



Syksyn 2016 toimialojen näkymät

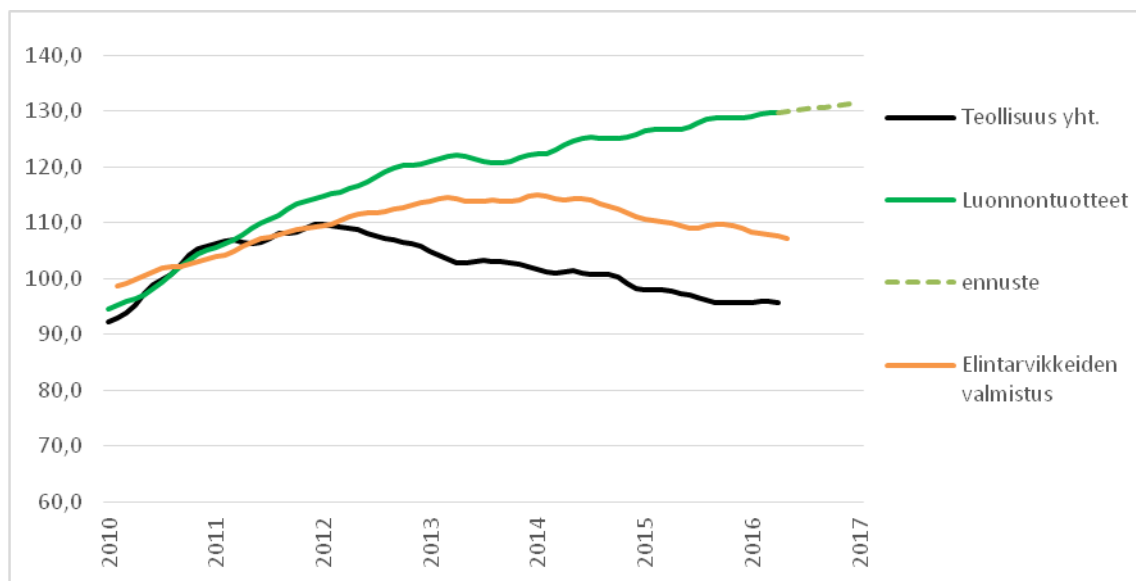
Luonnontuoteala kasvaa tasaisesti ja kehittyy kiivaasti

Syksyn 2016 pk-yritysbarometrin mukaan Suomen pk-yritysten suhdannenäkymät ovat kehittyneet myönteisesti syksystä 2015. Vaikka luonnontuotealan barometrikyselyn vastausprosentti jäi alhaiseksi, tuloksista näkyy, että myös luonnontuotealalla uskotaan suhdanteiden positiivisempaan kehitykseen.

Henkilökunnan määrän osalta ennusteet ovat sen sijaan varovaisempia, mutta kuitenkin myönteisiä. Kasvua haetaan uusilla tuotteilla ja palveluilla, investoinneilla ja uusilla markkinoilla. Yritysten tietoisuus kehittämistarpeista on kasvanut, sillä yhteydenotot ELY-keskuksiin ovat lisääntyneet. Kehittäminen liittyy yhä useammin tuotteen jalostamiseen tai vientimahdollisuuksien kartoittamiseen. Toive kotimaisen luonnonraaka-aineen korkeammasta jalostusasteesta on mennyt hyvin perille. Käytännössä jalostajien ongelmana on, että kotimaisten raaka-ainetuottajien ja jalostajien tiet eivät kohtaa tai ketjun kehittämistä hidastaa raaka-aineen epävarma saatavuus. Alan keskeisenä kehittämiskohteenä on lähivuosina luonnontuoteraaka-ainepörssin rakentaminen – sekä fyysisesti yritysten kanssa maakuntiin että digitaalisesti koko valtakuntaan.

Luonnontuotealan näkymät ovat edelleen hyvät, liikevaihto on ollut tasaisessa kasvussa jo pidemmän aikaa. Uusia yrityksiä syntyy, mutta alan henkilöstön määrä kasvaa hitaasti, koska lähes kaikki uudet yritykset ovat 1-2 hengen mikroyrityksiä. Yrityksen kasvun esteeksi on useimmiten mainittu kapasiteetin rajallisuus sekä yleinen epävarma taloustilanne. Kasvua haetaan paitsi investoinneilla, myös muilla kehittämistoimilla, kuten tuotekehityksellä. Sääntelyn koetaan edelleen jarruttavan yritystoimintaa, mutta sen merkitys aiempiin kyselyihin verrattuna on vähentynyt.

Kuva 1. Liikevaihdon kehitys ja lähiajan ennuste luonnontuotealalla huhtikuuhun 2017 sekä vertailussa teollisuuteen ja elintarvikkeiden valmistukseen. (2010= 100). Tilastokeskus 2016.



