

Kainuun elintarvikestrategia kokkailtiin uuteen uskoon syksyn 2019 aikana yhteistyöverkoston voimin, yrittäjiä haastatteleamalla ja muista maakunnista oppia ottamalla. Sanonta ” mitä useampi kokki, sitä maukkaampi soppa” pitää paikkansa ainakin strategiatyössä. Tuloksena syntyi

## MAISTUVAMPI KAINUU RUOKASTRATEGIA 2020–2025

Jos elintarvikealan painoarvoa mitataan jatkojalostavien yritysten määrällä, voidaan Kainuun elintarvikealaa pitää pienenä ja kituliaana. Jos alaa tarkastellaan ruokaketjuna, pellolta pöytään - periaatteella, ja sanan *elintarvike* tilalle laitetaan *ruoka*, puhutaan maakunnan koko elinkeinotoiminnan yhdestä peruspilarista.

Elintarvikestrategian päivitys toteutettiin tällä kierroksella uusin teesein. Mukana olivat kaikki keskeiset maakunnan kehittäjätahot. Työpajoissa äänessä olivat alustajat teemoilla Ruokamatkailu, Luomu, Luonnontuotteet ja Kasvu. Ruokamatkailussa otettiin oppia Karelia á la Carte – verkostosta ja Satoa Goes Wild – ruokaseikkailusta. Luomu ja julkiset hankinnat, luomustatuksen merkitys marja-alalla ja luonnontuotteiden viennissä olivat Luomu-työpajan painavaa antia. Luonnontuotepohjaiset elintarvikkeet, arvokkaat sivuvirrat, tutkittu terveysvaikutteisuus sekä trendit nostettiin esille Luonnontuotteet – työpajassa. Toimialan kannattavuusongelmia, tervehdyttämiskeinoja sekä uusia rahoitusmuotoja käsiteltiin Kasvu-työpajassa.

Päivitysprosessin aikana tehtiin yhteensä 32 haastattelua. Haastateltavat olivat kainuulaisia yrittäjiä ja valtakunnallisia sidosryhmiä. Henkilökohtaiset haastattelut olivat kyselyitä kattavampi ja antoisampi tapa koota ajatukset, näkemykset ja kehittämisehdotukset strategian keittokattilaan. Kainuun elintarvikestrategia kääntyykin pian Kainuun Ruokastrategiaksi, johon kytkeytyvät alkutuotanto, luonnontuoteala, elintarvikkeiden jatkojalostus, ruokapalvelut sekä matkailu- ja ravintola-ala. Toimialat ylittävä tiivis yhteistyö metsäalan ja luonnontuotealan sekä elintarvikealan ja matkailualan kesken on strategian toteutumisen kannalta välttämätöntä.

Kuva: Maistuvampi Kainuu Ruokastrategian painopisteet ja kärkihankkeet



## Painopisteet ja kärkihankkeet:

### 1. Vahva alkutuotanto ruokaketjun perustana

Kainuu elää maasta ja maataloudesta. Elinvoimainen alkutuotanto nähtiin avainasiana Kainuun asu-  
miskelpoisuuden (infra), ruokahuollon että välillisen työllisyysvaikutuksen kannalta. Tavoitteeksi on  
asetettu alkutuotannon kokonaistuotantomäärän säilyttäminen vähintäänkin ennallaan. Maidon- ja  
lihantuotannon paikallista jalostusta halutaan nostaa sopimustuotannon rinnalla ja kysyntään perus-  
tuvaa luomuraaka-ainetuotantoa lisätä. Yrittäjien haastattelussa nousi esille mm. markkinaymmär-  
ryksen ja yrittäjyyskasvatuksen tärkeys.

#### Kärkihanke:

**Jatkuvuuden turvaaminen** – SPV:t, omistajanvaihdokset ja uudet yhteistyömuodot

### 2. Luonnontuotteet kasvun kärkenä

Luonnonraaka-ainevarantoja ja luonnontuotealan osaamista pidetään Kainuun vahvuutena ja ko.  
sektorilla nähdään suuri kasvupotentiaali. Luonnontuotealan kasvu edellyttää ammattimaisuutta,  
raaka-ainehankinnan ja keruuverkoston kehittämistä. Raaka-aineen saannin turvaaminen edellyttää  
puolestaan uusia viljelytapoja, joka tekee talteenotosta tehokkaampaa. Kausityövoiman saatavuus-  
den parantaminen on jatkossakin tärkeää, vaikka automatiikka ja robotiikka kehittyvät.  
Luonnontuotealan kannalta kriittisiä asioita ovat luomukeruualueiden määrä ja luomustatuksen tur-  
vaaminen vientituotteille.

#### Kärkihanke:

**Arktinen Biolaakso** – kasvuhakuinen vientiin tähtäävä luonnontuotealan yritysten klusteri

### 3. Moninaiset myyntikanavat

Elintarvikeala ja koko ruokasektori on ankarasti kilpailtu toimiala. Raskas kulurakenne ja pääomaval-  
taisuus pitävät huolen siitä, että kannattavuuden haasteita riittää myös tulevaisuudessa. Kainuu on  
maakuntana liian vähäväkinen ja vähävarainen, jotta elintarvikealan yrityksillä olisi edellytyksiä ke-  
hittyä ja kasvaa oman maakuntansa imussa. Tarvitaan muualta tulevaa ja muualla olevaa ostovoi-  
maa. Riippuvuus yksittäisistä asiakkaista ja myyntikanavista on riski. Elintarvikeala tarvitsee moni-  
puolisia myyntikanavia.

