

**PTT työpapereita 163**  
**PTT Working Papers 163**

**MARJOJEN, SIENTEN JA YRTTIEN  
KAUPALLINEN HYÖDYNTÄMINEN  
POHJOIS-KARJALASSA JA KAINUUSSA**

**YRITYSHAASTATTELUIJEN TULOKSET**

Anna-Kaisa Rämö  
Leena Kerkelä  
Paula Horne

Helsinki 2014

PTT työpapereita 163  
PTT Working Papers 163  
ISBN 978-952-224-155-9 (pdf)  
ISSN 1796-4784 (pdf)  
Pellervon taloustutkimus PTT  
Pellervo Economic Research PTT  
Helsinki 2014

**Rämö, A-K., Kerkelä, L. ja Horne, P. 2014. MARJOJEN, SIENTEN JA YRTTIEN KAUPALLINEN HYÖDYNTÄMINEN POHJOIS-KARJALASSA JA KAINUUSSA. PTT työpapereita 163.** 69 s. ISBN 978-952-224-155-9 (pdf), ISSN 1796-4784 (pdf).

Tiivistelmä: Pitkälle jalostetut tuotteet ja erilaistuminen ovat edellytyksiä suomalaisten marja- ja sienituotteiden menestymiselle kansainvälisillä markkinoilla syksyllä 2013 kerätyn yritys haastatteluaineiston perusteella. Suomalaisten marjayritysten raaka-aineen poimivat metsistä pääosin thaimaalaiset poimijat. Sienten poiminta on toistaiseksi voitu hoitaa kotimaisin voimin. Kotimaisten poimijoiden raju väheneminen ja poimijoiden riittävyys jatkossa sekä suuret vuotuiset satovaihtelut ovat marja- ja sienialan yritysten suurimmat ongelmat. Suomessa marjojen ja sienten jalostusaste on pääosin alhainen. Jalostusastetta nostamalla tuotteista saataisiin tuntuvasti enemmän lisäarvoa, joka jäisi kotimaahan. Suomalaisten luonnontuotteiden vientivaltteina pidetään korkeita hiivenainepitoisuuksia, puhtautta ja voimakkaita aromeja. Tärkeimmät vientimarjat ovat mustikka ja puolukka, joiden pääasialliset markkina-alueet ovat Keski-Eurooppa ja Aasia. Marjat viedään enimmäkseen jäädytettynä. Sienistä taloudellisesti merkittävimäksi on noussut herkkutatti, jota viedään pääosin tuoreena lähinnä Italiaan. Venäjän markkinoita pidetään potentiaalisesti hyvinä suomalaisille luonnontuotteille. Rajat ylittäviin yhteistyömahdollisuuksiin luonnontuotesektorilla suhtaudutaan kuitenkin varovaisesti. Haastatteluihin osallistui kahdeksan luonnontuotealan yrityksiä edustavaa henkilöä Pohjois-Karjalasta ja Kainuusta. Tutkimus on osa EU:n lähialuerahaston (ENPI) rahoittamaa MULTIEFFORT-hanketta.

**Asiasanat:** *Ekosysteemipalvelut, tuotantopalvelut, luonnontuotteet, keräilytuotteet, marjat, sienet.*

**Rämö, A-K., Kerkelä, L. and Horne, P. 2014. BUSINESS OF BERRIES, MUSHROOMS AND HERBS IN NORTH-KARELIA AND KAINUU.** PTT Working Papers 163. 69 p. ISBN 978-952-224-155-9 (pdf), ISSN 1796-4784 (pdf).

Abstract: Differentiation and far upgraded products are prerequisites for a success of Finnish berry and mushroom products on export markets according to interviews conducted in autumn 2013. Most of the wild berries needed by Finnish industry are collected by Thai pickers. Mushrooms are picked mainly by domestic pickers. A drastic drop of domestic pickers in recent years and availability of pickers in the future as well as big annual variations of yields are the main concerns of Finnish berry and mushroom companies. In addition, the degree of processing is quite low in the Finnish berry and mushroom industry. Added value of products could be increased by upgrading. Competitive advantages of Finnish natural products are high nutrient contents, purity and strong flavors. The most important export berries are bilberry and lingonberry the main markets being Central Europe and Asia. As to mushrooms, cep is the most important species on economic terms. The main market is Italy and ceps are exported mainly as fresh. The Finnish natural products were assessed to have good chances on Russian markets. However, possibilities of cross-border cooperation on natural products sector were doubted. Eight persons representing organizations of Finnish natural products sector were interviewed in North-Karelia and Kainuu districts. The study is a part of MULTIEFFORT project financed by ENPI CBC Programme.

**Keywords:** *Ecosystem services, provisioning services, natural products, non-wood products, berries, mushrooms.*



## ESIPUHE

Suomen metsissä kypsyä vuosittain satoja miljoonia kiloja luonnonmarjoja ja -sieniä. Sadoista kerätään talteen kuitenkin vain muutama prosentti ja enin osa siitä päätyy kotitarvekäyttöön. Luonnontuotealan yritykset ovat pääosin pieniä ja jalostusaste on alhainen. Jalostamattomien marjojen ja sienten vientimäärät ovat myös suuria.

Viimeaikaiset tutkimukset ovat nostaneet esiin erityisesti marjojen terveysvaikutukset, mikä on kasvattanut niiden kysyntää tuntuvasti sekä kotimaassa että vientimarkkinoilla. Kasvava kiinnostus lähiruokaan on lisännyt kiinnostusta marjojen ohella sieniin ja yrtteihin. Trendi on maailmanlaajuinen, mikä voi tarjota suomalaisille luonnontuotteille aivan uusia mahdollisuuksia. Mahdollisuuksia lisäävät suomalaisten luonnontuotteiden voimakkaat aromit ja puhtaus, jotka ovat myös suuria kilpailuvaltteja vientimarkkinoilla.

Pohjois-Karjala ja Kainuu kuuluvat Suomen tärkeimpiin luonnonmarja-alueisiin. Sienten tuottajana Pohjois-Karjala on niin ikään merkittävää aluetta. Alueiden marja- ja sienivarannoista jää kuitenkin suuri osa hyödyntämättöminä metsiin. Luonnontuoteyritysten toimintaa kehittämällä ja jalostusastetta nostamalla voitaisiin lisätä näiden alueiden ja etenkin syrjäisten seutujen elinvoimaisuutta.

Metsien tuottamat ekosysteemipalvelut ovat taloudellisesti tärkeitä paikallisille asukkaille myös Venäjän Karjalassa. Alueella on pitkät perinteet luonnon hyödyntämisessä samoin kuin Suomen puolella rajaa. Tähän liittyviä liiketoimintamahdollisuuksia on kuitenkin hyödynnetty melko vähän molemmilla alueilla. Hyödyntämällä ekosysteemipalveluita nykyistä paremmin alueen asukkaiden toimeentulomahdollisuuksia ja elämäntilaa voitaisiin parantaa sekä Suomen että Venäjän Karjalassa. Voimat yhdistämällä hyödyntämismahdollisuudet lisääntyisivät entisestään.

Tämä yrityshaastattelututkimus on osa EU:n lähialuerahaston (ENPI) rahoittamaa MULTIEFFORT-hanketta, jota koordinoi Metsäntutkimuslaitos (METLA). PTT kiittää rahoittajaa saamastaan tuesta. Lisäksi kiitämme kaikkia muita tutkimuksen onnistumiseen myötävaikuttaneita tahoja. Erityiskiitoksen haluamme esittää kaikille haastatteluihin osallistuneille henkilöille. Heidän panoksensa on ollut tutkimuksen onnistumisen kannalta keskeinen.

Helsingissä 15 marraskuuta 2014.

Pasi Holm  
toimitusjohtaja

Paula Horne  
tutkimusjohtaja



## YHTEENVETO

Marja- ja sieniyrityksissä tehdyissä haastatteluissa pitkälle jalostetut tuotteet ja erilaisuus koettiin edellytyksiksi suomalaisten marja- ja sienijalosteiden menestymiselle kansainvälisillä markkinoilla. Haastatellut arvioivat, että Suomessa on luonnontuotealalla paljon kasvu- ja kehitysmahdollisuuksia. Raaka-aineen suhteen tuotannon hyvinkin merkittävää kasvua pidettiin mahdollisena, koska marja- ja sienisadoista hyödynnetään Suomessa nykyisin vain murto-osa.

### **Marjateollisuuden raaka-aineen keräävät ulkomaiset poimijat, sienten poiminta kotimaisissa käsissä**

Haastattelujen perusteella marjojen ja sienten poiminnan hoitavat ja organisoivat pääosin marjavälittäjät. Marjojen jalostajat eivät puolestaan yleensä ostaneet marjoja suoraan kerääjiltä, vaan käyttivät välittäjiä, jotka pakastivat marjat ennen toimittamista ostajalle. Marjatukkujen käyttö oli yleistä etenkin erikoistuotteita jalostavissa yrityksissä.

### **Marja- ja sienimarkkinat lukujen valossa**

Luonnonmarjojen kokonaissato vaihtelee vuosittain Suomessa arvioiden mukaan 500–1 000 kilon välillä. Tästä poimintakelpoista on noin kolmannes. Hyötykäyttöön poimitaan kuitenkin keskimäärin vain 45 miljoonaa kiloa, josta kaupallisen poiminnan osuus on 12–16 miljoonaa kiloa. Kerättyjen luonnonmarjojen kokonaisarvo on useita kymmeniä miljoonia euroja (esim. vuonna 2005 arviolta noin 77 miljoonaa euroa). Vuotuiset poimintatulot ovat keskimäärin 20 miljoonaa euroa. Vuonna 2013 luonnonmarjoja vietiin tuoreena ja pakastettuna noin 20:een eri maahan yhteensä 9,7 miljoonaa kiloa, arvoltaan 25,8 miljoonaa euroa. Kaupallisesti tärkeimmät luonnonmarjat ovat puolukka, mustikka ja lakka. Pääasialliset vientimarkkinat marjoilla ja marjajalosteilla ovat Keski-Euroopassa ja Aasiassa.

Syötävien sienten vuosisadoiksi on arvioitu 1,5–2 miljardia kiloa. Vuosittain talteen kerätään 3–15 miljoonaa kiloa, josta keskimäärin noin miljoona kiloa päätyy myyntiin. Kaupallisesti merkittävin luonnonsieni on herkkutatti. Vuonna 2013, jolloin sienisato oli heikko, luonnonsieniä kerättiin myyntiin runsaat 309 000 kiloa. Herkkutatteja määräästä oli yli 238 000 kiloa. Luonnonsienten poimintatulot olivat noin 850 000 euroa, josta herkkutattien osuus oli 660 000 euroa. Vientiin luonnonsienistä menee lähinnä vain herkkutattia, jota vietiin vuonna 2013 lähes 51 000 kiloa. Koko herkkutattimäärä vietiin Italiaan tuoreena tai jäähdytettynä.

Marjojen poiminta on siirtynyt yhä enemmän ulkomaisten poimijoiden hoidettavaksi. Nämä keräävät lähes kokonaan teollisuuden raaka-aineeksi menevät marjat. Pääosa poimijoista tulee Thaimaasta. Kotimaisia poimijoita arveltiin olevan keskimääräistä enemmän vielä Pohjois-Karjalassa, Kainuussa ja Pohjanmaalla. Marjanpoimijoita on ryhdytty myös siirtelemään varsin laajoilla alueilla satotilanteen mukaan. Toisin kuin marjat, luonnonsienet poimitaan Suomessa valtaosin kotimaisin voimin.

### **Satovaihtelut ja poimijoiden riittävyys yritysten huolena**

Sekä marja- että sieniyrityksissä suuret vuotuiset satovaihtelut koettiin sekä poiminnan organisointia että yrityksen toimintaa hankaloittavaksi tekijäksi: Satojen ennakointi on vaikeaa, mikä vaikeuttaa myös poimijatarpeen arviointia. Kotimaisten ja erityisesti nuorten poimijoiden jyrkkä väheneminen viime vuosina huolestutti niin ikään sekä marja- että sienialan yrityksiä.

Sienialalla ongelma koettiin vieläkin suuremmaksi kuin marjayrityksissä, sillä sienten poiminnassa ulkomaisten kerääjien käyttö on erityisen ongelmallista, koska sienet täytyy pystyä tunnistamaan oikein ehdottoman varmasti. Kriteerien täyttäminen saattaa olla etenkin thaimaalaisille vaikeaa, sillä suomalainen sienilajisto on runsas ja poikkeaa heidän kotimaansa lajistosta. Toisaalta sienten poiminnassa rajat ylittävä yhteistyö venäläisten kanssa saattaisi tarjota ratkaisun poimijaongelmaan, koska venäläisillä on perinteisesti vahva poimintakulttuuri ja sienilajisto on pitkälti samanlainen molemmin puolin rajaa.

### **Yritysten pieni koko rajoittaa jalostusasteen nostoa**

Haastatellut luonnehtivat marjojen ja sienten toimialaa pieneksi ja vientivetoiseksi. Tyyppillisesti yritykset ovat perheyrityksiä, joissa työntekijöitä on vain muutama. Tällaisia yrityksiä Suomessa arvioitiin olevan 3 000–5 000. Pieni koko heikentää yritysten mahdollisuuksia investoida tuotekehitykseen ja kapasiteetin kasvattamiseen. Syrjäinen sijainti vaikeuttaa puolestaan pätevien työntekijöiden saatavuutta. Yritysten ongelmina nähtiin usein myös toiminnan edellyttämät investoinnit ja ylläpitokustannukset.

Marjoja välittävissä yrityksissä jalostus rajoittui pakastukseen ja marjojen puhdistukseen. Pakastustoiminta koettiin yrityksissä tärkeäksi, koska se takaa ympärivuotiset marjatoimitukset jalostajille ja turvaa myös pienjalostajien toiminnan. Jatkojalostajat valmistivat marjoista muun muassa soseita, mehutiivisteitä ja kuivat tuotteita. Sienten kauppa on pääosin tuorekauppaa.

Haastatteluissa todettiin, että Venäjän merkitys luonnonmarjojen viennin kohteena on vähentynyt 2000-luvulla merkittävästi. Aasian merkitys on puolestaan kasvanut tuntuvasti.



## **Korkeat hivenainepitoisuudet, puhtaus ja voimakkaat aromit suomalaisten luonnontuotteiden kilpailuvaltteja vientimarkkinoilla**

Suomalaisten luonnontuotteiden kilpailuvaltteina vientimarkkinoilla nähtiin erityisesti luonnonmarjojen hivenainepitoisuudet, jotka ovat moninkertaisia viljeltyihin lajikkeisiin verrattuna. Muina merkittävinä kilpailuetuina korostettiin Suomen puhdasta luontoa ja pitkän päivän tuottamia voimakkaita aromeja. Näiden nostamista näkyvästi esiin markkinointiviestinnässä pidettiin erittäin tärkeänä. Tärkeänä pidettiin lisäksi tuotteiden jalostamista yhä pitemmälle kotimaassa, jolloin myös lisäarvo jäisi Suomeen. Sienille ja sienijalosteille arvioitiin yrityksissä niin ikään huomattavaa kysynnän kasvua. Luomutuotannon merkittävää lisäämistä pidettiin myös tärkeänä, sillä Suomen puhtaan luonnon nähtiin tarjoavan hyvät edellytykset luomutuotannolle. Luomutuotteiden kysynnän koettiin olevan kasvussa sekä koti- että vientimarkkinoilla.

## **Suomalaisilla luonnontuotteilla menestymismahdollisuuksia Venäjän markkinoilla – Rajat ylittävän yhteistyön onnistuminen mietityttää**

Rajat ylittävään yhteistyöhön Venäjän kanssa haastatteluissa suhtauduttiin varauksella. Syynä tähän olivat usein aiemmat epäonnistumiset yhteistyössä. Venäläisten tulli- ja muiden käytäntöjen koettiin lisäksi hankaloittavan kauppaa ja yhteistyötä venäläisten kanssa. Kulttuurierojen koettiin niin ikään heikentävän yhteistyömahdollisuuksia.

Venäjän potentiaaliset markkinat todettiin kuitenkin suuriksi ja suomalaisten vientimahdollisuuksia ja menestymistä Venäjän markkinoilla pidettiin hyvinä. Venäjällä menestymisen arvioitiin edellyttävän premium-tuotteita, joilla voidaan erottua kilpailijoista selvästi.

## **Haastattelututkimuksessa selvitettiin marja- ja sienitoimialan nykytilaa ja mahdollisuuksia**

Tämä haastattelututkimus on osa EU:n lähialuerahaston (ENPI) rahoittamaa MULTIEFFORT hanketta, jota koordinoi Metsäntutkimuslaitos (METLA). Tässä raportoitua osahanketta on vetänyt Pellervon taloustutkimus PTT ja siinä tutkittiin tuotantopalveluiden kaupallista hyödyntämistä ja toiminnan kehittämistä. Tutkittavat tuotantopalvelut olivat keräilytuotteet ja niistä erityisesti marjat ja sienet.

Tutkimuksen aineisto hankittiin syys- ja lokakuussa 2013 haastattelemalla henkilökohtaisesti luonnontuotealan yritysten edustajia Pohjois-Karjalassa ja Kainuussa. Haastatteluja tehtiin kaikkiaan kahdeksan. Haastatteluilla pyrittiin selvittämään marjojen ja sienien poiminnan, jalostuksen ja myynnin nykytilaa, mahdollisuuksia ja kehitystarpeita. Alan mahdollisuuksia rajat ylittävään yhteistyöhön Venäjän kanssa selvitettiin myös.

## SUMMARY

Differentiation and upgraded products are prerequisites for a success of Finnish berry and mushroom products on international markets. This becomes apparent in interviews conducted among berry and mushroom wholesalers and processing companies. The interviewees estimated that there is a lot of growth and developmental potential on Finnish natural products sector. Considering raw material resources in Finland even a substantial growth would be possible, because only a fraction of berry and mushroom yield is being picked in Finland for the time being.

### **Foreign pickers collect raw material for the Finnish berry industry, mushrooms are mainly collected by domestic pickers**

Berry and mushroom picking seems to be organized and put into action mainly by wholesalers whereas berry processing companies do not usually buy berries directly from pickers. They prefer wholesalers, who freeze berries before delivering them to buyers. Wholesalers were preferred especially by companies producing special products.

#### **Berry and mushroom business in figures**

The annual yield of wild berries is estimated to vary between 500 and 1,000 kilos in Finland. About a third of the yield is suitable for picking. On average, only 45 million kilos of it is picked and 12 to 16 million kilos are utilized commercially. The rest is used by households. The total value of the picked berries amounts to several million euros (e.g. in 2005 about 77 M€). The average annual picking earnings total 20 million euros. In 2013 wild berries were exported 9,7 million kilos as fresh or frozen to about 20 different countries, the export value totaling 25,8 million euros. Commercially, the most important wild berries are lingonberry (*Vaccinium vitis-idaea*), blueberry (*Vaccinium myrtillus*) and cloudberry (*Rubus chamaemorus*). The main export markets of Finnish berries and berry products are Central Europe and Asia.

The annual yields of wild edible mushrooms are estimated to vary between 1,5 to 2 billion kilos. Yearly, 3 to 15 million kilos of the yield are picked up and on average about one million kilos of it end up for commercial sale. In 2013, which was a poor year as to yield, wild mushrooms were picked commercially over 309,000 kilos, out of which about 238,000 kilos consisted of ceps (*Boletus edulis*). Total earnings from mushroom picking amounted to 850,000 euros the share of ceps being 660,000 euros. The wild mushroom export consists almost entirely of ceps. In 2013 ceps were exported nearly 51,000 kilos. All of the ceps were exported to Italy fresh or chilled.

Foreign seasonal pickers have increasingly taken care of collecting wild berries. They collect almost all of the berries used by the Finnish berry processing industry. Most of

the foreign berry pickers come nowadays from Thailand. According to the interviews there are domestic pickers more than average still in North-Karelia, Kainuu and Pohjanmaa districts. Recently, companies have also started to transfer berry pickers on large areas throughout the country depending on yield situations. Contrary to berry picking, wild mushrooms are still being collected mainly by domestic pickers in Finland.

### **Annual variations of yields and availability of pickers concern companies**

Both berry and mushroom companies regard big annual variations of yields as a factor that complicates organizing berry and mushroom collecting and other activities of companies: Anticipating of yields is difficult, which makes it difficult to estimate the number of pickers needed. A drastic drop of domestic pickers in recent years, and especially young pickers, was a big concern both in berry and mushroom companies. This problem was regarded even more serious in mushroom companies, because exact identification of mushrooms is crucial in picking. This makes it challenging to use foreign pickers, and especially Thai pickers, because the mushroom species are manifold in Finland and differ from those in Thailand. On the other hand, cross-border cooperation with Russian Karelia might provide a solution for this problem, because there is a traditionally strong culture of mushroom picking in Russia, and the mushroom species there are mainly similar to the Finnish ones.

### **Small company size complicates upgrading of products**

The interviewees described berry and mushroom sector as a small and export driven one. Companies are typically owned and run by families with only a few employees. The number of similar companies was estimated to be about 3,000 to 5,000 in Finland. Small size weakened companies' possibilities to invest on product development and capacity increase. Distant location made it difficult to recruit competent employees. Other common problems faced by companies were related to investment and maintenance costs vital to the business.