Luonnontuotealan yrityksiä valmennetaan kansainväliseen kilpailuun

Luonnontuotealan yrityksiä valmennetaan kansainväliseen kauppaan nyt monilla eri foorumeilla. Meneillään on mm. Arktiset Aromit ry:n vientivalmiushanke, Finnpron Food from Finland -ohjelma sekä Fennopromon Food Innovation -hanke. Kaikkien edellä mainittujen tavoitteena on edesauttaa elintarvike- tai luonnontuotealan yritysten vientiä. Myös Elintarviketurvallisuusvirastoon on palkattu uutta väkeä auttamaan elintarvikkeiden vientiin liittyvissä kysymyksissä. Valmennus on tarpeen varsinkin pienemmille yrityksille, koska usein jo yrityksen henkilöstön määrä ja osaaminen asettaa rajoituksia sille, kuinka paljon resursseja voidaan käyttää vientiasioiden selvittämiseen.

Alan kannalta olisi toivottavaa, että varsinkin pienemmät yritykset hakisivat aktiivisesti vientikumppaneita joko omalta alaltaan tai ennakkoluulottomasti jo vientiä harjoittavista muiden toimialojen yrityksistä. Naapurimaassa esimerkiksi IKEA on toiminut porttina monille ruotsalaisyrityksille – malli on kopioitavissa Suomeenkin.

Erikoistuotteita valikoiduille asiakasryhmille

Miten suomalainen luonnontuote menestyy kilpailussa kansainvälisillä markkinoilla? Meillä ei ole tuhansien hehtaarien marjapelloja eikä miljoonien markkinointibudjetteja. Suomalaisten pitää löytää luonnontuotteilleen muita myyntiargumentteja kuin hinta. Ja niitä löytyy.

Vain muutamassa maassa tuotetaan luonnontuotteita samanlaisissa olosuhteissa, pitkän päivän ja arktisen ilmaston oloissa. Luontomme tuottaa täysin erilaista tuotetta kuin meitä eteläisempien maiden ilmasto. Aromikkuus on paitsi tuntuvaa, myös faktoin osoitettavaa. Ainutlaatuisuutta ei kannata myydä jalostamattomana eikä halvalla. Työtä on kuitenkin tehtävä markkinoinnissa ja brändämisessä paljon, jotta viesti menee tehokkaasti perille. Tuotteen on oltava ensiluokkainen ja aito.

Finnpron kokoama marjaklusteri tähtää alan imagon nostoon ja sitä kautta parempaan näkyvyyteen ja tehokkaampaan markkinointiin. Klusterin kautta tehdään näkyväksi, että kilpailijat ovat maailmalla. Suomalaisten pitää osata tehdä maailman parhaita erikoistuotteita, joita ei välttämättä riitä kaikille! Myös paikallisilla markkinoilla toimivat yritykset voivat erilaistaa tuotettaan mm. kertomalla tuotteen tarkan alkuperän ja tuottajan tarinan. Mikroyrityksille avautuu uusia mahdollisuuksia myös verkostoitumalla oman alueen palveluyritysten kanssa.

Puhetta poimijoista

Marjakausi alkaa olla loppuillaan, mutta aina riittää puhetta poimijoista. Toki työ- ja elinkeinoministeriön, ulkoasiainministeriön ja marja-alan toimijoiden välinen metsämarja-alan aiesopimus on vaikuttanut niin, että yhä useampi marja-alalla toimiva yritys toimii samojen pelisääntöjen mukaan ja sitä

mukaa myös valitukset ulkomaalaispoimijoista ovat aiempaa vähäisempiä. Alalla on tarvetta ja halua myös vahvistaa aiesopimuksen painoarvoa sopimukseen suunnitellulla auditointijärjestelmällä.

Viisumien määrä ja poimijapula ovat olleet niin ikään otsikoissa. Ennakoivat yritykset ovat jo ottaneet yhteyksiä maahanmuuton asiantuntijoihin ja käynnistäneet sitä kautta yhteistoimintaa, jolla maahanmuuttajat saadaan mukaan poimijarenkaisiin. Jos yritys onnistuu luomaan omia alueellisia verkostoja, poimijat saadaan kultakin alueelta, eikä silloin tarvitse järjestää heille erikseen autoja tai majoitusta viisumeista puhumattakaan. Thaimaalaisten veroisia poimijoita on vaikea löytää, mutta toimintaa tulisi suunnitella pitkäjänteisesti ja laajassa yhteistyössä muiden luonnontuotteita hyödyntävien yritysten kanssa. Kun koulutus suunnataan luonnontuotteista kiinnostuneille maahanmuuttajille, motivaatio poimintaan on jo valmiina.

Mitä uutta luonnosta?