Tärkeänä nähdään vuoropuhelu hankintayksikön kanssa tuoretuotetarjonnan lisäämiseksi.

Tukkuyhteistyön rakentaminen ja keskusliikemyhteistyöhön panostaminen on osalle yrityksiä toimiva  
tie. Kainuulaisten tuotteiden tarjontaa ja näkyvyyttä on lisättävä pääkaupunkiseudulla ja niitä yhteis-  
työsuhteita ja kanavia, joita pääkaupunkiseudulle on avautunut, täytyy vaalia ja kehittää.

Aika lienee kypsä myös digitaalisten markkinapaikojen läpimurrolle. Vaikka niitä on vuosien varrella  
jo kehitetty ja tarjolle tuotu, on käyttöönottoaste ollut heikko.

Kainuun Ruokastrategiassa halutaan korostaa myös alueellisen yhteistyön tärkeyttä ja yritysten vä-  
listä kumppanuutta paikallisen tarjonnan esille tuomiseksi. Kainuuseen on perustettu uusia myynti-  
pisteitä, jotka tarjoavat tilat ja puitteet tähän. Kainuulaisen tarjonnan näkyville saattamista, katta-  
vuutta ja saatavuutta peräänkuuluttavat myös matkailuyritykset, jotka panostavat ravintolatoimin-  
taan. Ruokamatkailu on asia, jonka yllättävän moni näki isona mahdollisuutena sekä lisämyyntika-  
navana. Ruoka puhuttelee ja puhuttaa, totesi matkailualan väki lähes yhdestä suusta.

#### Kärkihanke:

**Ruokamatkailu** – ruokasesonkien, tapahtumien ja matkailutarjonnan kainutlaatuinen cocktail

#### 4. Ylimaakunnallinen yhteistyö ja vahvemmat verkostot

Ruokasektorin kehittäminen Kainuussa edellyttää ylimaakunnallista yhteistyötä ja kytkeytymistä suurempaan hankinta- ja markkina-alueeseen. Strategiaprosessin aikana vahvistui näkemys, että Itäistä Suomea on tarkasteltava kokonaisuutena. Elinkeinolliset haasteet ja vaikeudet sekä alkutuotannossa että ruokasektorilla ovat pitkälti samoja, jolloin myös ratkaisuja on haettava laajemmalla rintamalla. Haastatteluissa nousi esille investointitarpeita, esimerkkeinä

- Keräilytukkutoiminta, jonka kautta ohjautuvat tuotteiden digitaalisesti koordinoitujen tilaukset ja toimitukset.
- Paikallisen kalan jatkojalostaminen käyttövalmiiksi ruokatuotteiksi ammattikeittiöiden ja ravintoloiden käyttöön valmistuskeittiön kaltaisessa yksikössä
- Kustannustehokas, ylimaakunnallinen lihankäsittelyketju (esim. teurastus, lihanleikkuu, pakkaus, jakelu)

Kainuun liha-alan kehittäminen on yksi isoimmista auki olevista kysymyksistä, ”kuuma peruna”, jonka strategiakirjauskin hakee vielä muotoaan. Monet ruokasektorin ongelmat ovat liian suuria yksittäisen maakunnan ratkaistavaksi. Yhteisvoimin, alihankintaa ja kumppanuutta luomalla, investointien taakkaa jakamalla ja sitoutuneeseen sopimusyhteistyöhön perustuen voidaan ratkaisuja löytää.

Strategiaprosessin aikana tutustuttiin ruoka-alaa tukeviin verkostoihin muissa maakunnissa. Ylimaakunnalliset verkostot sekä toimijoiden että yritysten kesken ovat äärimmäisen tärkeitä, jotta tuotantoa vaivaavia pullonkauloja voidaan poistaa ja periferiasijainnin haittoja helpottaa.

#### **Kärkihanke:**

**Ruokasektorin tuki** - ruokasektorin palveluverkosto klikkauksen päässä

#### **Lopuksi:**

Faktoihin perustuva viestintä ja tiedon tuottamisen tärkeys nousi strategiatyön aikana toistuvasti esille. Alkutuotannon sekä koko ruokaketjun osalta voidaan todentaa tuotantotavat, viljelymenetelmät, jäljitettävyyden ja jäämättömyyden. Viestinnän parantaminen ja asiapohjaisen vuorovaikutuksen lisääminen kaikkiin suuntiin, sidosryhmistä kuluttajiin, nähdään hyvin keskeisenä asiana, jonka eteen jokaisen maakunnan on tehtävä oma osansa.

Eräs elämää nähnyt haastateltava totesi osuvasti: ***”Ruoantuotannosta vieraantumisen ja ymmärryksen puute on saanut jo vaarallisia muotoja. Tarvitaan ruoan kunnian palautus ja vanhan ajan kansanvalistusta”.***

Tässä riittääkin tehtävää meille kaikille!

Teksti: Soili Hypén, yritysasiantuntija, Itä-Suomen maa- ja kotitalousnaiset, Kajaani.