Freezing and cleaning of berries were the main processing ways used by wholesalers. Most of the companies considered freezing important, because it was thought to guarantee berry deliveries to the processing companies throughout the year, and also to secure the operations of small companies. The processing companies produced mainly jams, juice concentrates and dried products.

The interviewees pointed out that the importance of Russia as an export destination has been diminished remarkably on the 2000s. Instead, the importance of Asia has grown substantially.

## **High nutrient contents, purity and strong flavors are competitive advantages of Finnish natural products on export markets**

As a competitive advantage of Finnish natural products on export markets was considered particularly nutrient contents of berries and plants. Various studies have shown that their nutrient contents are multifold compared to cultivated species. As other outstanding advantages the interviewees mentioned purity of Finnish nature and strong flavors of products, which are generated by long days during the growing season. These facts should be strongly emphasized in marketing communication and sales promotion according to the interviewees. They also pointed out that the products should be far more upgraded in Finland so that the additional value stays there. Substantial increase of organic production was also considered important, because the clean nature provides good basis for it in Finland. The interviewees believed that the demand for organic products is increasing strongly both on domestic and export markets.

## **Finnish natural products may have good chances on Russian markets – Cross-border cooperation was doubted**

The interviewees had doubts about cross-border cooperation with Russia. This was often due to previous failures in joint ventures. Further, Russian customs regulations and other formalities were assessed as complicating trade and joint ventures with Russians. Cultural differences were also mentioned as diminishing the possibilities of cooperation.

Potential markets for natural products were assessed remarkable in Russia, and the chances of Finnish natural products were regarded as good there. In order to gain success on the Russian market products need to be premium ones and clearly differentiated from competitors' products.

## **Present state and opportunities of berry and mushroom sector were studied by personal interviews**

This interview study is a part of MULTIEFFORT project financed by ENPI CBC (European Neighbourhood and Partnership Instrument, cross border cooperation) programme. The project was coordinated by Finnish Forest Research Institute (METLA). Leader of the study described in this report was Pellervo Economic Research PTT. This study deals with business opportunities of provisioning ecosystem services. The services of interest were non-wood forest products, and especially wild berries and mushrooms.

The data of the study was collected in autumn 2013 by personal interviews from eight representatives of companies of natural products sector in Northern Karelia and Kainuu districts. The purpose of the interviews was to find out the present state of berry and mushroom collecting, processing and trade as well as opportunities and development needs of the sector. Possibilities of cross border cooperation with Russia were also studied.

# Sisällys

ESIPUHE .....	5
YHTEENVETO.....	7
SUMMARY .....	10
<b>1. JOHDANTO.....</b>	<b>15</b>
1.1 HANKKEEN TAUSTA .....	15
1.2 HANKKEEN TAVOITTEET .....	16
<b>2. TOIMINTAYMPÄRISTÖN KUVAUS .....</b>	<b>18</b>
2.1 LUONNONTUOTEALA SUOMESSA .....	18
2.1 POHJOIS-KARJALA JA KAINUU TUOTANTOPALVELUIDEN RAAKA-AINELÄHTEINÄ.....	25
2.2 SUOMALAISTEN LUONNONTUOTTEIDEN MAHDOLLISUUDET .....	27
<b>3. HAASTATTELUTUTKIMUKSEN TULOKSET.....</b>	<b>31</b>
3.1 HAASTATTELUAINEISTO JA HAASTATTELUJEN TOTEUTUS.....	31
3.2 YRITYSTEN KUVAUS .....	32
3.3 MARJOJEN, SIENTEN JA YRTTIEN KERUU.....	33
3.3.1 Poiminnan organisointi.....	33
3.3.2 Poimintaan liittyvät ongelmat ja kehitystarpeet.....	34
3.4 LUONNONTUOTTEIDEN JALOSTUS .....	36
3.4.1 Raaka-aineen hankintakanavat.....	36
3.4.2 Pääasialliset jalostustavat.....	37
3.4.3 Tuotteiden myyntikanavat.....	39
3.4.4 Jalostukseen liittyvät ongelmat .....	39
3.5 LUONNONTUOTTEIDEN MARKKINAT .....	40
3.5.1 Kotimaan markkinat .....	40
3.5.2 Vientimarkkinat .....	41
3.5.3 Venäjä ja rajat ylittävä yhteistyö.....	42
3.6 TOIMIALA .....	45
3.6.1 Luonnontuotealan mahdollisuudet.....	45
3.6.2 Luonnontuotealan rajoitteet .....	48
3.6.3 Kehittäminen .....	51
3.6.4 Yritysten välinen yhteistyö.....	52
3.6.5 Julkisen vallan toimet ja merkitys.....	53
3.6.6 Toimialan työllistävyys .....	55
3.7 TUTKIMUSTOIMINTA LUONNONTUOTEALALLA .....	55
3.7.1 Nykyinen tutkimus.....	55
<b>4. TULOSTEN TARKASTELU JA PÄÄTELMÄT .....</b>	<b>58</b>
PÄÄTELMÄT .....	64
<b>LÄHTEET.....</b>	<b>67</b>



# 1. JOHDANTO

## 1.1 Hankkeen tausta

Sekä Suomen että Venäjän Karjalassa metsät ovat taloudellisesti hyvin tärkeitä paikallisille asukkaille, jotka ovat monin tavoin riippuvaisia metsistä ja metsien tuottamista ekosysteemipalveluista. Sienten ja marjojen kerääminen kotitalouksien omaan käyttöön on ollut perinteisesti yleistä molemmiin puolin rajaa. Venäjän Karjalassa marjat ja sienet tuovat merkittävän lisän etenkin työttömien asukkaiden jokapäiväiseen ravintoon ja tuloihin ympäri vuoden. Suomen puolella Pohjois-Karjalassa marjasadoista kerätään nykyisin talteen enää vain noin 10 prosenttia. Tätä osuutta olisi kuitenkin melko helppo kasvattaa (Salo 1995, Turtiainen ym. 2009).

Pohjois-Karjalassa marjoihin liittyvä kaupallinen toiminta on nykyisin melko yleistä. Kaikesta huolimatta metsäekosysteemien tarjoamia elinkeino- ja liiketoimintamahdollisuuksia ei ole täysin tiedostettu kummallakaan puolella rajaa. Metsien monikäyttöön liittyvät kysymykset ekosysteemipalveluiden näkökulmasta sisältyvät harvoin metsäalan koulutukseen kummassakaan maassa. Aiheeseen liittyvää koulutusmateriaalia on niin ikään saatavilla niukasti. Suomessa metsiä sertifioidaan silti hyvin paljon ja ekologinen maisemasuunnittelu on myös yleistynyt. Venäjällä paikalliset asukkaat puolestaan suhtautuvat epäillen metsien monikäytöstä saataviin taloudellisiin hyötyihin.

Suomessa ja Venäjällä ollaan yhä enemmän huolestuneita hallitsemattomien metsäpalojen määrän kasvusta varsinkin Venäjän Karjalassa. Huolta aiheuttavat erityisesti metsäpalojen vaikutukset ekosysteemipalveluihin ja asukkaiden elämänlaatuun, kun palot vaarantavat ihmishenkiä ja aiheuttavat suuria taloudellisia menetyksiä.

Työttömyysaste on korkea Karjalan alueella molemmiin puolin rajaa. Esimerkiksi Suomen puolella Pohjois-Karjalan joissakin kunnissa työttömyysaste on lähennellyt 25 prosenttia. Asukkaille olisikin tärkeää löytää mahdollisuuksia hyödyntää alueensa marja- ja sienisadot kannattavalla tavalla. Venäjän Karjalassa asukkailla on pitkät perinteet marjojen ja sienten keruussa. Siitä huolimatta he eivät tunnista monia parhaista ruokasienistä, eivätkä myöskään kaikkia myrkyllisiä sieniä. Siten alueella on selvä neuvonnan tarve sienten tunnistamisessa. Suomen puolella sienten tunnistamiskurseja järjestetään vuosittain, mutta toimintaan kaivataan jatkuvuutta.

Asukkaat sekä Suomen että Venäjän Karjalassa ovat kiinnostuneita mahdollisuuksista elämänlaatussa parantamiseksi. Tällaisia mahdollisuuksia on löydettävissä esimerkiksi hyödyntämällä ekosysteemipalveluita nykyistä paremmin. Kotitarvekäytön lisäksi esimerkiksi marjojen ja sienten kaupallinen toiminta tarjoaa mahdollisuuksia työllistymiseen ja liiketoimintaan alueella. Lisäksi metsien muiden keräilytuotteiden käyttöön liittyvien perinteiden elvyttäminen sekä luontomatkailun edellytyksien parantaminen auttaisivat paikallisia asukkaita.

## 1.2 Hankkeen tavoitteet

Tämä haastattelututkimus on osa EU:n lähialuerahaston (ENPI) rahoittamaa MULTIEFFORT hanketta, jossa kehitetään reuna-alueiden hyvinvointia ekosysteemipalveluita kehittämällä. Olennaista hankkeessa on rajat ylittävän yhteistyön luominen. Hanketta koordinoi Metsäntutkimuslaitos (METLA). Hankkeen yleisenä tavoitteena on parantaa valittujen kohderyhmien sekä loppukäyttäjien elämänlaatua kehittämällä ekosysteemipalveluita sekä lisäämällä kestävää monikäyttöä alueen metsissä. MULTIEFFORT-hanke pyrkii tuottamaan koulutuspalveluita paikallisten asukkaiden tarpeisiin.

Täsmennettyjä osatavoitteita hankkeessa on yhteensä viisi: 1) Luodaan kattava näkemys kohdealueista analysoimalla ekosysteemipalvelut sekä metsien monikäyttöön sisältyvät mahdollisuudet ja ongelmat. 2) Arvioidaan valittujen ekosysteemipalveluiden suoria ja epäsuoria taloudellisia vaikutuksia tietyillä alueilla Suomessa (Kainuu, Pohjois-Karjala ja Oulu) sekä Venäjällä (Karjalan tasavalta) ja niiden potentiaalista kysyntää muualla Suomessa. 3) Kehitetään strategia metsäpalojen ja niiden vaikutusten minimoimiseksi, erityisesti hallitsemattomien metsäpalojen taloudellisten vaikutusten osalta. 4) Laaditaan ehdotus pysyvien rakenteiden ja markkinointimahdollisuuksien kehittämiseksi metsän keräilytuotteille (esimerkiksi marjat, sienet, lääkekasvit sekä perinteiset metsien tuotteista valmistetut käsityöt). 5) Sitoutetaan kohderyhmät hankkeeseen erilaisilla konkreettisilla toimenpiteillä, jotka liittyvät keräilytuotteiden, metsäpalojen ehkäisemisen ym. tarjoamiin taloudellisiin mahdollisuuksiin alueella. Tällaisia toimenpiteitä voivat olla esimerkiksi koulutus, seminaarit, tiedon jakaminen jne.

Tässä Pellervon taloustutkimus PTT:n vetämässä osahankkeessa tutkittiin tuotantopalveluiden kaupallista hyödyntämistä ja toiminnan kehittämistä (Osatavoite 2). Tutkittavat tuotantopalvelut olivat keräilytuotteet ja niistä erityisesti marjat ja sienet. Jonkin verran käsiteltiin myös luonnonyrtejä. Tutkimuksessa tarkasteltiin myös sienten, marjojen ja yrttien tuotantoketjuja metsästä markkinoille.



Tutkimuksen aineisto hankittiin henkilökohtaisin haastatteluin. Haastatellut edustivat kahdeksaa alan yritystä Pohjois-Karjalassa ja Kainuussa. Haastatteluilla pyrittiin selvittämään marjojen ja sienten poiminnan, jalostuksen ja myynnin nykytilaa, ongelmia sekä tulevaisuuden mahdollisuuksia ja kehitystarpeita. Haastatteluissa pyrittiin myös selvittämään, millaisia mahdollisuuksia Suomen ja Venäjän rajat ylittävä yhteistyö tarjoaisi toimialalla.

## **2. TOIMINTAYMPÄRISTÖN KUVAUS**

### **2.1 Luonnontuoteala Suomessa**

Suomen metsät tuottavat vuosittain satoja miljoonia kiloja luonnonmarjoja ja -sieniä. Kerättyjen marjojen ja sienten arvo on kymmeniä miljoonia euroja. Esimerkiksi vuonna 2005, jolloin oli hyvä marjavuosi, kaikkien kerättyjen luonnonmarjojen (kotitalouksien ja kaupallinen poiminta) arvoksi laskettiin yhteensä 77 miljoonaa euroa. Marjojen ja sienten vuotuiset poimintatulot ovat yhteensä noin 20 miljoonaa euroa sadoista riippuen. Esimerkiksi vuonna 2013 poimintatulot olivat yli 22 miljoonaa euroa, josta marjojen osuus oli 96 prosenttia. Villiyrttejä metsistämme kerätään kaupalliseen sekä kotitarvekäyttöön vuosittain muutaman miljoonan euron arvosta. Esimerkiksi vuonna 2000 kerättyjen luonnonvaraisten yrttien arvoksi arvioitiin yhteensä yli viisi miljoonaa euroa. Yrttien keruuta ja kauppaa ei Suomessa tilastoida säännöllisesti, joten yrttikaupan kehityksestä ei ole saatavilla kovin tarkkoja tietoja. (Metsätilastollinen vuosikirja 2013, Marsi 2013).

#### **Luonnonmarjat**

Luonnonvaraisia syötäviä marjalajeja Suomessa on 37. Näistä hyödynnetään ravinnoksi ainakin 16 lajia. Marjojen vuotuinen kokonaissato vaihtelee arvioiden mukaan 500–1 000 miljoonan kilon välillä. Keskimääräisenä satovuonna puolukkaa kypsyy noin 300 miljoonaa kiloa ja mustikka noin 200 miljoonaa kiloa. Poimintakelpoista sadoista on noin kolmannes (30–40 %). Kuitenkin marjoja poimitaan vuosittain keskimäärin vain noin 45 miljoonaa kiloa hyötykäyttöön. (Metsätilastollinen vuosikirja 2013, Roininen & Mokka 2007, Leukumavaara 2012).

Alhaisen hyödyntämisen seurauksena marjasadoista jää merkittävä osa metsiin. Nämä marjat ovat kuitenkin tärkeä ravinnonlähde monille metsän eläimille. Sekä mustikka että puolukka kelpaavat esimerkiksi kanalinnuille, rastaille, myyrille, mäyrille, ketuille, oraville ja karhuille. Keväällä lumen alta paljastuvat puolukat ovat puolestaan tärkeä ravinnonlähde maahamme palaaville muuttolinnuille. Nykyiset poimintamäärät eivät uhkaa eläinten ravinnonsaantia, mutta pyrittäessä kasvattamaan marjojen talteenottoa, eläinten ravinnontarve on tärkeää ottaa huomioon. (Leukumavaara 2012, Suomen Riisikeskus 2014).

Kotitaloudet keräävät talteen otetusta marjasadosta noin 30 miljoonaa kiloa ja teollisuuden päätyttyä noin 12–16 miljoonaa kiloa. Yksityiset henkilöt keräävät oman tarpeensa lisäksi marjoja suoraan muun muassa ravintoloille, suurkeittiöille, leipomoille, turisteille, sukulaisille ja tuttaville (Metsätalustollinen vuosikirja 2013, Roininen & Mokka 2007, Marsi 2013).

Kaupallisesti tärkeimmät luonnonmarjat Suomessa ovat puolukka, mustikka ja lakka. Määrällisesti eniten kerätään puolukkaa. Myös mustikkaa kerätään paljon. Mustikalle on viime vuosina tuonut lisäarvoa sen todetut terveysvaikutukset. Lakkujen myyntimäärät ovat tuntuvasti pienemmät kuin puolukalla ja mustikalla, mutta lakan korkean kilohinnan vuoksi sen taloudellinen merkitys on suuri. Vuosittaisten satovaihteluiden lisäksi marjojen satomäärissä esiintyy alueellista vaihtelua. (Marsi 2013).

Vuonna 2013 luonnonmarjojen kaupallinen poiminta Suomessa oli noin 16 miljoonaa kiloa eli pari prosenttia (vajaat 0,3 miljoonaa kg) enemmän kuin vuonna 2012. Puolukoita kerättiin vuonna 2013 ennätysmäärä eli 10,7 miljoonaa kiloa. Mustikan kaupallinen poiminta oli 5 miljoonaa kiloa, mikä oli 1,8 miljoonaa kiloa vähemmän kuin vuonna 2012. Puolukoiden osuus kaupallisesta poiminnasta vuonna 2013 oli siten 67 prosenttia ja mustikan 31 prosenttia. Lakan kaupalliset poimintamäärät olivat selvästi pienemmät eli noin 146 000 kiloa. (Marsi 2013).

Vuonna 2013 poimintatulo luonnonmarjoista nousi 21,3 miljoonaan euroon. Alueellisesti poimintatuloista kertyi kolmannes (34 %) Länsi-Suomen suuralueelle. Tällä alueella ja etenkin Pohjanmaalla sekä Keski-Suomessa erittäin runsas puolukkasato nosti poimintatuloa, vaikka kilohinta laskikin edellisestä vuodesta. Itä-Suomen ja Lapin osuudet poimintatuloista vuonna 2013 olivat 26 prosenttia kummallakin alueella ja Oulun-Kainuun alueella 14 prosenttia. Mustikasta paras sato saatiin vuonna 2013 Lapista ja Itä-Suomen suuralueelta. Lakkasato oli Lapin soilla paikoitellen erittäin runsas monen heikon satovuoden jälkeen. (Marsi 2013).

Satovaihteluiden seurauksena myös luonnonmarjoista kertyvissä poimintatuloissa on suurta vuotuista vaihtelua. Vuoden 2013 poimintatulot olivat yhteensä runsaat 4 miljoonaa euroa pienemmät kuin vuonna 2012, joka oli runsaiden mustikka- ja puolukkasatojen ansiosta poimintatulojen suhteen hyvä vuosi. Vuonna 2013 sekä puolukan että mustikan kilohinnat laskivat. Puolukan kilohinta oli keskimäärin 1,16 e/kg eli noin 0,20 euroa vähemmän kuin edellisellä vuonna. Roskaisen ja puhdistetun marjan hintaero oli 0,67 e/kg. Puolukan osalta poimintatulo kuitenkin nousi edellisestä vuodesta 0,9 miljoonaa euroa ja oli yhteensä 12,4 miljoonaa euroa. Nousun taustalla oli runsas sato. Mustikan kilohinta oli vuonna 2013 keskimäärin 1,49 euroa, missä oli laskua edellisvuodesta 0,30 e/kg. Roskaisesta mustikasta maksettiin 1,45 ja puhdistetusta 3,79 e/kg. Kaikesta myyntiin tulleesta mustikasta roskaisen osuus oli 98 prosenttia. Mustikan poimintatulo

vuonna 2013 oli yhteensä 7,5 miljoonaa euroa. Vähennystä edellisestä vuodesta oli 4,8 miljoonaa euroa. Tuloja pienensi edellisvuotta alhaisempi kilohinta sekä pienemmäksi jäänyt sato. (Marsi 2013).

Luonnonmarjojen ja -sienten poiminta kuuluu jokamiehenoikeuksien piiriin ja poimintatulo on kerääjälleen verotonta tuloa. Verottomuus koskee ainoastaan tuoreita marjoja ja sieniä. Jos poimija on jatkokäsitellyt tuotetta esimerkiksi pakastamalla, myynti muuttuu verolliseksi. Ostoyritykset lisäävät marjojen hintaan arvonlisäveron myydessään ne eteenpäin. Arvonlisäveron merkitys tuotteen kilohinnassa on merkittävä. Etenkin arvokkaan lakan hinnassa se on tuntuva. (Roininen & Mokka 2007, Marsi 2013).

### **Luonnonsienet**

Elintarviketeollisuusviraston (Evira) ylläpitämä ohjeellinen luettelo kauppakelpoisista sienistä sisältää 23 sienilajia. Niiden lisäksi on suuri joukko muita syötäväksi kelpaavia sieniä, joiden myyntikin on nykyisin mahdollista. Luonnossa kasvaa myös paljon syötäväksi kelpaamattomia ja myrkyllisiä sieniä (Marsi 2013). Syötävien sienten vuosisadon on arvioitu olevan 1,5–2 miljardia kiloa, joten vuosittaiset satovaihtelut ovat suuria. Sadosta kerätään vuosittain talteen kuitenkin vain 3–15 miljoonaa kiloa. Kerätyistä sienisadosta noin miljoona kiloa päätyy myyntiin. ([www.luontoyrittaja.fi](http://www.luontoyrittaja.fi)). Metsiin jääviä sieniä käyttävät ravintonaan niin ikään monet luonnonvaraiset eläimet kuten esimerkiksi orava, näätä sekä metsäkauriit ja -peurat (Suomen Riistakeskus 2014).

