallisuus sekä historialliset yhteenliittymät (Euromonitor International).

Tanska

Luomu, ”free from” sekä luonnonmukaisesti terveellinen ruoka ovat kasvavan kysynnän trendissä Tanskassa. Alkoholit tuotteet näyttävät vahvoina myös näillä markkinoilla ja erityisesti luonnontuotteiden tuomalla lisäarvolla. Marjat ja marjapohjaiset tuotteet sekä premium-laatu korostuvat kysynnässä.

Saksa

Saksa on vastaavanlainen markkina-alue kuin Tanska. Tietoisuus tuotteista on erityisen korkealla, ja saksalainen kuluttaja vaatii tuotteeltaan korkeaa laatua, mutta ei välttämättä ole valmis maksamaan siitä niin paljoa. Terveysvaikutukset ovat merkityksellisiä ostopäätöksissä ja näin ollen kaura, marjat sekä kala korostuvat ostoskorissa. Tuotteiden täytyy olla suunniteltu juuri Saksan markkinoille ja raaka-aineiden alkuperä on oltava todennettuna sekä pakkauksen edustettava vähähiilisyttä. Pakkausten merkitys korostuu siis tällä markkina-alueella, ja ”private label”-tuotteet ovat määrävissä markkina-asemassa (Euromonitor International). Ostovoimassa on edelleen poikkeavuutta riippuen siitä, myydäänkö tuotetta itäiseen osaan Saksaa vai läntiseen.

Venäjä

Elintarvikeviennin osalta Venäjän tilanne on tietyillä tuotteilla ongelmallinen, mutta suomalaisille luomu-, kasvis- ja terveystuotteille on merkittävä potentiaali. Moni eläinperäinen tuote on kiellettyjen tuotteiden listalla, mutta sallittuja ovat esimerkiksi alkoholi- ja virvoitusjuomat sekä hillot (Ruokavirasto). Lisäksi Venäjän ruokateollisuus kehittää valtion kannatuksella kotimaan tuotannon kasvua. Tämä tietenkin luo mahdollisuuksia muille teollisuuden aloille.

Eryisesti Pietari sekä Luoteis-Venäjä ovat mahdollisuuksien kohdealueita. Moskova on kuitenkin edelleen kaupankäynnin keskittymä, myös elintarvikkeissa. Venäjä on myös Food from Finland -ohjelman kohdemarkkina. Prisma-ketju tarjoaa laajan tuotevalikoiman Pietarissa, mikä on suositeltavaa huomioida yhteistyökumppanien hankinnassa.

Etelä-Afrikka

Ostovoiman kasvu sekä tietoisuus terveysvaikutuksista ovat ehdottomasti Suomen kilpailuetu Etelä-Afrikan markkinoilla. Elintasosairaudet on tunnistettu myös tällä alueella ja ruokavaliosta haetaan nyt ratkaisua. Luonnontuotteilla on tähänkin olemassa ratkaisuja. Vähärasvaiset, luonnollisesti terveelliset sekä laktoosi- ja gluteenivapaat tuotteet ovat kysynnän kasvukäyrällä.

Etelä-Korea

Tällä liiketoiminta-alueella arvoiksi kannattaa asettaa laatu sekä tuotteen turvallisuus. Kansainvälisten tuotteiden valtava kysyntä viime vuosina mahdollistaa suomalaiselle luonnontuotteelle ehdottomasti potentiaalisen markkina-alueen, jossa suomalaisuudella on merkittävää kilpailuetua. Luomu, luonnontuote, terveellisyys sekä villi ovat merkityksiä, jotka kuvaavat tuotteilta vaadittuja ominaisuuksia.

Saudi-Arabia

Suomi on Saudi-Arabiassa erityisen tunnettu marjoistaan sekä terveysvaikutteisista ruoistaan. Erityisruokavaliolle suunnitellut tuotteet ovat kysytty tuoteryhmä. Tuotteet ovat kysytyjä joko kuivattuina, purkitettuina tai pakastettuina.

Kiina

Sähköisen kaupankäynnin tehoma löytyy Aasiasta. Parhaiten kysyntään Kiinassa voidaan vastata välipalatuotteilla sekä alkoholittomilla juomilla. Marjapakasteet eli prosessoimattomat elintarvikkeet ovat kuitenkin viennin kärkituotteita tällä hetkellä Suomesta Kiinaan. Kiina on valtava kuluttajamarkkina ja keskittyminen aluksi pelkästään yhteen kaupunkiin on järkevää vientitoimintaa. WeChat-alusta on tällä markkina-alueella kanava, jossa mobiiliovellusten kautta toimivat palvelut tarjoavat mahdollisuuksia.

Liite 5.