Perinteisillä luonnontuotteilla on edelleen kysyntää: marjojen ja sienien kysyntä on maailmalla kasvussa. Alalle syntyy myös uudenlaisia luonnon raaka-aineisiin perustuvia innovaatioita. Mielenkiintoisimpia ovat uudet puusta tai kasveista eristetyt komponentit, kuten väriaineet, antimikrobisesti vaikuttavat ainesosat tai esimerkiksi marjoista eristetyt yksisoluproteiinit. Uuden sukupolven kuluttajaa kiinnostavat myös luonnonmukainen kosmetiikka ja luonnonmukaiset tekstiilit.

Uusien tuotteiden ja palveluiden kehittäminen edellyttää entistä tiiviimpää yhteistyötä yritysten ja kehittäjäorganisaatioiden kesken. Marjaklusteri tekee osaltaan pioneerityötä suomalaisen luonnontuotealan kärkenä, mutta myös muiden tuoteryhmien yhteistyölle on tarvetta. Luonnonkosmetiikan ja muiden hyvinvointituotteiden kysynnän kasvu edellyttää myös tällä sektorilla uudenlaista yhteistoimintaa. Kosmetiikkayritysten agendalla on kotimaisten luonnontuotteiden saaminen kosmetiikkaan. Yrityksiä askarruttaa mm. luonnonkosmetiikkaan liittyvät kirjavat sertifiointijärjestelmät eri vaatimuksineen. Tähän tarpeeseen julkaistaan syksyn aikana Helsingin yliopiston Ruralia-instituutin julkaisusarjassa Kosmetiikkaselvitys, joka auttaa yrityksiä vertaamaan eri sertifiointijärjestelmiä. Valtakunnallinen luonnontuotealan koordinaatiohanke pyrkii selvittämään myös mahdollisuuksia, joilla ns. vähäriskisiä kosmetiikan raaka-aineita saisi vähemmällä byrokralialla yrittäjien käyttöön. Tällaisia olisivat esimerkiksi ekokampaamoissa käytettävät yksinkertaiset yrttihauteet.

Luonnontuotealan yrityksiltä on tullut esityksiä ja toiveita luomukeruualueiden laajentamiseksi nykyisestä. Luomukeruualueet kuuluvat elintarviketurvallisuusvirasto Eviran hallinnoimaan luomuvalvontajärjestelmään, eikä alueella ole käytetty luomussa kiellettyjä aineita viimeisen kolmen vuoden aikana. Kiellettyjä ovat mm. kemiallinen lannoitus ja kasvitautien kemiallinen torjunta. Tällä hetkellä laajempia keruualueita on lähinnä Lapissa, Kainuussa ja Koillismaalla, mutta luomuraaka-aineen kysyntä on kasvanut ja myös etelämpänä on tarvetta saada luomuraaka-ainetta. Luomutuotteiden kysyntä kasvaa paitsi Suomessa (kaikkien luomutuotteiden kysyntä kasvoi keskimäärin 8 % v. 2015), myös globaaleilla markkinoilla.

Luonnontuotealan tavoitteena tulisi olla – maailman suurimman luomukeruualueen lisäksi – tehdä Suomesta maailman suurin luomukeruuotteiden jalostaja ja markkinoija. Lisäksi luomun yhdistäminen innovatiivisesti matkailuun merkitsisi sitä, että matkailija pääsee keräämään luomuluonnontuotteita suoraan luonnosta ja saa mukaansakin vain luomuevästä.

Luonnontuoteala on löytämässä verkkokaupan mahdollisuudet

Digitalisaatio luonnontuotealan yrityksissä etenee. Internet-kotisivujen ja sosiaalisen median hyödyntämisen ohella alalla on huomattu verkkokaupan mahdollisuudet. Digitalisaatio antaa mahdollisuuksia myös aiempaa parempaan asiakaspohjan analysointiin ja sitä kautta markkinoinnin parempaan kohdentamiseen. Alan kärkiyritykset hyödyntävät digitaalisia työkaluja monipuolisesti. Uuden teknologian kouluttautumiseen yritykset voivat käyttää myös EU-osarahoitteisia koulutushankkeita joko muutaman yrityksen yritysryhmähankeena tai isomman ryhmän avoimena koulutushankkeena.

Näiden toimialanäkymien yhteydessä julkaistaan myös luonnontuotealan pk-toimialabarometri, johon oheinen linkki:

http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/2696/Pk-toimialabarometri_Luonnontuoteala_Syky_2016.pdf

Lisätietoja:

Toimialapäällikkö Anne Ristioja, p. 029 503 7118, Lapin ELY-keskus, anne.ristioja@ely-keskus.fi

Toimialapäällikkö **Anne Ristioja** Lapin ELY-keskuksesta kertoo luonnontuotealan näkymistä videolla **Matti Karhun** haastattelussa.

<https://www.youtube.com/watch?v=pytdvqohoOA&feature=youtu.be>