Luonnonsienistä kaupallisesti merkittävin on herkkutatti. Hyvänä satovuonna herkkutatteja kerätään määrällisesti eniten ja niiden kilohinta on melko korkea. Herkkutatti on myös hyvä vientisieni ja sadosta valtaosa viedäänkin lähinnä Keski- ja Etelä-Euroopan markkinoille. Herkkutattien tarjonta ei riitä tyydyttämään kysyntää. Myös rouskut ovat kaupallisesti merkittäviä sieniä. Ne kuitenkin myydään lähes kokonaan kotimaan markkinoilla, missä ne ovat tärkeitä suolasieniä. Kotitarvepoimijat suosivat erityisesti kantarelleja ja suppilovahveroita, joita myydään suoraan kuluttajille etenkin torimyyntissä. Myyntiin sienet tulevat yleensä tuoreina. Rouskuja myydään myös keitettyinä tai keitetyinä ja suolattuina, koska ne vaativat ryöppäyksen. Jotkut sienet soveltuvat hyvin myös kuivaukseen. Kuivattu sienikilo vastaa noin 10 kiloa tuoresientä. (Marsi 2013, [www.luontoyrittaja.fi](http://www.luontoyrittaja.fi)).

Vuonna 2013 luonnonsienisato oli keskimääräistä heikompi. Myyntiin kerättiin kaikkiaan runsaat 309 000 kiloa. Suurin osuus oli herkkutatilla, jota kerättiin yhteensä runsaat 238 000 kiloa. Rouskuja kerättiin noin 50 000 kiloa ja keltavahveroita reilut 10 000 kiloa. Herkkutatatin kilohinta oli 2,77 euroa, rouskujen 1,79 euroa ja keltavahveron 6,17 euroa. Luonnonsienten poimintatulot olivat vuonna 2013 noin 850 000 euroa, josta herkkutatien myynti kattoi 660 000 euroa (Marsi 2013).

## **Luonnonkasvit**

Suomen luonnosta löytyy suuri määrä kasvilajeja, joita voidaan käyttää moniin eri tarkoituksiin. Kasveja voidaan hyödyntää muun muassa ravintona, mausteina, rohdoksina, kosmeettisina valmisteina ja koristetuotteina. Monet näistä kasveista ovat hyvin tavallisia puu- ja kasvilajeja. Esimerkiksi männyn havuista ja suopursusta saadaan tislaamalla eteerisiä öljyjä ja koivunlehdistä teeaineksia. ( [www.luontoyrittaja.fi](http://www.luontoyrittaja.fi)).

Suomalaisten yrttikasvien valtteina ovat puhdas kasvuympäristö sekä suuri aromipitoisuus kesän pitkän päivän ansiosta. Yrttikasvien keruu edellyttää kasviesiintymien selvittämistä ja keruuajankohtien tuntemista. Myös keruu- ja jatkokäsittelymenetelmät tulee hallita. Toistaiseksi suuri osa Suomessa myytävistä yrttikasveista on tuontitavaraa Keski-Euroopasta. ([www.luontoyrittaja.fi](http://www.luontoyrittaja.fi)).

## **Marjaviinit**

Kotimaisia marja- ja hedelmäviinejä on Suomessa valmistettu myyntiin jo 1850-luvulla, mutta perinne katkesi kieltolain aikana (1919–1932). Suomen liittyttyä Euroopan unioniin tilaviinien valmistus on ollut mahdollista vuodesta 1995 lähtien. Varsinainen marjaviiniuusi Suomessa osuikin vuosituhaten vaihteeseen. Marja- ja hedelmäviinien myynti- ja valmistusoikeuden on Suomessa hankkinut kaikkiaan lähes 70 yrittäjää. Osa yrittäjistä on jo lopettanut toimintansa ja pieni osa ei koskaan edes aloittanut toimintaa. Yrittäjien määrä on viime vuosina edelleen laskenut. Vuonna 2011 aktiivisesti toimivia viinitiloja oli Suomessa yhteensä noin 20. Tilaviinien kokonaistuotanto on 2010-luvulla ollut runsaat 200 000 litraa vuodessa. Marja- ja hedelmäviinejä tilat ovat tuottaneet enimmillään noin 320 000 litraa. Useimmilla viinitiloilla viininvalmistuksen lisäksi tarjotaan matkailu- ja majoituspalveluita tai ruokaan liittyviä palveluita. Tärkeimmät liikevaihdon lähteet viinitiloilla ovat juomien valmistus ja myynti sekä ravintolapalvelut. (Karvonen 2012a, Karvonen 2012b, Kaitala 2011, Jokela 2013).

Viinitilojen toimintaa säädellään tiukasti muun muassa alkoholilaissa. Tilaviinin valmistus on luvanvaraista ja tilaviini -nimitystä voidaan käyttää ainoastaan käymisen avulla hedelmistä tai marjoista valmistetusta viinistä, jonka alkoholipitoisuus on enintään 13 tilavuusprosenttia. (STM päätös 7.6.1995/851). Raaka-aineista vähintään puolet (50 %) tulee olla peräisin valmistajan omalta tai tämän hallitsemalta viljelyalalta ja käytetyn marja- ja hedelmäaineksen tulee olla kokonaan (100 %) kotimaista. Raaka-aineen hankinta on lisäksi sallittua vain 60. leveysasteelta tai sen pohjoispuolelta. Tuontimarjan käyttö ei tiloilla siten ole käytännössä mahdollista silloin, kun tarkoituksena on valmistaa viiniä myytäväksi oman tilan myymälästä. Viinirypäleet muodostavat vielä oman poikkeuksensa: Vaikka viinirypäleet olisi kasvatettu Suomessa, ei niistä valmistettua rypäleiviiniä saa myydä viininä, eikä edes tilaviininä. Tilaviiniä saa tuottaa enintään

100 000 litraa vuodessa. Tilaviinin valmistajalla saa olla vain yksi vähittäismyyntipaikka, jonka tulee sijaita valmistuspaikan välittömässä läheisyydessä tai sen yhteydessä. Myynnin tulee myös tapahtua sisätiloissa, eikä muiden valmistajien tuotteita saa olla kaupan. Viinitilat eivät myöskään saa toimittaa tuotteitaan lähetysmyyntinä, eivätkä ne saa kohdistaa mainontaa yksityisille kuluttajille. Tilat on veloitettu myös järjestämään omavalvontaa. Suomessa on kehitetty marja- ja hedelmä-pohjaisille alkoholituotteille Kansallinen Laatujärjestelmä, joka valmistui vuonna 2005. Järjestelmä on ainutlaatuinen EU:ssa. (STM päätös 7.6.1995/851 ja 7.6.1995/852, Karvonen 2012a, Karvonen 2012b).

Useimmat viinitilat valmistavat viinin lisäksi muun muassa liköörejä. Koska viinitilat eivät saa myydä 13 tilavuusprosenttia vahvempia juomia, ei liköörien myynti viinitiloilta suoraan ole mahdollista. Liköörit on myytävä muiden kanavien kautta, kuten anniskeluravintoloissa tai Alkon kautta pulloittain. Myyntikanavien puute onkin merkittävä ongelma likööriä valmistaville viinitiloille ja liköörien myyntimäärät ovat jääneet hyvin pieniksi. Liköörien myynnin salliminen tiloilta suoraan kasvattaisi arvioiden mukaan tilojen liikevaihtoa ja parantaisi kannattavuutta. Liköörejä pidetään tilojen parhaina tuotteina ja niiden myynnin vapautumisen uskotaan houkuttelevan myös lisää asiakkaita tiloille. (Kaitala 2011).

Suomalaiset viinitilat ovat usein pieniä yrityksiä, jotka sijaitsevat maaseudulla tai kaukana kaupunkien keskusta-alueista. Tilojen taloudellinen vaikutus kohdistuu siten suurimmaksi osaksi syrjäseuduille elävöittäen maaseutua. Vaikutukset tulevat sekä viinin tuotannon että matkailun kautta. Suomalaiset viinitilat ovat suosittuja matkailukohteita ja usein kävijämäärä on moninkertainen kunnan asukaslukuun nähden. Suomalaisilla viinitiloilla vierailee vuosittain noin puoli miljoonaa matkailijaa, mikä hyödyttää tilan lisäksi myös sitä ympäröivää aluetta. Tämä edesauttaa maaseudun säilymistä elinvoimaisena. (Kaitala 2011).

## **Poiminnan organisointi**

### **Marjat**

Marja-alan kasvua rajoittaa eniten poimijapula. Kotimaiset poimijat ovat ehtineet eläkeikään, eikä marjanpoiminta kiinnosta nuorempia sukupolvia samassa laajuudessa kuin menneinä vuosikymmeninä. Tosin Vaaran ym. (2013) tutkimuksen tulokset eivät tue tätä väittämää varauksella. Tutkimuksessa pidettiin mahdollisena, että kotitaloudet myyvät marjoja aiempaa enemmän suoraan kuluttajille ohi välikäsien mahdollisesti paremman hinnan toivossa. Sekä kotimaisille että ulkomaisille poimijoille ratkaiseva poimintaan motivoiva tekijä onkin Marsin selvityksen mukaan marjoista saatava kilohinta ja poiminnan kokonaistulo. (Marsi 2013).

Marjayritykset ovat hakeneet poimijaongelmaan ratkaisua kutsumalla Suomeen ulkomaisia poimijoita satokauden ajaksi. Ulkomaisia poimijoita on viime vuosina ollut marjankeruussa useita tuhansia. Pääosa poimijoista on thaimaalaisia, mutta jonkin verran heitä tulee myös Itä-Euroopasta, Baltian maista ja Venäjältä. EU:n ulkopuolisista maista tulevat poimijat voivat työskennellä Suomessa viisumilla enintään kolme kuukautta. EU-maista tulevat voivat olla maassa saman ajan ilman viisumia. (Roininen & Mokka 2007, Marsi 2013).

Vielä 1990-luvun lopulla ulkomaisten marjanpoimijoiden merkitys oli Suomessa marginaalinen. Vuonna 2011 ulkomaisten poimijoiden määrä oli noussut jo 4 000:een. Näistä jokainen keräsi keskimäärin 2 250 kiloa marjoja. Kerättyjen marjojen kokonaismäärä vuonna 2011 oli 44 miljoonaa kiloa ja niiden arvo lähenteli 100 miljoonaa euroa (Vaara ym. 2013). Ulkomaisten poimintaosuus luonnonmarjojen kokonaismyynnistä vuonna 2011 oli 78 prosenttia. Vuonna 2012 osuus laski 68 prosenttiin ja nousi vuonna 2013 jälleen 79 prosenttiin, kun osuudet lasketaan Marsin kyselyyn vastanneiden yritysten kokonaismäärästä. Luonnonmarjojen kokonaismyyntiin suhteutettuna ulkomaisten poimintaosuus vuonna 2012 oli 47 prosenttia ja vuonna 2013 noin 55 prosenttia. (Marsi 2011).

Ulkomaisten poimijoiden käyttöä yritykset pitävät tänä päivänä ehdottomana edellytyksenä marjojen talteen saamiselle. Alkuvuosina ulkomaiset poimijat kiersivät pääasiassa Lapin ja entisen Oulun läänin marjamaita. Nykyisin poimijat liikkuvat myös muualla Suomessa. Heitä on ryhmänä helppo ohjata alueille, joissa marjaa on parhaiten (Marsi 2013). Vaaran ym. (2013) tutkimuksessa ulkomaisen työvoiman käyttöä marjanpoiminnassa ei kuitenkaan pidetty kestäväenä ratkaisuna, sillä mahdollisten säädösten ja rajoitusten arvioitiin aiheuttavan epävarmuutta marjatoimialalla ja heikentävän alan kasvunäkymiä.

## **Sienet**

Toisin kuin marjat, luonnonsienet poimitaan Suomessa lähes kokonaan kotimaisin voimin. Vuonna 2013 ulkomaisten poimijoiden osuus luonnonsienten kokonaismyynnistä oli kaksi prosenttia ja vuonna 2012 prosentin verran (Marsi 2013). Suomalaisista kotitalouksista noin 40 prosenttia kerää sieniä vuosittain. Kerääjien innokkuus vaihtelee sadon mukaan siten, että hyvinä satovuosina sienestäminen on yleisempää kuin heikkoina satovuosina. Kotitaloudet käyttävät vuosittain 85–90 prosenttia kerätystä sienisadosta omiin tarpeisiinsa. Myyntiin sieniä kerätään siten 10–15 prosenttia talteen otetusta määrästä. Kaupalliseen sienten keruuseen osallistuu noin prosentin verran kotitalouksia (Turtiainen ym. 2012). Kuten luonnonmarjoista myös luonnonsienistä saatava poimintatulo on kerääjälleen verotonta tuloa (Marsi 2013).

## **Luonnontuotealan työllistävyys**

Luonnontuotealan yritykset ovat Suomessa pääosin pieniä perheyrityksiä, jotka työllistävät pari henkilöä kokoaikaisesti. Teollisuusmittaluokan elintarvikeyrityksiä on vain muutama. Nämä yritykset harjoittavat marjojen ostoa, pakastamista ja vientiä. Etenkin marja-alan yrityksissä viennin osuus voi olla jopa yli 90 prosenttia tuotannosta. Vienti suuntautuu pääosin Keski- ja Etelä-Eurooppaan sekä yhä useammin Aasiaan. ([www.luontoyrittaja.fi](http://www.luontoyrittaja.fi)).

Luonnontuotealan yritysten määrä on noussut maassamme 1990-luvulta lähtien ja myös uutta yritystoimintaa on noussut erikoisraaka-aineiden hyödyntämiseen perinteisen jalostuksen rinnalle. Vaikka jatkojalostusyrietykset ovat kooltaan pieniä, on niillä työllisyyden kannalta huomattava merkitys suuren lukumäärän vuoksi. Yritysten toiminnan jatkuvuuden kannalta keskeistä on raaka-aineen eli luonnontuotteiden saatavuus. Ulkomaisten poimijoiden merkitys on kasvanut kaupallisessa poiminnassa, kun kotitaloudet poimivat luonnontuotteita myyntiin aiempaa vähemmän. ([www.luontoyrittaja.fi](http://www.luontoyrittaja.fi)).

## **Luonnontuotteiden ulkomaankauppa**

Luonnonmarjoja tuodaan Suomeen ja viedään maasta sekä tuoreena että jäädytettynä. Suomalaisia metsämarjoja viedään nykyisin noin 20:een eri maahan. Vientimäärä on viime vuosina kasvanut sitä mukaa, kun kaupallinen poiminta on tehostunut. Vuonna 2013 metsämarjoja vietiin maastamme tuoreena ja pakastettuna yhteensä noin 9,7 miljoonaa kiloa, arvoltaan noin 25,8 miljoonaa euroa. ([www.arctic-flavours.fi](http://www.arctic-flavours.fi) 19.8.2014). Tuonti- ja vientitietoja tuoreista luonnonmarjoista on saatavissa tuotekohtaisesti ainoastaan mustikasta ja puolukasta. Jäädytetyistä luonnonmarjoista oma nimike on vain mustikalla. Muut jäädytetyt luonnonmarjat ovat useasta marjalajista muodostuvan yhteisen tuotenimikkeen alla. (Marsi 2013)

Vuonna 2013 Suomesta vietiin mustikkaa tuoreena liki 760 000 kiloa ja jäädytettynä noin 3,2 miljoonaa kiloa. Vuoteen 2012 verrattuna tuoreen ja jäädytetyn mustikan vienti oli yhteensä noin 0,4 miljoonaa kiloa suurempi. Viennin arvo vuonna 2013 oli noin 12 miljoonaa euroa. Tuoreena mustikkaa tuotiin Suomeen vuonna 2013 hieman yli miljoona kiloa ja jäädytettynä runsaat 4 miljoonaa kiloa. Määrä jäi noin 0,1 miljoonaa kiloa pienemmäksi kuin vuonna 2012. Kun tuontia ja vientiä tarkastellaan pitemmällä aikavälillä, ovat vuosittaiset vaihtelut olleet suuria. Esimerkiksi vuosina 2005–2013 tuoreen ja jäädytetyn mustikan tuonti yhteensä on vaihdellut noin 2,4 miljoonasta kilosta vuonna 2008 noin 5,4 miljoonaan kiloon vuonna 2012. Niinä vuosina, jolloin tuonti on ollut suurta, vienti on ollut keskimääräistä vähäisempää ja päinvastoin. Tuoremustikkaa on viime vuosina tuotu Suomeen pääasiassa Ruotsista ja Virosta. Tuoreiden mustikoiden vienti Suomesta suuntautuu lähes kokonaan Ruotsiin. Jäädytettyä mustikkaa viedään



eniten Kiinaan (2,2 milj. kg vuonna 2013), Japaniin (0,5 milj. kg), Ruotsiin (0,2 milj. kg) sekä Puolaan ja Saksaan (0,1 milj. kg). Suurimmat jäädytetyn mustikan tuojat Suomeen ovat Ruotsi (3,3 milj. kg vuonna 2013), Venäjä (0,3 milj. kg), Viro ja Puola (0,2 milj. kg). (Marsi 2013).

Puolukkaa vietiin Suomesta vuonna 2013 tuoreena saman verran kuin mustikkaa eli noin 760 000 kiloa. Määrä oli noin 100 000 kiloa pienempi kuin edellisenä vuonna. Lähes koko vienti suuntautui Ruotsiin. Tuorepuolukkaa tuotiin Suomeen vuonna 2013 hieman vajaat 0,4 miljoonaa kiloa. Tämä oli liki 0,3 miljoonaa kiloa enemmän kuin vuonna 2012. Myös tuoreen puolukan kohdalla tuonti on ollut keskimääräistä suurempaa silloin, kun vienti on vähäistä ja päinvastoin. (Marsi 2013). Pakastetun puolukan vientimäärä Suomesta vuonna 2013 oli noin 4,9 miljoonaa kiloa. Tärkeimmät kohdemaat olivat Ruotsi, Itävalta ja Saksa. (www.arctic-flavours.fi 19.8.2014).

Vielä vuonna 2005 tuorepuolukkaa tuotiin Suomeen lähes yksinomaan Venäjältä. (Roininen & Morkkila 2007). Myös mustikan suurin tuoja Suomeen oli 2000-luvulla Venäjä. Vuonna 2007 tuontimäärät alkoivat kuitenkin nopeasti pienentyä. Esimerkiksi vuonna 2006 Suomeen tuotiin Venäjältä lähes 3 miljoonaa kiloa pakastemustikkaa, mutta vuonna 2007 määrä oli enää noin miljoona kiloa. (Paassilta ym. 2009). Vuonna 2013 jäädytetyn mustikan tuontimäärä Venäjältä jäi 0,3 miljoonaan kiloon (Marsi 2013).

Sienistä ulkomaankauppaa käydään pääasiassa herkkutateilla. Jonkin verran tuontia ja vientiä on myös kelta- ja suppilovahveroilla. Vuonna 2013 tatteja tuli myyntiin vajaat 239 000 kiloa ja vientiin niitä meni tuoreena tai jäädytettynä noin 51 000 kiloa. Koko määrä vietiin Italiaan. Samaan aikaan tatteja tuotiin maahan noin 14 000 kiloa. Tuontimaina olivat Latvia ja Viro. Keltavahveroa eli kantarellia tuotiin Suomeen tuoreena tai jäädytettynä noin 71 000 kiloa vuonna 2013 pääasiassa Virosta ja Venäjältä. Vientiä ei vuonna 2013 ollut ollenkaan, mutta edellisenä vuonna kantarelleja vietiin Belgiaan lähes 5 000 kiloa. (Marsi 2013).

## **2.1 Pohjois-Karjala ja Kainuu tuotantopalveluiden raaka-ainelähteinä**

Pohjois-Karjala on yksi Suomen metsäisimmistä maakunnista ja maa- ja metsätaloudella on perinteisesti ollut suuri merkitys alueen kuntatalouksille. Maaseudun rakenneuudistus on kuitenkin lisännyt pyrkimyksiä kehittää aluetta siten, että maa- ja metsätalouden rinnalle syntyy uusia kannattavia elinkeinovaihtoehtoja (Julkunen–Tiitto & Karjalainen 2011). Alueella pyritään esimerkiksi aktiivisesti lisäämään eri luonnonvarojen hyödyntämistä. Muun muassa luonnonmarjavarannot ovat Pohjois-Karjalassa runsaat

ja tarjoavat uusia liiketoimintamahdollisuuksia. Pohjois-Karjala ja muu Itä-Suomi kuuluvat tärkeimpiin marjantuotantoalueisiin maassamme ja alueelta myyntiin poimitut mustikka- ja puolukkamäärät ovat vuosittain olleet 1–5 miljoonaa kiloa. Marjavarannoista alueella hyödynnetään kuitenkin vain vähäinen osa teollisuuden jatkojalostuksessa. Nykyisin alueelta viedään suuria määriä jalostamatonta mustikkaa erityisesti Japaniin ja Etelä-Koreaan. (Marsi 2013, Metsätalastollinen vuosikirja 2013, Julkunen-Tiitto & Karjalainen 2011, Turtiainen ym. 2007).