Grüne Woche -messut, Berliini (Hanne Husso, Business Joensuu, raportti) Suomi ja Pohjois-Karjala pääroolissa maailman suurimmilla ruokamessuilla tammikuussa 2019

Suomi oli Saksassa järjestettävien, maailman suurimpien ruokamessujen kumppanimaa teemalla "Aus der Wildnis" eli villistä luonnosta. Yli 80 yritystä eri puolilta Suomea toi tuotteensa ja palvelunsa Suomen messuhalliin Berliinissä 18.–27.1.2019 pidettäville Grüne Woche -kuluttajamessuille. Kumppanimaayhteistyön tavoitteena oli saada näkyvyyttä suomalaisille ruoka- ja juomatuotteille, raivata niiden tietä Saksan markkinoille sekä houkuttaa lisää matkailijoita Suomeen. Messuille osallistuu vuosittain noin 400 000 kävijää sekä 1 700 näytteilleasettajaa ja 4 000 median edustajaa 65 eri maasta.

Suomen osastosta vastasi MTK, joka järjesti myös messujen avajaiset sekä media- ja sisänostotapahtumia. Hanne Husso Josek/ Business Joensuu koordinoi Pohjois-Karjalan osaston valmistelua, osaston toimintaa messujen aikana sekä yhteenvetoa palautteen keräämiseksi messujen päätteeksi.

Grüne Woche on perinteisesti kuluttajamessu, mutta tällä kertaa ohjelmassa oli myös useita ammattilaistapahtumia, joissa yritykset pääsivät markkinoimaan tuotteitaan ja palveluitaan sisäänostajille ja matkanjärjestäjille. Koordinaattori oli mukana näissä tapahtumissa. Elintarvikealan yritykset olivat mukana Business Finlandin Food from Finland -vientiohjelman järjestämässä ammattioستajatilaisuudessa yhdessä Suomen Saksan suurlähetystön kanssa. Suomalaiset tuotteet näkyivät näyttelyn aikaan myös Suomi-kampanjoina paikallisissa vähittäiskaupan ketjuissa.

Matkailuyritykset olivat mukana Visit Finlandin saksalaisille matkanjärjestäjille järjestettävissä mediakampanjassa ja tiedotustilaisuuksissa.

Matkan tulokset ja jatkotoimenpiteet

Osallistuvien yritysten tavoitteena oli keskieurooppalaisen markkinan ja myyntikanavien kartoittaminen ja tuotteiden markkinointi mahdollisen vientitoiminnan aloittamisen valmistelemiseksi.

Yritysten mielestä messut olivat erinomainen mahdollisuus testata alueen markkinoita ja myyntikanavia ja näin valmistella mahdollista vientitoimintaa.

Suomen hallissa tehtyyn kyselyyn vastanneista 70 prosenttia sanoi, että Suomen messuosasto ja näkyvyys messujen pääkumppanimana on herättänyt heissä joko hyvin paljon tai paljon mielenkiintoa suomalaisia ruoka- ja juomatuotteita kohtaan. Vastanneista 60

prosenttia sanoi kokeilleensa suomalaisia tuotteita messuilla, mutta vain 7 prosentilla oli aiempaa kokemusta suomalaisista elintarvikkeista. Reilu puolet vastanneista sanoi kumppanimaanäkyvyyden lisännen mielenkiintoa Suomeen matkustamista kohtaan.

Peräti 81 prosenttia kyselyyn vastanneista piti Suomen messuosastoa hyvänä tai erittäin hyvänä. Suomen kumppanimaaslogania: "Aus der Wildnis" (villistä luonnosta) pidettiin myös varsin onnistuneena. Vastanneista 59 prosenttia piti sitä joko erittäin hyvänä tai hyvänä. Kyselyyn vastanneista 84 prosenttia tiesi jo messuille tullessaan, että Suomi on ruokamessujen kumppanimaata.

Kysely toteutettiin Suomen hallissa messuvieraiden haastatteluina kolmen messupäivän aikana. Kyselyyn vastasi 128 satunnaisesti valittua eri-ikäistä messuvierasta. Vastaajista 54 prosenttia oli Berliinin-Brandenburgin alueelta, 38 prosenttia muualta Saksasta ja 8 prosenttia muusta maasta kuin Saksasta. Vastanneista 64 prosenttia oli naisia. Kyselyn toteutivat Jyväskylän ammattikorkeakoulu JAMK:n opiskelijat.

Kuva 13. Internationale Grüne Woche (IGW) -kuluttajamessut Berliinissä (18.1.-27.1.2019). Suomi oli messujen pääkumppanimaata. Kuva Hanne Husso, Business Joensuu



Työ- ja elinkeinoministeriö

www.tem.fi

Maa- ja metsätalousministeriö

www.mmm.fi

Ympäristöministeriö

www.ym.fi

ELY-keskus

www.ely-keskus.fi

Business Finland

www.businessfinland.fi



Työ- ja elinkeinoministeriö
Arbets- och näringsministeriet