Sienten tuottajana Pohjois-Karjala ja Itä-Suomi ovat niin ikään merkittävää aluetta. Suomen kaupallisesti tärkeimmän luonnonsienien eli herkkutatin parhaat sienimaastot ovat Pohjois-Karjalassa. Myös lähes kaikista muista kaupallisesti merkittävistä luonnonsienistä pääosa kerätään Itä-Suomesta. Pohjois-Karjalassa ja muualla Itä-Suomessa sienten poimintaperinne on vahva ja alueella on järjestettyä ostotoimintaa eniten koko maassa. Vuonna 2013 myyntiin poimituista herkkutateista yli 90 prosenttia tuli Itä-Suomesta ja kaikkien sienten poimintatuloista alueen osuus oli 85 prosenttia. Vuotta aiemmin oli heikko sienivuosi ja lähes koko myyntiin tullut herkkutattimäärä poimittiin Itä-Suomen metsistä. Tatit menevät lähes kokonaan vientiin ja pääosin Italiaan. (Marsi 2013).

Kainuu kuuluu myös Suomen tärkeimpiin luonnonmarja-alueisiin, sillä tärkeimpien marjalajien eli puolukan, mustikan ja lakan sadot ovat parhaita Lapin ohella Oulun-Kainuun alueella. Näillä alueilla luonnonmarjojen poiminnasta saatavalla tulolla on myös eniten merkitystä ansionlisänä (Roininen & Morkkila 2007). Kainuussa on lisäksi pitkät perinteet luonnon hyödyntämisessä elannon turvaajana ja alueella on edelleenkin paljon tähän liittyvää yrittäjyyttä. Kainuussa likipitään kaikki kotitaloudet käyvät marjassa joka vuosi, mutta pääasiassa marjat kerätään omaan käyttöön. Vain 5–6 prosenttia alueen asukkaista poimii nykyisin marjoja myyntiin. ([www.luontoyrittaja.fi](http://www.luontoyrittaja.fi), Mikkonen & Moisio 2011).

Vuonna 2013 mustikka- ja puolukkasato oli Kainuussa normaalia heikompi, joten myyntiin kerätyt määrätkin jäivät keskimääräistä pienemmiksi. Luonnonmarjojen poimintatuloista Oulu-Kainuu alueelle kertyi 14 prosenttia vuonna 2013, mikä oli heikon sadon vuoksi tuntuvasti keskimääräistä alhaisempi. Vuonna 2012 alueen osuus koko maan poimintatuloista oli neljännes, mutta osuudet ovat olleet hyvinä satovuosina selvästi tätäkin suurempia. Luonnonsienien kaupallisena keruualueena Oulun-Kainuun merkitys on vähäisempi kuin marjojen osalta. Vuonna 2013 sienten poimintatulosta alueen osuus oli pari prosenttia. Kyseessä oli kuitenkin keskimääräistä heikompi sato-vuosi. (Marsi 2013).

## 2.2 Suomalaisen luonnontuotteiden mahdollisuudet

### Marjat

Marjojen jalostus Suomessa on ollut toistaiseksi hyvin perinteistä. Suurimpia marjojen käyttäjiä ovat mehu- ja hilloteollisuus, alkoholiteollisuus ja pakasteita valmistava teollisuus. Mehuteollisuus käyttää pääosin puolukkaa. Hillo- ja marmeladiteollisuus käyttää luonnonmarjoja vuosittain noin miljoona kiloa. Pakasteissa kotimaisten luonnonmarjojen vuotuinen osuus on 0,5–0,8 miljoonaa kiloa. Alkoholiteollisuus käyttää luonnonmarjoja lähinnä viinien ja liköörien valmistukseen noin 0,5 miljoonaa kiloa vuodessa. Luonnonmarjoja käytetään lisäksi jugurttien maustamiseen, lastenruokiin, jälkiruokajauheisiin, elintarviketeollisuuden leimausväreihin ja elintarvikewäreihin. Marjojen käyttö lisäravinteina ja kosmetiikassa on myös lisääntynyt. (Roininen & Mokka 2007, [www.luontoyrittaja.fi](http://www.luontoyrittaja.fi)).

Viimeaikaiset tutkimukset ovat nostaneet esiin marjojen terveysvaikutukset ja osoittaneet, että marjojen ravintosisältö on moninainen. Marjat ovat osoittautuneet muun muassa hyväksi ja monipuolisiksi fenoliyhdisteiden kuten flavonoidien lähteiksi. Flavonoidit ja muut fenoliyhdisteet ovat elimistöä suojaavia antioksidantteja. (Roininen & Mokka 2007).

Marjoja voidaan jatkojalostaa esimerkiksi fraktioimalla marjoja uutteen ja kuitufraktioiden valmistamiseksi. Toistaiseksi marjauutteita valmistetaan Suomessa melko vähän. Sen sijaan erityisesti jäädytetyn mustikan vienti Suomesta on kasvanut viime vuosina voimakkaasti. Tällä hetkellä mustikkaa ja puolukkaa viedään jäädytettynä suuria määriä ulkomaisen marjateollisuuden raaka-aineeksi. Suurissa mustikan vientimaissa Kiinassa ja Japanissa marjasta valmistetaan antosyaaniuutteita, joita jatkojalostetaan edelleen muun muassa lisäravinteiksi ja luontaistuotteiksi. Uutteita käytetään myös elintarvikke- ja kosmetiikkateollisuudessa. Erilaisten marjajauheiden ja -uutteen määrä markkinoilla on suuri. Lähtökohtana uutteen ja fraktioiden valmistuksessa on marjan hyödyntäminen mahdollisimman tarkkaan. Käytännössä raaka-aineena voi olla joko koko marja tai mehunvalmistuksen puristejäte. (Roininen & Mokka 2007).

Marjojen terveyshyödyistä voitaisiin saada huomattavaa lisäarvoa jatkojalostamalla niitä mahdollisimman pitkälle jo kotimaassa. Jotta tällä hetkellä vientiin menevästä marjasta voitaisiin jalostaa nykyistä suurempi osa kotimaassa, edellyttäisi se tuotannon saamista raaka-marjan vientiä kannattavammaksi. Suomen vahvuuksia marja-alalla ovat marjalajikkeiden runsaus sekä puhdas luonto. Luonnonmarjavarannot riittävät myös nykyistä laajempaan käyttöön, sillä varsinkin mustikan, puolukan sekä lakan sadoista hyödynnetään nykyisin vain pieni osa (Roininen & Mokka 2007).

Mesimarjalla olisi vientimarkkinoilla suuria mahdollisuuksia. Mesimarja on hyvin maukas marja ja siitä maksetaan korkea kilohintaa. Teollisuus maksaa kerääjälle ostamastaan mesimarjasta noin 20 euroa kilolta, mutta yksityisten kerrotaan maksaneen jopa sadan euron kilohintaa. Mesimarjan kysyntä ylittää tarjonnan moninkertaisesti. Mesimarjan ongelmina ovat marjan pieni koko, mikä tekee keräämisestä hidasta, sekä heikot sadot. Huonoina vuosina sato saattaa jäädä jopa kokonaan saamatta. (Ånäs 2013)

Mesimarjan viljelyä on pyritty kehittämään jo yli 60 vuotta. Kaupalliseen käyttöön mesimarjaa viljelee Suomessa noin 50 puutarhuri, mutta päätoimisesti ei juuri kukaan. Viljelyala on kaikkiaan vajaat viisi hehtaaria. Viljelty kaupallinen sato on nykyisin noin 5 000 kiloa vuodessa. Nykyisin menetelmin viljely onnistuu erinomaisesti noin joka kolmas vuosi. Muina vuosina toiminta voi jäädä tappiolliseksi. Itä-Suomen yliopistossa käynnistetyssä hankkeessa tehokkaampia viljelymenetelmiä on kehitelty jo usean vuoden ajan. Mesimarjaa jalostetaan muun muassa hilloiksi, hyytelöiksi, likööriksi ja viineiksi. Tuotteilla olisi arvioiden mukaan suuri kysyntä etenkin Keski-Euroopassa, Venäjällä, Kiinassa ja Japanissa. (Ånäs 2013).

### **Sienet ja yrtit**

Sienikauppa Suomessa on yleisesti tuorekauppaa, joten jalostus on melko vähäistä. Rouskujen kohdalla jalostus on kuitenkin yleistä, sillä ne vaativat ryöppäyksen, ennen kuin ovat syöntikelpoisia. Rouskuista valmistetaan käsittelyn jälkeen muun muassa sienisalaatteja, -marinadeja ja säilykkeitä. Rouskuista tehdyt elintarvikkeet myydään kuluttajille kotimaassa, sillä vientimarkkinoilla ne eivät ole saavuttaneet kuluttajien suosiota. Herkkutatteja ja vahveroita pakastetaan ja kuivataan jonkin verran. Niitä myydään myös miettoon suolaliemeen säilöttynä. Pääosin tatit ja vahverot myydään kuitenkin tuoreina. ([www.luontoyrittaja.fi](http://www.luontoyrittaja.fi)).

Kauppayrtit myydään Suomessa kuluttajille lähes yksinomaan jalostettuina. Yleinen yrttien jalostustapa on kuivaus. Kuivaamalla yrteistä valmistetaan muun muassa teetä ja mausteita. Yrteistä uutetaan myös eteerisiä öljyjä, joita käytetään rohdosvalmisteiden raaka-aineina. Elintarvikkeiden lisäksi luonnonkasveja käytetään yhä enemmän käsitöälällä, floristiikassa ja hoitopalveluissa. ([www.luontoyrittaja.fi](http://www.luontoyrittaja.fi)).

Suomessa on pitkät perinteet luonnontuotteiden keruussa ja käytössä. Keruun ja käytön perustana ovat jokamiehenoikeudet, jotka mahdollistavat kaikille vapaan kulkemisen luonnossa ja luonnonantimien keruun. Suomi on myös hyvin pitkä maa ja luonnonolosuhteet maan eri osissa vaihtelevat paljon. Pohjois-Suomessa esimerkiksi kasvukausi on jopa kaksi kuukautta lyhyempi kuin maan eteläosissa. Pohjoisessa läpi yön paistava aurinko kuitenkin kompensoi lyhyttä kasvukautta. Valoisat yöt myös vahvistavat niin mar-

jojen kuin yrttienkin aromeja ja ravintoainepitoisuuksia. Sääolot ja sen myötä satomäärät vaihtelevat maan eri osissa vuosittain, mikä varmistaa, että jossain päin maata satoa on yleensä aina kerättävissä. ([www.luontoyrittaja.fi](http://www.luontoyrittaja.fi)).

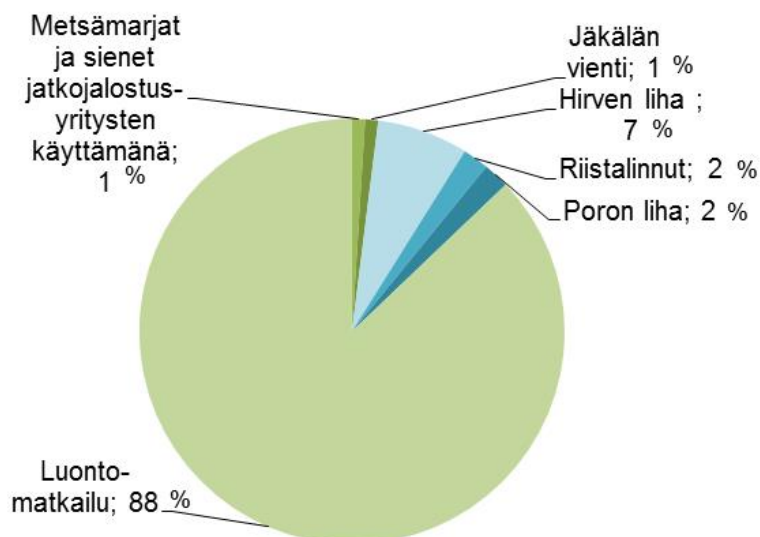
## **Luomutuotanto**

Suomen metsät ovat pääosin puhtaita ja yli 90 prosenttia niistä täyttää EU:n keruutuotteille asettamat luomukriteerit. Tästä huolimatta tuotteet eivät ole automaattisesti luomua. Luomukeruutuote -nimitystä voi käyttää vain silloin, kun poimija sitoutuu luomuohjeisiin ja raaka-aineen keruualue on virallisesti hyväksytty luomutuotantoalueeksi. Luomukeruutuotteita valvoo Evira yhteistyössä ELY-keskusten kanssa. Luomukeruualueista täytyy tehdä kerran vuodessa ilmoitus ELY-keskukselle. Ilmoituksesta tulee selvittää, miltä alueilta raaka-aineita kerätään ja mitä tuotteita kerätään. Ilmoitus tehdään viimeistään kuukautta ennen keruun aloittamista. ([www.luontoyrittaja.fi](http://www.luontoyrittaja.fi), [www.evira.fi](http://www.evira.fi)).

Luomukeruualueeksi voidaan hyväksyä vain sellainen maasto, jossa kemiallisia lannoitteita tai kasvinsuojeluaineita ei ole käytetty viimeisten kolmen vuoden aikana. Keruualueen vähimmäisetäisyys teistä on myös määritelty. Luomutuotevalvonnassa koko ketju metsänomistajista ja poimijoista tuotteiden ostajiin ja jalostajiin sitoutetaan luomulaatujärjestelmään. Sertifioituja luomumarjojen keruualueita on eniten Lapissa ja Oulun suuralueella. Vuonna 2013 noin 60 prosenttia luomuluonnonmarjoista kerättiin kuitenkin Länsi- ja Itä-Suomen alueilta, missä luomukeruualueita on vähän. Edellisenä vuonna noin puolet luomusadosta kerättiin Itä-Suomesta. Luomuluonnonmarjojen osuus kerättyjen marjojen kokonaismäärästä on toistaiseksi ollut pieni. Esimerkiksi vuonna 2013 luomumustikan osuus oli 17 prosenttia, luomupuolukan 7 prosenttia ja luomulakan 3 prosenttia tuotteiden kokonaismäärästä. Poimijan saama hinta luomumarjoista ei poikkea tavallisten marjojen hinnoista. Luomulisä hyödyttää vasta ostajia ja jalostajia, kun tuotteiden edelleen markkinointi helpottuu luomun ansiosta. Luomusienien määrästä ei ole saatavilla tilastotietoja. (Marsi 2013).

## **Alan kehittämiseksi tarvitaan tietoa**

Koko metsäsektorin osuus Suomen bruttokansantuotteesta oli vajaat neljä prosenttia vuonna 2013. Osuus on suurin Euroopassa. Suomen viennin arvosta metsäteollisuustuotteiden osuus on noin viidennes. Puu ja puutuotteet muodostavat noin 70 prosenttia metsiemme kaikkien tuotteiden arvosta. Muiden metsien tuotteiden osuudeksi jää siten noin 30 prosenttia, josta luontomatkailu kattaa liki 90 prosenttia (Kuvio 1). (Kansantalouden tilinpito 2014, Parviainen & Västilä 2011).



**Kuvio 1.** Metsiemme tärkeimmät tuotteet ilman puutuotteita. Kokonaisuus 30 % metsäsektorin kokonaisarvosta. (Lähde. Parviainen & Västilä 2011)

Marjojen ja sienten sekä muiden luonnontuotteiden poiminta ja jalostus on Suomessa pieni toimiala. Kuluttajien arvostukset ovat kuitenkin muuttuneet ja marjojen sekä marjajalosteiden arvostus on kasvussa muun muassa niiden terveystuotteiden vuoksi. Lähirooka on niin ikään nostanut suosiotaan ympäristövaikutustensa vuoksi. Tämä on lisännyt kiinnostusta myös kotimaisiin sieniin sekä kasviksiin ja villiyrteihin. Trendi on maailmanlaajuinen, joten suomalaisille tuotteille voisi olla avautumassa markkinoita niin Euroopassa kuin Aasiassakin.

Lisääntynyt kysyntä edellyttää entistä enemmän raaka-ainetta. Marjojen ja muiden luonnontuotteiden keräilyä ja jalostusta olisi myös tehostettava ja kehitettävä vastaamaan sekä teollisuuden että kuluttajien tarpeita, sillä kuluttajat arvostavat yhä useammin helppoutta elintarvikkeiden käytössä.

Luonnontuotealan tuotekehittäminen ja yritysten toiminnan kehittäminen edellyttävät tietoa marjojen ja sienten kaupallisen poiminnan nykytilanteesta. Tämän tiedon pohjalta voidaan kartoittaa alan mahdollisuuksia sekä tulevaisuuden näkymiä. Tärkeää on myös selvittää, millaisia mahdollisuuksia yhteistyö naapurimaiden ja etenkin Venäjän kanssa tarjoaa toimialalla.

### **3. HAASTATTELUTUTKIMUKSEN TULOKSET**

#### **3.1 Haastatteluaineisto ja haastattelujen toteutus**

Tutkimuksen aineisto kerättiin haastatteleamalla henkilökohtaisesti kahdeksaa toimijaa Pohjois-Karjalassa ja Kainuussa. Haastateltavat edustivat pieniä yrityksiä marjojen ja sienien poiminnassa sekä jalostuksessa. Lisäksi edustettuna olivat luonnonyrtytien jalostaminen, tilaviinit sekä yhdistys, jonka toiminnan keskeinen osa on toimialan kehittäminen.

Haastattelut tehtiin ajanjaksolla 25.9.2013–20.10.2013 yritysten omissa toimitiloissa tai niiden läheisyydessä. Yksi haastatteluista tehtiin puhelimitse. Haastatteluista oli sovittu etukäteen ja kukin haastattelu kesti 45–90 minuuttia. Haastattelut tallennettiin ja litte-  
roititiin ennen niiden analysointia. Sen jälkeen haastattelut analysoitiin laadullisesti.

Haastatteluissa selvitettiin yrityksen toiminnan organisoituminen ja laajuus sekä historia. Haastattelut käytiin teemahaastatteluina (Hirsjärvi ja Hurme 2001). Keskusteluissa haastateltavia pyydettiin kertomaan teemoista, joista oli informoitu alustavasti etukäteen sähköpostitse. Haastattelun tavoite oli ilmaistu muodossa: Mikä on marjojen ja sienien kaupallisen poiminnan nykytilanne ja tulevaisuudennäkymät erityisesti Suomen ja Venäjän rajat ylittävän yhteistyön osalta?

Keskusteltavat teemat olivat:

- 1) Yrityksen liiketoiminnan kuvailu ja luonnonmarjojen / sienien merkitys siinä
- 2) Alan näkymät ja kehittäminen oman yrityksen näkökulmasta
- 3) Toimialan näkymät ja kehittäminen
- 4) Julkisen vallan toimet alan kannalta
- 5) Lähialueyhteistyön mahdollisuudet

Haastattelujen litteroinneista tehtiin yhteenvedot, joiden pohjalta muodostettiin näkemys toimialan nykytilasta, siellä esiintyvistä ongelmista, kehittämistarpeista ja mahdollisuuksista sekä tulevaisuuden näkymistä.

Koska haastatteluissa oli edustettuina yrityksiä vain tärkeimmiltä marjan- ja sientenkeruu-alueilta Itä-Suomesta ja Kainuusta, ei aineistolla ole valtakunnallista kattavuutta. Haastatteluja tehtiin kuitenkin lukumääräisesti monta ja hyvin erilaisissa yrityksissä. Niistä saatiin myös runsaasti tutkimuksen aihepiiriin liittyvää aineistoa. Siten tulosten voidaan katsoa antavan yleisemminkin hyvän käsityksen toimialasta, siellä vallitsevista käytännöistä ja tulevaisuuden näkymistä sekä yritysten tavoitteista ja ongelmista.

Haastateltavat olivat myös valikoituneita siinä mielessä, että kaikki haastateltavat olivat antaneet yhteystietonsa Arktiset Aromit ry:n internet-sivuille, eli olivat sen jäseniä. Haastateltavat yritykset olivat siis jo valmiiksi verkostoituneita ja mukana alan kehittämis-toimissa.

Haastattelujen tulokset ja päätelmät esitetään tässä raportissa.

### **3.2 Yritysten kuvaus**

Haastatteluissa edustettuna olevat yritykset olivat marjojen ja sienten poimintaa, puhdistusta, pakastusta ja jatkojalostusta harjoittavia toimijoita. Myös marjaviinien valmistus, yrttien keräys ja jatkojalostus sekä luonnontuotealan edunvalvonta ovat edustettuina haastatteluaineistossa. Alueellisesti aineistossa ovat edustettuina Pohjois-Karjala ja Kainuu.

Yritykset poikkesivat toisistaan sekä kooltaan että toiminnaltaan. Mukana oli yrityksiä, jotka hoitivat koko ketjun marjojen ostosta ja puhdistamisesta pakastamiseen ja välitykseen tai vain osan näistä toiminnoista. Osa yrityksistä osti marja- tai sieniraaka-aineen välittäjiltä ja jatkojalosti niitä mehuiksi ja soseiksi tai kuivaamalla erilaisiksi tuotteiksi. Joillakin jatkojalostajilla oli myös jonkin verran omaa perusraaka-aineen hankintaa. Viininvalmistuksessa valmis mehutiiviste ostettiin toiselta yrittäjältä. Osa yrityksistä keskittyi luonnonmarjoihin, osa taas otti vastaan ja välitti myös viljeltyjä marjoja.

Sieniyrityksissä herkkutateista valtaosa myytiin tuoreina. Jonkin verran myös pakastettiin. Herkkutattien lisäksi välitettiin kantarelleja, korvasieniä, haaparuskuja ja kangasruskuja.

Osa yrityksistä oli pitkään toimineita, osa vasta vähän aikaa alalla olleita. Monet yritykset olivat perheyrityksiä.



### **3.3 Marjojen, sienten ja yrttien keruu**

#### **3.3.1 Poiminnan organisointi**

Haastatteluissa edustettuina olevista yrityksistä marjojen poiminnan organisoinnin hoitivat pääosin marjavälittäjät. Marjojen jalostajat eivät useinkaan itse ostaneet marjoja suoraan kerääjiltä, vaan käyttivät välittäjiä, joilla on suuret pakastamot.

Aiemmin marjojen ja sienten poiminta on ollut lähes kokonaan suomalaisten poimijoiden käsissä. Haastatteluissa yrityksissä sienten poiminnan hoitivat edelleenkin pääosin kotimaiset kerääjät. Teollisuuteen menevä marja sen sijaan kerättiin lähes kokonaan (90 %) ulkomaisten poimijoiden avulla. Kotimaisia poimijoita arvioitiin kuitenkin olevan muuta maata enemmän vielä Pohjois-Karjalassa, Kainuussa ja Pohjanmaalla. Pohjanmaalla marjastuksen suosion arveltiin liittyvän osittain liikuntaan, sillä marjastuksen uskottiin edustavan jonkinlaista liikuntamuotoa alueella. Hyvänä marjavuonna alueelta saatetaankin saada kotimaisin voimin jopa miljoona kiloa puolukkaa.

Suomeen saapuville vierasmaalaisille poimijoille yritykset olivat yleensä järjestäneet jonkinlaisen koulutuksen paikan päällä heti saapumisen jälkeen. Koulutus voi olla esimerkiksi päivän kestävä opastus, jossa käytetään apuna videoita. Suomeen tulleet ulkomaiset poimijat ovat maksaneet noin 3 000 euron kulupaketin, johon on sisältynyt myös ruokailu. Kulupaketin ylimenevä osa on muodostanut poimijoiden palkan. Haastatteluissa tuotiin esille, että thaimaalaiset ovat tarkkoja poimijoita toisin kuin suomalaiset, joiden todettiin poimivan vain parhaat marjat päältä ja pahimmillaan sotkevan varvikot.

Viime aikoina thaimaalaisten kerrottiin perustaneen myös omia poimintaan keskittyneitä yrityksiä. Nämä yritykset hoitavat marjojen poiminnan ja myynnin marjanvälittäjille.

Poimijoiden kuljetuksista eri puolille maata hyvän sadon perässä todettiin, että välimatkalla ei ole suurta väliä, kun ostettavat määrät ovat jopa 10 000 – 20 000 kilon suuruisia. Niinpä kerääjiä siirrelläänkin nykyisin varsin laajalla alueella. Korostettiin kuitenkin, että marjat on saatava pakastettua nopeasti ja saman tien eteenpäin keräyksen jälkeen. Yritykset ostavat marjat yleensä poimijoiden majoituspaikalla vähintään joka toinen ilta. Kylmäketjusta huolehditaan ostohetkestä alkaen.

Yritykset pyrkivät varmistamaan satotilanteen paikallisten edustajiensa avustuksella ennen poimijoiden ohjaamista keruualueille. Lisäksi apuna käytettiin Ilmatieteenlaitoksen julkaisemia tietoja (sademäärät, keskilämpötilat ym.), joiden perusteella sadon kehityksestä voidaan myös tehdä jonkin verran päätelmiä.

Suomalainen talousmetsä arvioitiin marjasatojen kannalta paremmaksi kuin metsät monessa muussa maassa. Lisäksi Suomessa metsien hakkuita varten tehtyjen metsäautotieverkostojen todettiin helpottavan marjastajien pääsyä metsään.

Sienten kerääjien kerrottiin poimivan yleensä myös marjoja. Nämä kerääjät olivat usein vakituista joukkoa, jopa kolmannessa polvessa. Samoin kuin marjojen kohdalla sienimetsätkin käydään ennakkoon alueellisesti tarkkaan läpi erityisesti tattien ja rouskujen osalta satotilanteen varmistamiseksi. Paikalliset poimijat hoitavat nämä tarkastukset ja tiedottavat tilanteesta yritykselle. Näin yritykset ovat koko ajan selvillä satotilanteesta.

Lisäksi mainittiin, että tattien kerääjät tuntevat sadon alkamisen merkit sekä satokauden pituuden hyvin ja osaavat toimia niiden mukaisesti. Poimijoille myös tiedotetaan tekstiviesteillä sadon kypsymisestä.

Ulkomaisten, lähinnä Italiasta, Espanjasta, Venäjältä ja Virosta tulleiden lomailijoiden tiedettiin myös keräävän jonkin verran sieniä myyntiin. Poimintatuloilla he ovat usein kustantaneet koko lomansa. Keskusteluissa mainittiin, että esimerkiksi Pohjois-Karjalassa ahkera poimija voi sieniä ja marjoja keräämällä ansaita 6 000–10 000 euroa satokauden aikana. Etenkin herkkutatteja keräämällä poimijat pystyvät nostamaan poimintatulojaan.

### **3.3.2 Poimintaan liittyvät ongelmat ja kehitystarpeet**

Haastatteluissa tuotiin usein esiin vuosittaisten satovaihteluiden aiheuttamat suuret ongelmat sekä marjojen että sienten poiminnan organisoinnille. Satovaihteluiden ennakkoimattomuus hankaloittaa muun muassa ulkomaisten poimijoiden tarpeen arviointia. Ulkomailta tulevien poimijoiden on myös pystyttävä kattamaan matkakulunsa poimintatuloilla ja sen todettiin heikkona satovuonna olevan joskus vaikeaa.

Vaikeuksia oli aiheuttanut myös Bangkokin Suomen suurlähetystön vähäiset resurssit, joiden vuoksi thaimaalaisten poimijoiden viisumien kirjoittaminen on jouduttu aloittamaan jo varhain keväällä. Aikaisella ajankohdalla on pyritty varmistamaan, että kaikille ehditään myöntää viisumit ajoissa. Tämä koettiin ongelmalliseksi, koska poimijatarpeen arviointi niin aikaisin on vaikeaa juuri satojen vaikean ennakoinnin vuoksi.

Haastatellut olivat huolissaan myös kotimaisten kerääjien vähenemisestä. Heidän määränsä todettiin vähentyneen merkittävästi hyvin lyhyessä ajassa. Käännevuotena pidettiin vuotta 2007, jolloin Kainuussa alkoi huonojen marjavuosien sarja. Erityisesti nuor-

ten suomalaisten poimijoiden määrän arvioitiin suorastaan romahtaneen. Kotimaisen poiminnan varaan haastatellut eivät uskaltaisikaan enää liiketoimintaansa perustaa, sillä nykyisiä kerääjiä kuvailtiin ikääntyviksi eläkeläisiksi. Nuorten haluttomuuteen marjojen ja sienten poimintaan arveltiin vaikuttavan liian alhaiseksi koettu poimintatulo. Todettiin, että hyvä taloudellinen tulos edellyttäisi useiden tuntien mittaista keräystä, mutta nuoret kerääjät viihtyvät metsässä vain pari, kolme tuntia.

Osa luonnontuotealan yrityksistä ostaa ja välittää sekä sieniä että marjoja. Tällaisissa yrityksissä ongelmaksi nousi herkkutatin ja marjojen satokausien samanaikaisuus. Pohjois-Karjalassa herkkutateista maksettavan korkeamman hinnan nähtiin vähentäneen kiinnostusta marjojen poimintaan alueen asukkaiden keskuudessa.

Poimijoiden työsuhteista käytävään julkiseen keskusteluun liittyen haastatellut arvioivat, että mikäli marjanpoimijoista tulee työsuhteisia, thaimaalaisten ja muiden ulkomaisten poimijoiden käyttö vähenee merkittävästi. Samalla arveltiin, että ilman ulkomaisia poimijoita suomalainen marjateollisuus ei jatkossa pystyisi saamaan tarvitsemiaan määriä luonnonmarjaa kotimaasta.

Luonnontuoteollisuusyhdistyksen esittämä marjanpoimijoita koskeva aloite, jonka mukaan poimijoiden kutsukriteerejä pitäisi tiukentaa, sai hyväksyntää haastateltujen keskuudessa. Aloitteen mukaan tulisi kehittää sosiaalisen vastuun järjestelmä ja saada selkeät pelisäännöt toimintaan. Edelleen esitettiin, että kaikkiin poimijoihin tulisi soveltaa samanlaisia sopimuksia. Esityksessä arvioitiin lisäksi, että takuupalkkajärjestelmä vähentäisi poimijoiden käyttöä. Poimintatulo haluttiin yrityksissä säilyttää jatkossakin verovapaana.

Keskusteluissa toivottiin poimijoiden määrään jonkinlaista säätelyä. Korostettiin, että on tärkeää huolehtia sekä yritysten että poimijoiden toimeentulosta. Kriteerien tulisi olla kaikille samat siitäkin huolimatta, että pienille yrityksille joidenkin kriteerien täyttäminen saattaisi olla vaikeaa.

Mahdollisena ratkaisuna tuotiin esiin poimijoiden jakaminen pieniin ryhmiin, joissa jokaisessa olisi paikallinen opas. Näin poimijat voitaisiin levittää nykyistä laajemmalle alueelle ja poimijoiden välinen kilpailu voitaisiin välttää. Samoin välttyttäisiin poimijoiden ja paikallisten asukkaiden välisiltä ristiriidoilta.

Sienitoimialalla satovaihtelut tuottivat niin ikään suuria ongelmia. Sienillä vaihtelut voivat olla vielä paljon suurempia kuin marjoilla. Sienillä voi olla lähes täydellisiä kato vuosia ja joinakin vuosina sato voi olla niin runsas, ettei kaikkea ehdi kerätä ja ostaa. Sienten poiminnassa ulkomaisia poimijoita käytetään kuitenkin erittäin vähän, sillä esimerkiksi thaimaalaiset eivät tunnista suomalaisia sieniä. Alalla nähtiin kaikesta huo-

limatta kasvun mahdollisuuksia, mutta samalla todettiin, että se edellyttää luonnon asettamien vaatimusten hallintaa sekä toimenpiteitä riittävän poimijamäärän turvaamiseksi.

## **3.4 Luonnontuotteiden jalostus**

### **3.4.1 Raaka-aineen hankintakanavat**

Marjavälityksessä pakastamon merkitystä pidettiin suurena. Pakastamo mahdollistaa haastattelujen mukaan ympärivuotiset marjatoimitukset ja turvaa pienjalostajienkin toiminnan. Monet marjoja jalostavat yritykset toimivatkin ympäri vuoden. Ongelmana pidettiin kuitenkin sitä, että yritykset joutuvat ennakoimaan raaka-aineen eli marjan tarpeensa vuodeksi eteenpäin, sillä hankintasopimukset tehdään yleensä syksyllä. Tilauksia voi tosin tehdä pitkin vuottakin, mutta tällöin marjan hinta nousee tuntuvasti korkeammaksi kuin ennakotilauksissa.

Erikoistuotteiden jalostajat näyttivät käyttävän marjatukkuja yleisesti. Joissakin yrityksissä kumppanin avustuksella ostettiin lisäksi jonkin verran marjoja suoraan poimijoilta. Puhdistukset, kuljetukset ja pakastukset hoidettiin tällöin itse. Jatkojalostukseen keskittyvät yritykset arvelivat turvautuvansa tulevaisuudessa yhä enemmän marjatukkuihin. Tällöin tukkuyritykset huolehtisivat raaka-aineen hankintaprosessista kokonaisuudessaan ja jalostava yritys voisi keskittyä oman toimintansa kannalta keskeisiin toimintoihin ja kehittämistyöhön.

Keskusteluissa ilmeni, että yritykset hankkivat mustikan ja puolukan pääosin kotimaasta. Tyrni ja karpalo olivat puolestaan pääosin tuontitavaraa lähinnä Virosta ja Venäjältä. Virolaista tyrniä pidettiin laadultaan hyvänä ja hinnaltaan tuntuvasti suomalaista edullisempänä.

Mesimarjan markkinoiden todettiin olevan niin pienet, että sitä jalostavat yritykset ostavat marjan suoraan poimijoilta yhdyshenkilön välityksellä. Yhdyshenkilö ottaa marjat vastaan, pakastaa ja toimittaa ne eteenpäin sekä hoitaa tilitykset.

Sieniä jalostavat yritykset hoitivat hankintansa pääosin aktiivisten kerääjien avulla. Kuivattujen sienien jatkojalostusta harjoittavissa yrityksissä saatettiin vakituisilta kerääjiltä ostaa sieniä myös valmiiksi kuivattuina.

Sienialalla kotimaiset sienet mainittiin halutuimmiksi kuluttajien keskuudessa. Syynä tähän pidettiin suomalaisten suurta kotimaisten luonnontuotteiden arvostusta. Silti sie-

niä tuodaan jonkin verran myös muualta. Kriittisenä tekijänä kotimaisen raaka-aineen hankinnassa sienialalla pidettiin kykyä toimia nopeasti kysynnän ja sadon kypsymisen mukaan.

### **3.4.2 Pääasialliset jalostustavat**

#### **Marjat**

Marjat luokitellaan satoajankohdan mukaan alkusadon, keskisadon ja jälkisadon marjaksi. Marjat voidaan luokitella myös laadun ja puhtauden mukaan. Vastaanoton jälkeen tuoreet marjat useimmiten pakastetaan ja puhdistetaan. Pakastettuina niitä säilytetään jatkokäsittelyyn asti. Pakastetut marjat voidaan jalostaa edelleen soseiksi, mehutiivisteiksi tai kuivatuotteiksi. Yleensä varastossa olevat marjat käsiteltiin yrityksissä talven aikana.

Marjojen ostajat ja välittäjät hoitivat useimmiten myös marjojen pakastamisen ja puhdistuksen. Marjojen pakastaminen vaatii suuret tilat ja vie myös paljon energiaa. Tämän vuoksi marjojen jatkojalostajat ostivat marjat useimmiten välittäjiltä valmiiksi pakastettuina.

Marjojen puhdistus kuvattiin haastatteluissa isoksi prosessiksi, joka voidaan kuitenkin tehdä koneellisesti esimerkiksi elektronisella puhdistuslaitteistolla. Laitteisto tosin vaatii suuren tilan (esimerkkihalli noin 200 m<sup>2</sup>). Sekä laitteisto että puhdistusprosessi kuluttavat paljon energiaa.

Puhdistusprosessissa marjojen joukosta poistetaan kaikki roskat ja värin perusteella myös vieraat marjat. Prosessiin liittyy paljon seulontaa. Prosessin vaiheisiin kuuluu myös tuulipuhdistus. Mustikoiden puhdistuksessa marjoista poistetaan lisäksi kannat. Nyky-tekniikalla kannat saadaan poistettua melko tarkkaan jopa alkusadon mustikoista, joissa kanta on hyvin tiukasti kiinni. Korostettiin, että puhdistettavien marjojen tulee olla riittävän jäisiä eli noin 40°C, että ne kestävät prosessin.

Marjan laatuvaatimukset vaihtelivat jalostustavan mukaan: Osa hillonvalmistajista käytti vain hillonkeittovalmista marjaa. Tällainen marja on täysin puhdasta alkusadon marjaa. Sitä tarvitaan purkkiin valmistettavan hillon raaka-aineeksi pektiinipitoisuutensa vuoksi. Pektiniin ansiosta hillo säilyy purkissa omassa liemessään ilman lisättyjä säilöntäaineita. Mehunvalmistajat puolestaan käyttävät ns. kakkosluokan marjaa tai täysin puhdistamatonta marjaa.

Kuivaamalla marjoja jalostavat yritykset ostivat marjat niin ikään valmiiksi pakastettuna pakastamisesta koituvien suurten kustannusten välttämiseksi. Koko tarvittava marjamäärä, esimerkiksi vuoden tarve, pyrittiin ostamaan kerralla ja kuivattamaan mahdollisimman nopeasti, koska kuivatut marjat tarvitsevat tuntuvasti vähemmän tilaa kuin pakastetut marjat. Kuivattu marja säilyy myös hyvin ja säilytyksen energiantarve on pieni. Tällä tavoin yrityksen on mahdollista pienentää kustannuksiaan.

Kuivattujen marjatuotteiden jalostajat hoitivat marjojen kuivaamisen yleensä itse. Kuivatusprosessin todettiin olevan yksinkertainen, mutta vaativan pääomia, varsinkin jos käytetään ilmakeiväysmenetelmää. Siinä marjoista poistetaan kosteus ilmakeiväyslaitteella 40-asteiseksi lämmitetyn ilman avulla.

Marjojen kuivaus- ja jalostusprosessia kuvailtiin seuraavasti: Osa kuivatuista marjoista jalostetaan edelleen jauheiksi. Jauheet voidaan jakaa marjajauheisiin sekä kuitu- ja ravintojauheisiin. Jauheiden valmistustavat eroavat toisistaan ja tämän seurauksena myös lopputuotteen maku on erilainen. Marjajauheita valmistetaan sekä luonnon- että viljeltyistä marjoista ja ne valmistetaan kokonaisista marjoista. Jauheeseen on haihdutettu myös mehu mukaan, joka antaa jauheeseen vahvan marjan maun. Kuitu- ja ravintojauheissa marjoista on ensin puristettu mehu pois. Jäljelle jäävät marjan osat eli kuori ja siemenet on hyödynnetty jauheen valmistuksessa. Mehun mukana tuotteesta poistuu makeus, mutta ravintoaineet eli kuitu ja hivenaineet ovat edelleen tallella. Mehu on marjan kallein raaka-aine ja se jalostetaan erikseen.

### **Sienet ja yrtit**

Herkkutattia pidettiin kaupallisesti kannattavimpana sienenä ja joillakin alueilla ainoana, jonka keräys kannattaa. Suuret satovaihtelut mainittiin tässäkin yhteydessä ongelmaksi. Sääolosuhteiden lisäksi herkkutattien satokauden pituus riippuu kasvupaikasta. Kuusikossa satokausi on noin kuukauden mittainen, mutta sato saattaa jäädä hyvinkin niukaksi. Männikkötatin satokausi puolestaan kestää vain pari viikkoa, mutta saattaa olla sinä aikana erittäin runsas.

Tuoremyynnin lisäksi pieni osa tateista pilkotaan sekä pakastetaan ja myydään pakastettuna. Tatit jaetaan kolmeen eri laatuluokkaan. Kolmannen luokan sienet menevät teollisuuskäyttöön. 1- ja 2-luokan sienet toimitetaan tuoreena tukkukauppaan ja ravintoloille pääasiassa Italiaan. Herkkutattien kaupassa ulkonäkö on tärkeä tekijä ja se edellyttää myös siistiä pakkausta.

Sienten kuivatus on perinteinen ja tehokas säilömistapa. Sienten kuivattaminen poikkeaa kuitenkin marjojen kuivattamisesta. Sienten kuivaukseen käytetään lähinnä infra-

punakuivaimia. Kuivatustapojen erilaisuuden vuoksi yritykset keskittyvätkin usein jompaankumpaan tuotteeseen.

Kuivaaminen todettiin myös yhdeksi juureksien ja yrttien jalostustavaksi. Kuivatusprosessissa yrtit ja juuret supistuvat kymmenenteen osaan tuoretilavuudestaan ja niiden säilyvyys on pari vuotta.

### **3.4.3 Tuotteiden myyntikanavat**

Marjoja ja muita luonnontuotteita jalostavien yritysten asiakkaat koostuivat pääasiassa tukkuliikkeistä ja suurista yrityksistä. Yritykset pitivät hyödyllisenä saada tuotteitaan myös suurten keskusliikkeiden valikoimiin. Marja- ja muut luonnontuotejalosteet kiinnostavat haastatteluiden perusteella myös luontaistuotekauppoja.

Esiin tuotiin myös suoramyyntiin yleisyys luonnontuotteiden kaupassa. Suoramyynti voi olla jopa ensisijainen myyntikanava, eikä yrityksellä aina ole varsinaista myymälää ollenkaan. Suoramyyntipisteitä yrityksillä voi olla eri puolilla Suomea.

Sieniä, yrttejä ja luomukasviksia jalostavien yritysten asiakaskunnan koettiin muuttuneen aiemmista vuosista: Kotimaiset elintarvikeyritykset näyttävät nykyisin aiempaa vähäisempää osaa yritysten myynnissä. Esimerkiksi tatit toimitetaan nykyisin tuoreina lähinnä ravintoloihin tai vientiin, kun niitä aiemmin ostettiin ainoastaan keitettyinä ja suolattuina. Jonkin verran tatteja toimitetaan nykyisin myös pakasteina teollisuuskäyttöön. Muita sieniä myydään tuoreina, pakastettuina ja kuivattuina jalosteina. Monella pitkään toimineella yrityksellä asiakassuhteet ovat olleet pitkäaikaisia.

### **3.4.4 Jalostukseen liittyvät ongelmat**

Marjojen ja sienten satovaihteluiden vaikutus yritysten toimintaan nousi haastatteluissa usein esiin. Satovaihtelut olivat aiheuttaneet pullonkauloja etenkin jalostajien toiminnassa. Jotkut yritykset olivat ratkaisseet ongelman täydentämällä kotimaasta saatavia marjamääriä tuonnilla esimerkiksi Ruotsista. Toisaalta pienillä yrityksillä marjojen ja sienten tarpeen todettiin olevan sen verran pientä, että raaka-aineen hankinnan arveltiin onnistuvan kohtuullisesti huonoinakin satovuosina.

Pienissä yrityksissä pidettiin kuitenkin joskus ongelmana sitä, että niiden raaka-aineen saanti on isoista toimijoista kiinni. Koettiin jopa, että isot toimijat pyrkivät tarkoituksel-

la pitämään marjanpoiminnan kokonaan hallussaan. Pienten yritysten tarjoamilla erikoistuotteilla arveltiin olevan paljon kysyntää ja mahdollisuutta omaan raaka-aineen hankintaan suoraan poimijoilta pidettiin tärkeänä. Pitkälle jatkojalostettujen tuotteiden kohdalla arveltiin kuitenkin, että toiminta muodostuu kannattavaksi pienilläkin volyy-meillä, eikä raaka-aineen hinta ole enää keskeinen tekijä siinä.

Ongelmaksi koettiin niin ikään yritysten ja niiden asiakkaiden sijoittuminen etäälle toisistaan. Luonnontuotteiden asiakaskunta on pääosin Etelä-Suomessa, mutta jalostajat muualla Suomessa ja usein harvaanasutuilla seuduilla. Yritystoiminnan kannattavuuden kannalta tätä pidettiin ongelmana.

Sienirytyksissä rajut satovaihtelut aiheuttivat myös sen, että asiakkaille ei ole voitu luvata ennakkoon juuri mitään varmaa. Kuivattamalla sieniä jalostavat yritykset ovat kuitenkin selvinneet satovaihteluista muita paremmin hyvien satovuosien tuotannon turvin, sillä kuivattu sieni säilyy pitkään hyvänä. Yrteissä ja kasviksissa raaka-aineen saata-vuus ei tuottanut yrityksille ongelmia.

## **3.5 Luonnontuotteiden markkinat**

### **3.5.1 Kotimaan markkinat**

Luonnontuoteala Suomessa todettiin pieneksi ja alan yritysten rakenne moninaiseksi: Osa yrityksistä toimii alalla varsin laajasti, kun taas osa keskittyy vain yhteen tuotteeseen tai tuoteryhmään. Melko usein marjojen ja sienten välitys on yhdistetty. Alalle arveltiin myös mahtuvan lisää yrittäjiä, etenkin marjan jatkojalostukseen. Esille tuotiin jopa huoli siitä, että marjaliiketoiminta olisi tällä hetkellä liian keskittynyttä.

Huolestusta herätti myös se, että marjojen myynti kotimaassa ei edellytä nykyisin mitään lupia, eikä toiminnalle ole asetettu minkäänlaisia hygieniavaatimuksia. Marjoja voi siten myydä kuka tahansa missä tahansa. Todettiin kuitenkin, että viime aikoina on esitetty vaatimuksia marjanostotoiminnan saattamiseksi luvanvaraiseksi. Luvanvaraisuutta on perusteltu sillä, että se antaisi mahdollisuuden ulottaa elintarvikevalvonta marjakauppaan. Ostotoimintaan tulisi näin viranomaisvalvonta ja toiminta olisi hallinnassa, kun marjanostajaksi aikovan tulisi täyttää asetetut ehdot. Tällöin voitaisiin varmistaa myös hygienian taso.

Marjan poiminnassa ja välityksessä sekä yleensä luonnontuotealalla yritystoiminnasta luopuminenkin koettiin hankalaksi. Vaikeana pidettiin erityisesti jatkajien löytymistä



yritystoiminnalle, mikä hankaloittaa esimerkiksi eläkkeelle siirtymistä. Todettiin, että luonnontuotealalla yrittäjyys vaatii sitoutumista toimintaan seitsemänä päivänä viikossa, eikä yrittäjänä toimimista pidetty yleensäkin helppona tämän päivän Suomessa. Nuorten ei arveltu haluavan sitoutua näin tiiviisti toimintaan. Thaipoimijoihin liittyvän kielteisen uutisoinnin nähtiin entisestään vähentävän kiinnostusta yritystoimintaan luonnontuotealalla. Haastatteluissa uutisointia pidettiin ainakin osittain perättömänä.

Viinitiloilla ongelmana oli tilan perustaminen, joka koettiin kohtalaisen hankalaksi. Syyksi tähän nähtiin se, että viinitilan voi perustaa vain, jos pystyy osoittamaan riittävän pätevyuden alalle. Pätevyuden edellyttämää viinintekotaitoa opetetaan kuitenkin vain yhdessä oppilaitoksessa koko maassa (Lepaa). Toisaalta todettiin, että halukkuutta alan opiskeluun on ollut sen verran vähän, ettei opetusta kannata järjestää useampaan paikkaan. Myös toimintaa säätelevä tiukka lainsäädäntö on vähentänyt tilaviininvalmistajien määrää.

Suomen sienimarkkinoita luonnehdittiin varsin kehittymättömiksi ja alan yritysten todettiin olevan varsin pieniä. Suomalaisten elintarvikeyritysten todettiin käyttävän paljon tuontisieniä. Kotimainen sieniraaka-aine hinnoitellaan tuontiraaka-aineen mukaan, joka on yleensä suomalaista halvempaa. Kotimaisen sienien käytön arveltiin loppuvan kokonaan, jos hinta olisi tuontisieniä korkeampi.

### **3.5.2 Vientimarkkinat**

Keskusteluissa todettiin, että maailman mustikoista valtaosa tulee Yhdysvalloista ja Kanadasta. Kyseessä on kuitenkin viljelty pensasmustikka, joka eroaa maultaan ja ravintoominaisuuksiltaan eurooppalaisesta luonnonmarjasta. Euroopan elintarviketeollisuus käyttää pensasmustikkaa suuria määriä luonnonmustikkaa edullisemmän hinnan vuoksi. Yhdysvallat toimittaa pensasmustikkaa maailmalle ympäri vuoden.

Kanadalaisten tulon Euroopan marjamarkkinoille arvioitiin ajoittuvan 1980-luvulle, kun Euroopassa oli heikot marjasadot. Sen jälkeen Kanadalla on ollut vahva jalansija Euroopan marjamarkkinoilla. Keskusteluissa korostettiin, että toisin kuin esimerkiksi Yhdysvalloissa ja Kanadassa, alan vientiä ei Suomessa tueta juuri ollenkaan, mikä heikentää Suomen kilpailuasemaa kansainvälisillä markkinoilla.

Kaukoita mainittiin eurooppalaisen mustikan valta-alueeksi. Tärkeimmät tuojamaat siellä ovat Suomi, Ruotsi, Venäjä ja Baltian maat. Jonkin verran mustikkaa vievät Kaukoitään myös Ukraina ja Valkovenäjä.

Karpalon markkinoiden kerrottiin muuttuneen 2000-luvulla merkittävästi. Suomestakin on aikoinaan viety paljon karpalotiivistettä jopa Yhdysvaltoihin asti, kun karpalon viljelymäärät eivät vielä tyydyttäneet kansainvälistä kysyntää. 1990-luvun lopulla Yhdysvallat sääti tullit karpalon tuonnille ja ryhtyi tukemaan omaa tuotantoaan. Nykyisin maailman karpaloista noin 80 prosenttia tulee Yhdysvalloista, missä karpaloita viljellään menestyksellisesti suoaltaissa. Tyrnin markkinat ovat venäläisten, kiinalaisten, saksalais-ten ja Baltian maiden hallussa.

Marjajalosteiden päämarkkina-alueiksi nimettiin Keski-Eurooppa ja Aasia. Kiinassa työvoimakustannukset ovat moninkertaisesti alhaisemmat kuin Suomessa, minkä nähtiin nostavan suomalaisten tuotteiden hintaa ja siten rajoittavan vientiä.

Herkkutattien viennissä tuotiin esiin tuoreyhteisvienti, jota jotkut yritykset hyödyntävät. Tällöin yhteiskuljetukseen osallistuvat yritykset jäädyttävät rekkaan yhden ostospäivän sienimäärän. Sienet lajitellaan yöllä ja kuorma lähtee aamulla Italiaan (tai muuhun määränpäähän) mukanaan kaksi kuljettajaa. Tällainen yhteistyö nähtiin erittäin myönteisenä. Tällä tavoin yritykset pystyvät pienentämään rahtikulujaan tuntuvasti.

Osa marja-alan yrityksistä on luonut kontaktit ulkomaisiin asiakkaisiin viime vuosina suoraan itse. Agenttien merkitys kauppasuhteiden luomisessa ulkomaille on ollut aiemmin suuri, jolloin niiden käyttö vaikutti myös tuotteiden hinnoitteluun. Nykyisin agenttien merkityksen todettiin vähentyneen. Sienikaupassa vientiä hoidetaan myös maahantuojien kautta. Lisäksi luonnontuotealan viennissä käytetään kumppaneita, asiantuntijoita ja muita palveluntarjoajia.

### **3.5.3 Venäjä ja rajat ylittävä yhteistyö**

#### **Marjanpoimijat**

Luonnontuotealan yritysten suhtautuminen yhteistoimintaan Venäjän kanssa vaikutti melko varautuneelta. Toisaalta venäläisillä nähtiin olevan vahva marjojen ja sienten keruuperinne ja vaikka poimintahalukkuus on alkanut Venäjälläkin hiipua, pidettiin sitä siellä parempana kuin Suomessa. Luonnontuotemarkkinoiden koettiin Venäjälläkin muuttuneen 2000-luvulle tultaessa nopeasti ja kaupallistuneen selvästi. Vielä 1990-luvun lopulla Suomeen kerrottiin tuodun useita tonneja marjaa Pääjärvi–Kostamus alueelta, mutta sittemmin tuonti on hiipunut.

Keskusteluissa mainittiin edelleen, että venäläisiä marjanpoimijoita tuotiin Suomeen menneinä vuosina jonkin verran. Kokemukset eivät kuitenkaan olleet hyviä ja toiminta

loppui, kun Suomeen saapuneet poimijat eivät hallinneet marjankeruuta. Venäläisten marjanpoimijoiden käyttö lopetettiin haastatteluiden mukaan vuoden 2005 tienoilla. Tällöin Suomeen alkoi tulla thaimaalaisia poimijoita.

Uralin alueelta sekä Valkovenäjältä tulleiden marjanpoimijoiden osalta yritysten kokemukset olivat niin ikään kielteisiä. Niiden mukaan osa viisumin saaneista poimijoista ei koskaan ilmestynyt määränpäähensä, vaan lähti Helsingistä omille teilleen. Poimijaryhmissä ei aina ollut myöskään ketään ajotaitoista, joten marjapaikoille pääsy ei onnistunut. Majapaikoista puolestaan katosi paljon irtaimistoa. Välillä poimijoita oli jouduttu käännyttämään tällaisten syiden vuoksi saman tien takaisin. Todettiin, että Ukrainassa ja Valkovenäjällä olisi kuitenkin paljon halukkaita tulijoita Suomeen marjanpoimintaan.

Suomessa vakituisesti asuvat venäläiset arvioitiin innokkaiksi sienten ja marjojen poimijoiksi. Tämä joukko kutsuu satokauden alkaessa myös sukulaisiaan Venäjältä poimintaan. Kyseessä ei ole toistaiseksi kovin suuri joukko, mutta sen arvioitiin olevan koko ajan kasvussa. Tämä kehitys koettiin myönteisenä suuntauksena.

### **Luonnontuotteiden vienti ja tuonti Venäjältä**

Luonnontuotteita yritykset eivät olleet vieneet Venäjälle juuri ollenkaan. Sen sijaan yritykset olivat aiemmin tuoneet luonnontuotteita Venäjältä runsaasti Suomeen. Myös Keski-Eurooppaan vientiä oli suuntautunut Venäjältä paljon. Esimerkiksi Suomeen oli Venäjältä tuotu tuhansia tonneja vuodessa lähinnä puolukkaa ja mustikkaa. Nykyisin marjaa tuodaan Venäjältä Suomen elintarviketeollisuudelle enää jonkin verran. Keski-eurooppalaiset tuotantolaitokset taas ostivat aiemmin Venäjältä marjat, rahtasivat ne Keski-Eurooppaan jalostettavaksi ja veivät hilloina takaisin Venäjälle. Tällainen toimintakin on loppunut lähes kokonaan.

Marjojen kulutuksen arveltiin Venäjälläkin kasvaneen niin, että omat marjat käytetään lähes kokonaan kotimaassa. Venäjältä löytyy nykyisin samanlaista marjateollisuutta kuin Suomesta, kuten esimerkiksi marjanpuhdistuslaitoksia ja mehunvalmistajia. Yhä kasvava kuluttajajoukko Venäjällä ostaa nykyisin hillot ja mehut valmiina. Potentiaaliset markkinat arvioitiin Venäjällä suuriksi, kun väestöä on yli 200 miljoonaa. Vientimarkkinoilla Venäjää ei koettu tällä hetkellä erityisen suureksi kilpailijaksi suomalaisille, vaan Suomesta pikemminkin viedään marjaa Venäjälle.

Karpalo on Venäjällä kaikkein arvostetuin marja. Villikarpalon osuus globaalista käytöstä on kuitenkin romahtanut viljelyn ja hinnaltaan edullisen karpalon runsaan tarjonnan seurauksena. Jonkin verran venäläistä karpaloa tuodaan Suomeen vieläkin, mutta venäläisten kerrottiin hinnoitelleen itsensä aikoinaan ulos karpalomarkkinoilta erikoisen toimintatapansa tuloksena: Venäläisillä oli tapana karpaloiden keruun jälkeen odotella

hintojen nousua ja myydä marjat vasta, kun hinta oli riittävän korkea. Samaa toimintatapaa venäläiset ovat käyttäneet jonkin verran myös puolukan kaupassa. Marjan laadulle pitkä säilytys ei kuitenkaan tee hyvää, vaikka käytössä olisi kylmäsäilytystilat.

Lakkaa tuodaan Venäjältä Suomeen melko vähän, vaikka Venäjän koko pohjoisosa Siperiaa myöten kuuluu lakkavyöhykkeeseen ja lakkapotentialiaali on siellä jopa 15 miljoonaa kiloa vuodessa. Venäläiset välittäjät toimittavat pääosan korjatusta sadosta omille markkinoilleen Moskovaan. Tyrniä tuodaan Venäjältä jonkin verran Suomeen, koska sen saatavuus Suomessa on heikkoa ja hinnat ovat korkeat.

Venäjän kotimarkkinat marjajalosteille kuten esimerkiksi mehuille arvioitiin pieniksi ja pääosin Moskovaan rajoittuviksi. Marjajalosteilleen venäläisten tiedettiinkin hakevan markkinoita Keski-Euroopasta.

Todettiin, että Venäjän harjoittama marjojen halpatuonti oli Suomessa ongelma 1990-luvulla. Nykyisin tilanne nähtiin päinvastaisena. Poimijahinnat ovat olleet useana vuonna Venäjällä korkeammat kuin Suomessa. Venäjän politiikan muutosten arveltiin vaikuttaneen siten, että tulli- ja muiden syiden vuoksi investoinnit kannattaa nykyisin tehdä Venäjälle ja jalostaa hillot paikan päällä. Tämä nähtiin yhdeksi syyksi siihen, että marjavienti Venäjältä on vähentynyt. Venäläiset tullikäytännöt vaikeuttavat marjakauppaa Venäjän kanssa myös silloin, kun Venäjältä tuotu marja on laadultaan niin heikkoa, että sitä ei voida ottaa vastaan. Heikkolaatuisen marjaerän palautuksesta peritään marjamyymälältä tulli. Huonolaatuisten marjojen hävittäminen tuleekin halvemmaksi kuin tullimaksu heikkolaatuisesta palautuserästä.

Venäjälle on suomalaisvoimin yritetty kehittää myös samanlaista sienten ostotoimintaa kuin Suomessa. Kokeilu kuitenkin epäonnistui ja toiminta lopetettiin. Suurin syy epäonnistumiseen oli luotettavan edustajan puuttuminen Venäjältä. Tämän seurauksena yrittäjän rahat ja muu toimintaan liittyvä omaisuus katosivat. Toiminnan onnistumiselle pidettiin ehdottomana edellytyksenä luotettavaa yhdyshenkilöä, joka valvoo toimintaa ja hoitaa käytännön asiat toisessa maassa, sillä satokaudet ovat Suomessa ja Venäjällä samaan aikaan. Halukkuutta uuteen kokeiluun Suomessa löytyy edelleen, mutta ilman mainittua yrittäjän riskiä. Venäläisten luonnontuotteiden kysyntää Suomessa arveltiin heikentävän myös suomalaisten kuluttajien suuri kotimaisten tuotteiden arvostus ja epäluulo venäläisiä tuotteita kohtaan.

### **Venäjä-yhteistyön tarjoamat mahdollisuudet**

Venäjää pidettiin kaikesta huolimatta merkittävänä tulevaisuuden tekijänä Suomen luonnon-tuotemerkkinoilla. Mahdollisuuksien uskottiin paranevan entisestään, jos

Suomessa pystytään yhdistämään marjastus ja sienestys onnistuneesti matkailuun. Poinnasta saaduilla tuloilla matkailijoilla olisi myös mahdollisuus rahoittaa matkansa.

Yrityksissä oli havaittu, että venäläisiä matkailijoita kiinnostaa myös suomalainen lähiruoka. Jo nykyisin venäläiset matkailijat ostavat paljon paikallisten kauppojen tarjoamia perinneruokia. Esimerkkinä venäläisten matkailijoiden mieltymyksistä mainittiin Kainuussa tyypillinen kuivattu kala (kuore).

Erityisesti ravintolisillä nähtiin olevan hyviä mahdollisuuksia Venäjän markkinoilla. Kaikkiaan Venäjällä menestymisen arveltiin edellyttävän premiumtuotteita, joilla voidaan erilaistua riittävästi. Esimerkkinä tällaisista tuotteista mainittiin Lumene-tuotteet.

Kaikkiaan venäläisen kulttuurin todettiin poikkeavan paljon suomalaisesta. Tämän arveltiin vaikeuttavan toimintamahdollisuuksien arviointia Venäjällä ja venäläisten kanssa.

## **3.6 Toimiala**

### **3.6.1 Luonnontuotealan mahdollisuudet**

Kansainvälisillä markkinoilla pärjäämisen katsottiin edellyttävän sekä pitkälle jalostettuja tuotteita että erilaistumista. Suomella tähän arvioitiin olevan hyvät mahdollisuudet, mutta onnistuminen edellyttää riittäviä rahoitusmahdollisuuksia.

Suomalaisten tuotteiden valtteina pidettiin ensinnäkin suomalaisen luonnonmarjan ylivertaisuutta viljelyihin lajeihin kuten pensasmustikkaan ja karpaloon nähden esimerkiksi hivenainepitoisuuksissa. Pohjoiseurooppalaisen mustikan vaikuttavien aineiden pitoisuudet saattavat olla jopa viisinkertaiset amerikkalaisiin lajikkeisiin verrattuna. Luonnonmarjojen hivenaineiden on todettu säilyvän myös viinin valmistuksessa. Se, että marjoja kasvaa luonnonvaraisena metsässä on kuitenkin usein heikosti tunnettu asia maailmalla. Esimerkiksi suomalaisen mustikan kysynnän tiedettiin moninkertaisuneen Japanissa, kun tietämys luonnonmarjoista lisääntyi siellä.

Suomalaisten marjojen voimakkaita aromeja pidettiin niin ikään suomalaisten luonnontuotteiden kilpailuetuna. Suomalaisen marjan aromeja voimistaa pitkä päivä kasvukauden aikana. Esimerkiksi keskieurooppalaista marjaa saatetaan tarvita jopa kaksinkertainen määrä suomalaiseen verrattuna saman aromivoimakkuuden saavuttamiseksi. Silloin, kun kyseessä on hyvin voimakasarominen raaka-aine, jo pienellä määrällä saa-

daan tuotteeseen toivottu maku. Tarvittavan erän kokonaishinta ei siten välttämättä nouse miedompaa raaka-ainetta korkeammaksi mahdollisesti korkeammasta kilohinnasta huolimatta, eikä siten heikennä tuotteen kilpailuasemaa.

Puhdas luonto eli suomalaisten marjojen ja muiden luonnontuotteiden kasvuympäristö arvioitiin myös suomalaisten luonnontuotteiden ehdottomaksi kilpailuvaltiksi. Todettiin, että tämä on etu, jota ei voi siirtää maasta toiseen samalla tavalla kuin esimerkiksi tuotantoa siirrellään. Villin luontomarjan poiminta ja käyttö (esimerkiksi mustikan) on loppunut kokonaan Saksassa ja muuallakin Keski-Euroopassa ekinokokkiloisen myötä. (Loisesta käytetään myös nimitystä kettumato tai kettutauti.) Toistaiseksi Suomessa ei ole tehty havaintoja tästä loisesta, mikä mahdollistaa poiminnan metsistä edelleen.

Puhtaan luonnon korostamista markkinoinnissa pidettiin tärkeänä. Tämän arveltiin hyödyttävän monia sellaisia tuottajia, jotka toimivat maantieteellisesti syrjässä ja kaukana asiakkaista, mutta erittäin puhtaan luonnon keskellä. Myös paikallisuudella nähtiin imagollisia etuja: Kun marjat kerätään ja jalostetaan lähialueilla, kasvattaa se tuotteiden ekologista imagoa. Tämä on monelle kuluttajalle tärkeää ja kannustaa suosimaan yrityksen tuotteita. Luonnonmarjoille toivottiin myös omia luomukriteereitä, joissa kasvuympäristö ja marjan alkuperä (metsä – pelto) olisivat erilaistavia tekijöitä. Etenkin japanilaisten ja yleensä aasialaisten ostajien kerrottiin mielellään korostavan marjan kasvuympäristöä eli metsää marjan muiden ominaisuuksien lisäksi.

Edelleen esiin tuotiin, että marjojen todetut terveysvaikutukset ovat lisänneet marjojen arvostusta globaalisti. Suomalaiset ovat alkaneet arvostaa marjoja kuitenkin vasta, kun arvostus on tullut ensin ulkoa päin kuten Kiinasta ja muualta Aasiasta. Suomalaisille marjat ovat olleet liian tuttu ja itsestään selvä asia, eikä niitä ole sen vuoksi osattu arvostaa. Nykyisin uudet pohjoismaiset ravintosuositukset painottavat jo marjojen lisäkäytön tarvetta vahvasti. Ihmisten kiinnostus marjoihin ja luonnontuotteisiin on kasvussa ja niiden käytön arveltiin lisääntyvän edelleen. Esimerkiksi nykynuorten todettiin olevan hyvin tietoisia marjojen terveellisyydestä ja arvostavan marjoja, vaikka niiden poiminta ei heitä juuri kiinnostakaan. Yhä tärkeämmäksi arveltiinkin nousevan marjojen ja muiden luonnontuotteiden helppo saatavuus. Esimerkkinä mainittiin, että Ruotsissa on paljon maakunnallisia yrittäjiä, jotka hyödyntävät matkailua marjojen markkinoinnissa. Marjat myydään matkailupisteissä ja marketeissa, joten niiden saatavuus on helppoa.

Muuttuvien kulutustottumuksien arveltiin myös tarjoavan uusia mahdollisuuksia marjanjalostuksessa. Tosin pakastemarjojen käytön uskottiin keskittyvän jatkossakin pitkälti kotitalouksiin. Kuivatuilla marjoilla ja marjajalosteilla puolestaan nähtiin mahdollisuuksia erityisesti nuorille sopivina tuotteina.

Suomalaisen mustikan todettiin nykyisin päätyvän pääosin vientimaiden raaka-aineeksi. Esimerkiksi Aasiassa marjoista valmistetaan erilaisia ravintolisiä. Marjojen jatkojalostusta koti-maassa pidettiin suotavana. Muun muassa kiinalaisia ostajia kiinnostavat yhä enemmän erityisesti pienten suomalaisten yritysten erikoistuotteet. Kiinan useat elintarvikeskandaalit ovat saaneet aikaan sen, että kiinalaiset eivät luota omaan elintarviketuotantonsa, mikä on kasvattanut ulkomaisten elintarvikkeiden suosiota Kiinassa. Samasta syystä japanilaiset ja australialaiset eivät myöskään luota kiinalaisiin elintarvikkeisiin, joita näissä maissa on runsaasti tarjolla edulliseen hintaan. Kysyntä kohdistuukin näissä maissa yhä enemmän muun muassa laadukkaisiin suomalaisiin elintarvikkeisiin.

Marjaviennissä kuluttajien luottamusta marjan alkuperään pidettiin yhtenä tärkeimmistä tekijöistä ja suomalaiseen marjaan kuluttajien kerrottiin luottavan myös vientikohteissa. Kuluttajien luottamus kotimaisiin marjoihin koettiin Kiinan ohella huonoksi myös Venäjällä. Toisaalta esiin tuotiin, että kuluttajat eivät kaikkialla tunne Suomea, eivätkä tiedä maastamme juuri mitään. Tällöin suomalaiset tuottajat pyrkivät leimautumaan Pohjoismaihin, jotka mielletään yleisesti turvallisiksi maiksi myös elintarvikkeiden osalta.

Mesimarjalla ja lakalla nähtiin valtavat vientimahdollisuudet, mikäli niiden viljelyongelmiin löytyvät ratkaisut. Vain onnistuneella viljelyllä tuotantomäärät saataisiin vientiä ajatellen riittävän suuriksi ja hinnaltaan kilpailukykyisiksi.

Sienikaupassa ja -jalostuksessa nähtiin myös kasvumahdollisuuksia, sillä kysyntää arvioitiin olevan paljon. Vuosittain yksi yritys saattaa sadosta riippuen ostaa 200 000–1 000 000 kg sieniiä. Keskeisenä kysymyksenä alan kehityksessä on poimijoiden saatavuus ja satovaihteluiden hallinta.

Suomalaisten mahdollisuutena nähtiin myös luomutuotannon lisääminen. Suomen puhdas luonto mahdollistaisi tämän, sillä käytännössä lähes koko Suomi täyttää luomukriteerit ja siten esimerkiksi kaikki Suomessa poimittu marja voisi olla luomumarjaa. Tätä varten ehdotettiin uusien luomukeruualueiden perustamista laajasti, mikä lisäisi luomusertifioitujen marjojen, sienten ja yrttien määrää. Luomutuotteiden kysynnän arvioitiin olevan kovassa kasvussa. Lisäksi korostettiin, että Kiinassa ja Kaukoidän markkinoilla pohjoisamerikkalainen mustikka ei pärjää eurooppalaiselle luontaistuotteissa, vaikka onkin elintarviketuotannossa vahvoilla.

### 3.6.2 Luonnontuotealan rajoitteet

#### Marjat

Yrityksissä arveltiin marjanpoiminnan olevan tällä hetkellä jonkinlaisessa murrosvaiheessa. Suuria ongelmia marjanpoiminnassa liittyy ulkomaisten poimijoiden käyttöön ja jokamiehenoikeuksien tulkintaan. Nämä ovat aiheuttaneet ajoittain ristiriitoja maanomistajien sekä paikallisten asukkaiden ja marjanpoimijoiden välillä. Etenkin thaipoimijoiden kohdalla kiistat ovat ajoittain kärjistyneet pahastikin. Toisaalta median näkökulmaa asiassa pidettiin varsin kapeana. Ongelmien ratkaisemiseksi pidettiin tarpeellisena sopimuksien solmimista marjastajien ja metsänomistajien välille. Ilman ulkomaisia poimijoita yritykset eivät uskoneet saavansa lähellekään tarvitsemiaan marjamääriä, eikä kotimaisten poimijoiden varaan liiketoimintaa uskallettaisi enää rakentaa. Alalle kaivattiin kipeästi työrauhaa.

Suureksi ongelmaksi marja-alalla koettiin myös luonnonmarjojen luokittelu maataloustuotteiksi. Syyksi arveltiin, että EU:ssa ei ole kovin laajasti tiedossa, että marjoja kasvaa myös luonnonvaraisina metsissä. Tämä nähtiin yhdeksi syyksi siihen, että kaikki luomujärjestelmät on kehitetty peltoviljelylle tuotteille, eivätkä järjestelmät välttämättä sovelu luonnonvaraisille marjoille. Lisäksi mainittiin, että luonnonmarjoja esittelevissä esitteissä on kiellettyä käyttää kuvia metsistä, sillä se tulkitaan suomalaisen matkailun piilomainonnaksi. Piilomainonta on EU:n säädöksissä kiellettyä. Metsä on kuitenkin marjan luontainen kasvuympäristö. Tämän huomioimista säädöksissä toivottiin.

Vähäisen tuotekehityksen ja tilojen hyvin rajallisen tuotantokapasiteetin arveltiin johtuvan marja-alan yritysten pienestä koosta. Myös markkina-alue todettiin melko pieneksi, kun taas samankaltaisia tuottajia arvioitiin Suomessa olevan 3 000 – 5 000. Tilat ovat yleensä perheyrityksiä ja vakiotuotteina ovat mehut ja hillot, joita myydään toreilla ja lähikaupoissa.

Ongelmaksi koettiin myös kilpailu sellaisten marjojen ja sienten ostajien kanssa, jotka tekevät kauppaa ilman kuuttia esimerkiksi myymälöiden ja huoltamoiden läheisyydessä. Nämä ostajat eivät maksa arvonlisäveroa ja saavat näin kilpailuetua muihin yrittäjiin nähden. Valvontaa pidettiin lähes olemattomana ja kiinnijäämisen riskiä hyvin pienenä. Valvonnan puutetta oli perusteltu resurssipulalla.

Globaaleilla markkinoilla ongelmia oli tuottanut pensasmustikkalajikkeiden nimet. Pensasmustikkaa viljellään kahta eri lajiketta, joilla on englannin kielessä eri nimet. Toinen lajikkeista on nimeltään ”Wild blueberry” eli villimustikka. Tämä sekoitetaan helposti luonnonmustikkaan ja sellaisena sitä tiedettiin myös myytävän paljon esimerkiksi Saksassa. Hinnaltaan tämä lajike on luonnonmustikkaa edullisempi.



## **Sienet**

Sienten välitykseen ja jalostukseen liittyvän toiminnan kehittämistä pidettiin vaikeana suurten satovaihteluiden vuoksi. Sienipoimijoiden riittävyys nähtiin myös keskeisenä ongelmana alalla. Sienet on toistaiseksi poimittu lähes kokonaan kotimaisin voimin, mutta tulevaisuus näyttää tämän suhteen huonolta: Sienten poiminnassa sienet pitää osata ehdottomasti tunnistaa oikein ja niiden esiintymispaikat täytyy tuntea, joten ulkomaisten poimijoiden käyttöön liittyy ongelmia. Poimijoiden tuominen ulkomailta on riskialtista myös siksi, että sadon alkamis- ja päättymisajankohtia tai suuruutta ei pystytä ennakkoon arvioimaan. Poimijoiden kouluttaminen ja heille kohdistetun tiedotuksen järjestäminen ovat yrityksille investointeja. Muun toiminnan, kuten virkistysmatkailun, kytkeminen sientenpoimintaan on myös hankalaa satoajankohdan vaikean määrittelyn vuoksi. Muutoin esimerkiksi virkistysmatkailu nähtiin hyvin sieniyrityksen toimintaan luontuvaksi, sillä poiminnan uskottiin kiinnostavan matkailijoita, jotka haluavat rauhallista liikuntaa metsässä puhtaassa ympäristössä.

## **Viinitilat**

Viinitiloilla tuotiin esiin raaka-aineen hankinnalle, tuotantomäärille ja myynnille asetetut tiukat säädökset ja rajoitukset. Ne koettiin voimakkaasti tilojen kasvua rajoittaviksi tekijöiksi. Kasvumahdollisuuksia nähtiin vain vientimarkkinoilla. Esimerkkinä mainittiin, että Saksan joulumarkkinoilla suomalaisen viinitilan glögituotannosta myytiin haastattelua edeltävänä vuonna puolet. Kysynnän kaksinkertaistamista siellä pidettiin mahdollisena. Tuotteiden myynti ravintoloille koettiin yrityksissä hyvin vaikeaksi, koska ravintolat tuntevat viinitilojen tuotteet yleensä huonosti ja hinnat nousevat korkeiksi ravintoloiden hinnoittelukäytäntöjen vuoksi.

## **Luomutuotanto**

Luomuruuan ja luomutuotteiden kysynnän todettiin olevan kasvussa, mutta tuotannon kasvattaminen nähtiin monitahoisena asiana. Esimerkiksi yrttituotannon kasvattamisen arveltiin edellyttävän kerääjien määrän ja kuivauskapasiteetin lisäämistä. Kaikkien tuotteiden tuotannon lisäämistä ei pidetty mahdollisena, sillä lisäämisessä on otettava huomioon keräilypaikkojen määrä sekä raaka-aineiden kuljetusmahdollisuudet keräilyalueilta. Laajasta tuotevalikoimasta olisi siksi osattava valita ne tuotteet, joiden tuotantoa kannattaa kasvattaa. Satovaihteluiden vuoksi tarvitaan myös vaihtoehtoisia keräilyalueita. Luomutuotteiden kysynnän kasvun esteenä pidettiin tuotteiden heikkoa saatavuutta kaupoissa, vaikka kysyntää olisikin kuluttajien taholta.

## **Kustannukset ja kannattavuus**

Luonnontuotealalla yritysten toiminnalle välttämättömiä investointeja todettiin olevan paljon ja tuotantolaitosten ylläpitokustannuksia pidettiin suurina: Kuljetuskalusto, varastot ja infrastruktuuri maksavat. Esimerkiksi kylmälaitteita tarvitaan marjanpoiminnassa ketjun joka vaiheessa vastaanotosta pakastamiseen. Roskaisen marjan puhdistaminen on myös kallista, sillä laitteet maksavat paljon ja energiaa kuluu runsaasti. Todettiin, että usein tulee halvemmaksi kuljettaa marjat Ruotsiin puhdistettavaksi. Alan kannattavuuden parantamisen katsottiin edellyttävän kaikki Pohjoismaat kattavan yhteistyön kehittämistä.

Jatkojalostuksen puolella mainittiin ongelmaksi ravintolisien valmistuksessa syntyvä jäte eli ”mäski”. Jotta tehoaineen erotteluprosessissa syntyvä mäski voidaan jatkokäyttää esimerkiksi lannoitustarkoituksiin tai haudata maahan, on se puhdistettava ensin. Puhdistaminen on kuitenkin kallista ja tämä tekee mäskestä ongelmajätteen.

## **Työvoiman saatavuus**

Luonnontuotealan yritysten rekrytoinnissa oli koettu myös ongelmia. Esimerkiksi uusin työntekijöiden löytyminen koettiin vaikeaksi. Keskeisiksi esteiksi nähtiin yritysten syrjäinen sijainti. Myöskään koulutus- ja työpaikat eivät usein kohtaa: Alan koulutus tapahtuu usein eteläisessä Suomessa, mutta yritykset sijaitsevat pääosin muualla Suomessa kaukana koulutuspaikkakunnilta. Varsinkaan nuorten työnhakijoiden ei arveltu lähtevän kovin helposti maan eteläosista Pohjois- tai Itä-Suomeen.

Esiin nostettiin myös alan koulutuksen ja osaamisen vähäinen merkitys rekrytoinnissa. Taloudellisen puolen taitojen arvostus nähtiin huomattavasti suuremmaksi kuin elintarvike- ja luonnontuotealan tuntemus tässä yhteydessä. Myös nykyisillä vanhoilla johtajilla elintarvikealan tuntemus arvioitiin puutteelliseksi. Toimialan kasvattamisen ja kehittämisen edellytyksenä pidettiin alaa tuntevien nuorten palkkaamista yrityksiin.

## **Yritysten sijainti**

Yritysten syrjäisellä sijainnilla koettiin olevan rekrytointiongelmien lisäksi myös muita haittoja. Etenkin jos paikkakunta on syrjäisyyden lisäksi pieni, jää asiakaskuntakin pieneksi. Syrjäisyydestä seuraa edelleen, että asiakkaat ovat kaukana yrityksestä. Vuodenaikaiset vaihtelut toiminnan vilkkauudessa ovat myös suuria: Kesät ovat vilkasta sesonkiaikaa, mutta talvet ovat hyvin hiljaisia.

## **Kansainvälinen vuorovaikutus**

Luonnontuoteala on vientiala ja kansainvälistä vuorovaikutusta pidettiin erittäin tärkeänä yritysten toiminnan edistämisessä. Yrityksissä kuitenkin koettiin, että kansainvälisten yhteyksien luomista ja ylläpitoa ei julkinen taho Suomessa pyri edistämään juuri mitenkään.

### **3.6.3 Kehittäminen**

Haastattelujen perusteella Suomessa ollaan varsin yksimielisiä siitä, että marjat pitäisi jalostaa kotimaassa nykyistä pidemmälle. Tuotteiden jalostusarvon noston arveltiin parantavan yritysten kannattavuutta ja suojaavan paremmin suhdannevaihteluilta. Suomessa alan yritykset ovat kuitenkin pääasiassa marjojen välittäjiä, joilla jalostaminen rajoittuu marjan puhdistamiseen ja pakastamiseen. Välittäjiltä marjat kulkeutuvat pääosin vientimaiden teollisuuden raaka-aineeksi.

Kuluttajat arvioitiin haastatteluissa aiempaa vaativammiksi, joten kehitystyö nähtiin tarpeelliseksi myös tästä syystä. Sekä yksityisten ihmisten että suurtalouksien keskuudessa oli havaittu tarvetta pitkälle jalostetuille ja helppoutta tuoville tuotteille. Mitä valmiimmaksi ja pitemmälle ajateltuja tuotteita on tarjolla, sitä paremmin niiden arveltiin menevän kaupaksi. Kuluttajien vaatimus raaka-aineiden puhtaudesta mainittiin myös yhä enemmän kysyntää ohjaavana tekijänä. Mainittujen muutosten nähtiin avaavan aivan uusia mahdollisuuksia luonnontuotealalla.

Esiin nostettiin myös makeisten myynti marjan imagolla. Todellisuudessa marjan osuus makeisissa on usein hyvin vähäinen. Todettiin, että marjayrityksissä tähän on jo vastattu kehittämällä tuotteita, jotka todella sisältävät aitoa marjaa (esim. suklaa). Marjojen kuivatuksen kehittyminen mahdollistaa nykyisin myös kuivattujen marjojen myynnin. Tuotekehittelyssä ja jatkojalostuksessa mahdollisuuksia pidettiin hyvinä erityisesti sellaisilla tuotteilla, joiden käyttömahdollisuudet ovat monipuoliset ja mahdollisimman vähän käyttöpaikasta riippuvaiset. Esimerkkeinä mainittiin erilaiset välipalapatukat, jotka mahtuvat pieneenkin tilaan (esim. käsilaukkuun).

Tuotekehittelyssä arveltiin löytyvän paljon mahdollisuuksia, mutta todettiin, että marjojen jalostaminen erilaisiksi tuotteiksi voi olla hyvin vaativaa innovointia. Lisäksi marjabrändin tai muun tuotebrändin kehittäminen ja edistäminen nähtiin paljon pitkäjänteistä työtä vaativaksi. Pitkiä asiakassuhteita pidettiin kehittämistyön kannalta arvokkaina, sillä ne mahdollistavat tuotteiden ja myös pakkausten kehittämisen yhteistyössä asiakkaiden kanssa. Kehitystyötä pidettiin helpompana sellaisille yrityksille, jotka jo nykyisel-

lään jalostavat marjoja ja joilla raaka-aineen hankintakanavat ovat valmiina. Marjan saatavuuden uskottiin muodostuvan helposti jalostuksen pullonkaulaksi, jolloin raaka-aineen riittävydestä voi joutua maksamaan paljon. Pitkälle jalostettujen tuotteiden kohdalla raaka-aineen hinnalla ei toisaalta arveltu olevan kovin suurta vaikutusta lopputuotteen hintaan.

Keski-Eurooppaan, jota pidettiin marjojen suurkuluttajana, kaivattiin voimakasta tiedotuskampanjaa, jossa tuotaisiin esiin tutkimustuloksia ja tietoa marjojen terveellisyydestä. Esimerkiksi suomalaisen mustikan tehoainepitoisuuksien mainittiin olevan kesämme pitkän päivän ansiosta kolmin- tai nelinkertaiset kanadalaisiin lajikkeisiin verrattuna. Keski-Euroopassa käytetään kuitenkin paljon kanadalaista mustikkaa, kun taas Suomessa 90 prosenttia mustikoista viedään Aasiaan jalostettavaksi. Hyvän tiedottamisen avulla kysynnän Keski-Euroopan markkinoilla arveltiin saatavan kasvuun.

Tiedottamista pidettiin yrityksissä kuitenkin kalliina, eikä sen onnistumista yhden yrityksen voimin pidetty mahdollisena. Toisaalta todettiin, että osa yrityksistä hoitaa tiedottamisen itse ja hyvinkin laajasti. Tiedotusta oli kohdistettu uutistoimituksiin sekä valtakunnallisiin ja paikallisiin sanomalehtiin. Tiedonvälitykseen sopivina välineinä pidettiin myös erilaisia lehtiartikkeleita. Kaikkiaan yrityksillä nähtiin olevan paljonkin mahdollisuuksia hyödyntää mediaa toimintansa edistämiseksi. Suomalaista sieni- ja marjatoimintaa on pyritty edistämään myös yritysesitteiden avulla. Alaa edustavan yhdistyksen (Arktiset Aromit) sekä yliopiston suurta panosta ja merkitystä luonnon-tuotealan kehittämisessä korostettiin myös.

Sienialalla nähtiin teoriassa paljon erilaisia kehitysmahdollisuuksia. Käytäntö oli usein osoittautunut toisenlaiseksi ja asenteet olivat joskus skeptisiä. Herkkutattien kaupassa oli kuitenkin onnistuttu kehittämään toimiva laatuluokitus. Luokitusohjeen kehitti jo 1980-luvulla sieniä välittävä yritys Tuote & Vihannes sienten kasvavan suosion ja lisääntyvän kaupan myötä. Luokittelu on kehittynyt käytännön kautta ja sitä pidettiin sekä keräilijöille että ostavalle yritykselle helppona soveltaa. Luokittelun koettiin nopeuttavan toimintaa ja useiden yritysten tiedettiin noudattavan sitä.

### **3.6.4 Yritysten välinen yhteistyö**

Yrityksissä koettiin tarvetta yhteistyölle. Toistaiseksi yhteistyötä yritysten kesken todettiin olleen melko vähän, eikä sen kehittämistä pidetty kovin koordinoituna. Luonnon-tuotealan yritysten arveltiin viime aikoina alkaneen ymmärtää, että yhteistyöllä saadaan aikaan parempia tuloksia ja brändin luominen on helpompaa. Yhteistyötä ja verkostoitumista yritysten välillä pidettiin tärkeänä myös siksi, että yritysten ei tällöin tarvitse

eikä ole järkeväkään hallita kaikkia osa-alueita itse. Raaka-aineen hankintaa pidettiin esimerkiksi osa-alueena, joka on järkevää antaa sellaisen yrityksen hoidettavaksi, jolla on jo tarvittavat laitteet ja muu kalusto sekä toimivat verkostot. Yhteismarkkinointia pidettiin niin ikään alueena, jota kannattaisi kehittää.

Keskustelujen perusteella kumppanuusperiaatteella toimivaa yhteistyötä alalla tehdään nykyisin jonkin verran. Tämä tarkoittaa toimintatapaa, jossa yrityksellä on kumppaneita, jotka valmistavat tuotteita yrityksen brändin alla. Keskiössä ovat marjapohjaiset tuotteet. Yhteistyökumppaneita voi olla useita hankinta- ja tuotantoketjun eri vaiheissa. Joukossa on marjoja kerääviä, ostavia ja myyviä toimijoita sekä maahantuojia. Toimijat voivat myös olla keskenään kilpailijoita.

Yhteistyön arveltiin toimivan parhaiten, kun siihen osallistuu myös joku yrityksiä yhdistävä ulkopuolinen toimija, esimerkiksi yhdistys. Myös julkisen vallan panostusta kaivattiin, sillä yksin yritysten ei arveltu pystyvän rahoittamaan ulkopuolisen toimijan toimintaa.

Yhteistyön merkitys nähtiin suureksi erityisesti vientimarkkinoilla, missä edellytetään sellaisia volyymeja, joihin pienen yksittäisen yrityksen erikoistuotemäärät eivät riitä. Yhteistyöllä ja verkostoja perustamalla vientimäärien kasvattaminen riittävän suuriksi arveltiin mahdolliseksi.

Erilaisten yritysallianssien arveltiin lisäävän vientikysyntää ja helpottavan erilaisiin kauppaketjuihin pääsyä. Toimivana yhteistyötapana pidettiin esimerkiksi private label -periaatteella toimivaa yhteistyötä.

Kasveja ja yrtejä keräävien ja jalostavien yritysten todettiin puolestaan tekevän paljon yhteistyötä. Alan yritykset tuntevat toistensa tuotteet sekä niiden vahvuudet hyvin ja hyödyntävät niitä omassa toiminnassaan. Yhteistyössä toimitaan periaatteella, että kaikkea ei yksittäisen yrityksen kannata tehdä itse, vaan toiminta on parempi perustaa toimivien rakenteiden ja niiden hyödyntämisen varaan.

### **3.6.5 Julkisen vallan toimet ja merkitys**

#### **Marjat ja sienet**

Haastatteluissa tuotiin esiin, että marjatoimiala on suurelta osin teollista jalostamista ja hyvin kaukana maataloudesta. EU-lainsäädännön mukaan marjat ja marjajalosteet ovat kuitenkin maataloustuotteita, vaikka etenkin marjajalosteet kuuluisivat haastateltujen

mukaan ennemmin elintarvikkeiden joukkoon. Tilannetta pidettiin ristiriitaisena ja tällaisen toimintaympäristön koettiin hankaloittavan yritystoimintaa. Lisäksi todettiin, että kotimaisten marjojen käytön edistämiseen suhtaudutaan Suomessa melko vastahakoisesti ja tuet ohjataan mieluiten perinteiseen maatalouden tuotantoon.

Varastointitukijärjestelmää pidettiin hyvänä ja sen nähtiin parantavan yritysten toimintamahdollisuuksia. Tuki mahdollistaa marjatarjonnan jalostukseen ympärivuotisesti, minkä koettiin hyödyttävän myös pienjalostajia. Tuen määräytymisajankohta ei tosin kaikkien mielestä ollut paras mahdollinen, vaan sen myöhentämistä toivottiin.

Sienitoimialalla julkisella vallalla nähtiin melko suuri rooli alan toimintamahdollisuuksien muokkaajana muun muassa tukien, verotuksen ja säätelyn kautta. Poimintatulojen verottomuus kerääjälle koettiin tärkeäksi myös yritysten toiminnan kannalta.

### **Viinitilat**

Keskusteluissa nousi vahvasti esiin liköörien myyntikielto suoraan tiloilta, minkä koettiin vaikeuttavan tilojen kannattavaa toimintaa. Viinitiloilla valmistettujen liköörien myynti on mahdollista vain Alkon kautta tai anniskeluravintoloissa. Tuotteiden hinnat nousevat tällöin kuitenkin käytettävien hinnoittelujärjestelmien seurauksena niin korkeiksi, että kysyntä jää pieneksi, eikä myynti kannata. Viiniyrittäjien likööreillä arvioitiin kuitenkin olevan kysyntää, jos hinta olisi kohtuullinen. Likööreissä marjan maun todettiin säilyvän paremmin kuin viineissä.

Keskustelun mukaan alan yrittäjät ovat koettaneet saada lakiin liköörien myynnin vapauttavaa muutosta lähes parinkymmenen vuoden ajan, mutta toistaiseksi tuloksetta. Yrityksissä pidettiin mahdollisena, että myynnin vapauttaminen voisi edistää yleisemminkin liköörien kysyntää ja arvostusta. Myynnin vapauttamisen arveltiin siten hyödyttävän myös likööritehtaita, joiden tuotantoa rajoitukset eivät koske.

### **Luomutuotanto**

Myös luomutuotantoon kohdistuu paljon valvontaa. Valvonnan alaisia ovat niin peltoviljely kuin keruualueet ja jalostuskin. Valvonnan edellyttämät ilmoitukset aiheuttavat yrityksille runsaasti byrokratiaa.

### **3.6.6 Toimialan työllistävyys**

Luonnontuotealan merkitys työllistäjänä koettiin tärkeäksi, koska alan yritykset sijaitsevat pääosin syrjäisillä seuduilla, joissa työpaikkatarjonta on vähäistä. Syrjäisen sijainnin todettiin kuitenkin asettavan haasteita rekrytoinnille, sillä vetovoimatekijöitä on tuntuvasti vähemmän kuin Etelä-Suomen taajaan asutuilla alueilla. Ongelmallisimpana pidettiin myyntihenkilökunnan palkkaamista. Toisaalta haastatellut totesivat, että yrityksiin palkatut työntekijät sitoutuvat hyvin työnantajayritykseen ja työntekijöiden vaihtuvuus on sen vuoksi vähäistä. Elinkustannuksien todettiin myös olevan pienemmät kuin etelän ruuhka-alueilla, mutta matkustamaan syrjäseuduilla asuvat joutuvat hieman enemmän kuin eteläisessä Suomessa.

Marjanpoimijoita alan todettiin työllistävän runsaasti. Kotimaisten poimijoiden nopea väheneminen on siirtänyt marjanpoiminnan suurelta osin ulkomaisten poimijoiden käsiin. Poimijat eivät kuitenkaan ole yleensä työsuhteessa marjayritykseen.

Yritysten työvoimatarpeesta todettiin, että kausityövoimaa tarvitaan monessa yrityksessä runsaasti kiireisinä sesonkiaikoina. Muuten yrityksissä tullaan usein toimeen melko vähällä työntekijämäärällä. Etenkin sienten poiminnassa todettiin tarjoutuvan kausiluonteisesti ansaintamahdollisuuksia suurelle joukolle alueiden asukkaita. Kiinnostus sienten poimintaan nuorten keskuudessa on kuitenkin vähentynyt ja sienten poimijoiden riittävyyden arveltiin nousevan alan ongelmaksi tulevaisuudessa.

Haastatteluissa ilmeni, että hiljainen talvi- ja kevätkausi hyödynnetään osassa yrityksiä kerääjien kouluttamiseen ja informaation jakamiseen. Esimerkiksi herkkutatun kerääjille järjestettyjen kurssien suosio oli ollut suuri. Kurssien kautta oli saatu myös runsaasti uusia kerääjiä. Tietoa sienten kerääjille oli jaettu myös erilaisissa kerhoilloissa. Niissä osanottajia opetettiin tunnistamaan ja keräämään sieniä. Toiminta oli osoittanut, että uudella toiminta-alueella kestää 3–5 vuotta, ennen kuin asukkaat ryhtyvät keräämään sieniä tai marjoja oman kotitarpeen ohella myös myyntiin.

## **3.7 Tutkimustoiminta luonnontuotealalla**

### **3.7.1 Nykyinen tutkimus**

Haastateltujen näkemyksen mukaan luonnontuotealasta on Suomessa saatavilla vain vähän tutkimustietoa. Monia pieniä hankkeita tiedettiin kuitenkin olleen. Osaa hankkeista pidettiin käytännönläheisinä ja niistä oli ollut hyötyä alalla toimivien yritysten

kehitystyössä. Osa hankkeista sen sijaan arvioitiin hyvin teoreettisiksi, eikä niistä ollut saatu kovin paljon käytännön hyötyä yritysten toiminnassa.

Varsinaisia luonnontuotealaan liittyviä EU-hankkeita eivät haastatellut osanneet Suomesta nimetä. Muissa EU-maissa tällaisia EU-hankkeita tiedettiin olleen. StartTree -hankkeessa suomalaisia luonnontuotealan yrityksiä oli kuitenkin ollut sidosryhmänä mukana.

Yritysten tyytyväisyyttä selvittävässä kartoituksissa alan yrityksiä oli ollut mukana. Tällaisten selvitysten joukossa on ollut ainakin yksi EU-projekti. Lisäksi mainittiin, että luonnonmarjojen ravinnekoostumusta on selvitetty Itä-Suomen yliopistossa Kuopiossa.

Kävi myös ilmi, että tällä hetkellä Itä-Suomen yliopistossa on meneillään kolmevuotinen tutkimushanke marjatuotteiden jatkojalostajan kanssa (Nordic Vitality). Hankkeessa selvitetään, mitä ravintoarvoja yrityksen tuotteet sisältävät, millaisia vaikutuksia niillä on ja miten ne säilyvät tuotteissa. Saatua tietoa hyödynnetään yrityksen tuotekehittelyssä. Uskottavan informaation jakaminen tuotteista koettiin keskeiseksi markkinoinnissa ja pidettiin tärkeänä, että myyntiargumentit perustuvat todennettuihin tuloksiin.

Todettiin vielä, että marjatutkimusta tehtiin Suomessa paljon 2000-luvun lopulla. Tähän vaikutti Sitran silloinen tutkimusohjelma, jonka puitteissa näitä tutkimuksia rahoitettiin. Tutkimusten määrän tiedettiin vähentyneen 2010-luvulla.

### **3.7.2 Tutkimustarpeet**

Luonnonmarjoihin ja niiden tuotannon edellytyksiin liittyvän tutkimuksen tarve koettiin yrityksissä suureksi. Erityisesti toivottiin kaikkia alan yrityksiä hyödyttävää tutkimusta. Jokamiehen oikeuksiin liittyvien asioiden selvittämistä tutkimuksen keinoin pidettiin myös tärkeänä. Alan yrityksillä arveltiin olevan halukkuutta osallistua tutkimusten rahoittamiseen.

Marjayrityksissä toivottiin usein myös satoennusteiden kehittämistä. Nykyisten satoennusteiden ongelmana pidettiin sitä, että kustannusten karsimisen seurauksena laskentaruutuja on jouduttu vähentämään. Lisäksi laskentaruudut sijaitsevat pääosin Pohjois-Karjalassa oppilaitosten läheisyydessä, jotta opiskelijat pystyvät hoitamaan ruutujen laskennan. Satoennusteet eivät siten ole valtakunnallisesti kattavia. Metlan mainittiinkin suunnittelevan satoennusteiden parantamista. Ainakin osa yrityksistä olisi myös halukas rahoittamaan hanketta ja ostamaan satoennusteisiin liittyviä palveluita. Edellytyksenä pidettiin palvelun parantamista siten, että reaaliaikaisen täsmätiedon määrä kasvaa.



Todettiin, että marjatutkimusta tehdään hajallaan esimerkiksi monessa Suomen yliopistossa. Tutkimuksen tekeminen ja koordinointi nähtiin järkeväksi keskittää yhteen paikkaan. Tämän arveltiin poistavan päällekkäisyydet ja säästävän resursseja.

Myös suomalaisista sienistä kaivattiin ravintosisältöön ja muihin ominaisuuksiin liittyvää tutkimusta sekä ominaisuuksien vertailua viljeltyihin sieniin (esim. herkkusieni). Mahdollisesti jo tehtyjen tutkimusten tuloksista toivottiin lisäksi näkyvää ja laajaa tiedottamista.

## **4. TULOSTEN TARKASTELU JA PÄÄTELMÄT**

### **TULOSTEN TARKASTELU**

Tämän haastattelututkimuksen tarkoituksena oli selvittää marjojen ja sienten poiminnan, jalostuksen ja myynnin nykytilaa sekä mahdollisuuksia ja kehitystarpeita Suomessa. Lisäksi pyrittiin selvittämään, millaisia yhteistyömahdollisuuksia toimiala tarjoaisi Suomen ja Venäjän välillä.

Tietoa kerättiin haastattelemalla kahdeksaa alan yritystä Pohjois-Karjalassa ja Kainuussa. Haastattelut tehtiin syys-lokakuun 2013 välisenä aikana. Kaikki haastattelut tallennettiin ja litteroitiin kirjalliseen muotoon sekä analysoitiin laadullisesti.

Haastatteluissa oli edustettuina kahdeksan alan yritystä tai organisaatiota, jotka poikkesivat toisistaan sekä kooltaan että toimintatavoiltaan. Koska haastatteluissa oli edustettuina yrityksiä vain tärkeimmiltä marjan- ja sientenkeruualueilta Itä-Suomesta ja Kainuusta, ei aineistolla ole valtakunnallista kattavuutta. Haastatteluja tehtiin kuitenkin lukumääräisesti monta ja hyvin erilaisissa yrityksissä. Niistä saatiin myös runsaasti tutkimuksen aihepiiriin liittyvää aineistoa. Siten tulosten voidaan katsoa antavan yleisemminkin hyvän käsityksen toimialasta, siellä vallitsevista käytännöistä ja tulevaisuuden näkymistä sekä yritysten tavoitteista ja ongelmista.

#### **Poiminnan organisointi**

Marjojen poiminnan organisoivat pääasiassa marjavälittäjät. Jalostajat hankkivat marjaraaka-aineensa pääosin välittäjiltä pakastettuna. Marjojen kerääjät olivat useimmiten ulkomaalaisia. Luonnonmarjojen kerääjät tulivat valtaosin Thaimaasta.

Suomeen saapuville poimijoille yritykset olivat yleensä järjestäneet koulutuksen poimintaan paikan päällä heti saapumisen jälkeen. Poimijat maksoivat oleskelustaan kulupaketin, joka sisälsi muun muassa majoituksen ja ruuan. Kulupaketin ylittävä osa jäi poimijalle palkaksi. Haastatellut luonnehtivat thaipoimijoita hyviksi ja tarkoiksi.

Marjanpoimijoita oli siirrelty melko laajalla alueella koko maassa satotilanteen mukaan ja marjat oli yleensä ostettu poimijoiden majoituspaikalla vähintään joka toinen päivä. Kylmäketjusta oli huolehdittu ostohetkestä lähtien.

Sienten välitystä ja jalostusta hoitavissa yrityksissä keruu hoidettiin valtaosin suomalais-ten kerääjien voimin. Poimijat olivat usein vakituista joukkoa. Sienten poimijoista osa keräsi myös marjoja myyntiin.

### **Poimintaan liittyvät ongelmat**

Sekä marja- että sieniyrityksissä poiminnan organisointia vaikeuttavaksi tekijäksi mainittiin vuosittaiset satovaihtelut, joiden ennakointi on mahdotonta. Satovaihtelut hankaloittavat muun muassa poimijoiden tarpeen arviointia. Tämä tuottaa ongelmia myös lähtömaassa viisumien kirjoittamiseen. Ulkomaisten poimijoiden osalta ongelmaksi nostettiin myös riittävän poimintatulon kertyminen huonoina satovuosina, sillä tulon tulisi kattaa vähintään poimijoiden matka- ja ylläpitokustannukset sekä muut mahdolliset kulut. Haastatellut olivat sitä mieltä, että työsuhteisiin siirtyminen ulkomaisten poimijoiden kohdalla lopettaisi näiden poimijoiden käytön suurelta osin. Todettiin myös, että ilman ulkomaisia poimijoita suomalainen marjateollisuus ei pysty saamaan tarvitsemiaan määriä luonnonmarjaa kotimaasta. Yrityksissä kaivattiin toimintaan selkeitä pelisääntöjä ja sääntöjen yhtenäistämistä. Poimintatulon verovapaus haluttiin säilyttää.

Yritykset olivat myös huolestuneita kotimaisten ja erityisesti nuorten kerääjien jyrkästä vähenemisestä viime vuosina. Sienialalla tämä koettiin vielä suuremmaksi ongelmaksi kuin marjayrityksissä, sillä ulkomaisten kerääjien käyttö sienten poiminnassa koettiin hankalaksi: Sienten poiminnassa sienet pitää osata tunnistaa ehdottomasti oikein ja kasvupaikat tuntea hyvin. Ulkomaiset poimijat eivät pääosin täytä näitä kriteereitä.

Yrityksissä, jotka ostavat ja välittävät sekä marjoja että sieniä, ongelmana oli satojen samanaikaisuus. Etenkin alueilla, missä herkkutatteja kerätään paljon, sienten korkeamman hinnan arveltiin vähentävän kiinnostusta marjanpoimintaan.

### **Raaka-aineen hankintakanavat**

Mustikka ja puolukka hankittiin yrityksissä pääosin kotimaasta samoin kuin mesimarja. Tyrni ja karpalo olivat pääosin tuontitavaraa. Merkittävimmät marjojen hankinta-alueet olivat Kainuu ja Pohjois-Karjala. Ulkomaisten poimijoiden käyttö ja suuret satovaihtelut olivat kuitenkin laajentaneet hankinta-alueita koko Suomeen. Tärkeimmät sienialueet ovat Itä-Suomessa ja varsinkin Pohjois-Karjalassa.

Marjavälityksessä pakastamon merkitystä pidettiin suurena, sillä se takaa ympärivuotiset marjatoimitukset ja turvaa myös pienjalostajien toiminnan. Erikoistuotteiden jalostajien keskuudessa marjatukkujen käyttö oli jo melko tavallista ja tämän toimintatavan arveltiin yleistyvän edelleen, koska se mahdollistaa jatkojalostajien keskittymisen toimintansa kannalta keskeisiin toimintoihin ja tuotekehitykseen.

### **Marjojen ja sienten jalostus ja myynti**

Marjanvälittäjien jalostus rajoittui pakastukseen ja marjojen puhdistukseen. Pakastetut marjat toimitettiin edelleen jatkojalostajille, jotka valmistivat niistä muun muassa soseita, mehutiivisteitä ja kuivatuotteita.

Myös kuivatuotteita marjoista jalostavat yritykset ostivat tarvitsemansa marjat pakastettuina. Yritykset pyrkivät kuitenkin kuivattamaan marjat nopeasti ja mahdollisimman suuren erän kerrallaan. Tällä pyrittiin säästöihin varastointi- ja energiakustannuksissa. Kuivatuista marjoista jalostettiin edelleen jauheita. Kuivatusprosessissa ylijäävä mehu jalostettiin erikseen.

Sienistä herkkutatti arvioitiin taloudellisesti kannattavimmaksi. Herkkutattien kaupasta pääosa käydään tuoreilla sienillä. Lisäksi sieniä jalostetaan kuivattamalla. Kuivattaminen on myös juuresten ja yrttien jalostustapa.

Marjoja ja muita luonnontuotteita jalostavien yritysten asiakkaat koostuivat pääosin tukkuliikkeistä ja suurista yrityksistä. Myös luontaistuotekaupat kuuluivat joidenkin yritysten myyntikanaviin. Yritysten asiakaskunnan koettiin muuttuneen viime vuosina. Esimerkiksi kotimaiset elintarvikeyritykset näyttelivät aiempaa pienempää osaa yritysten myynnissä. Monilla yrityksillä osa asiakassuhteista oli kuitenkin hyvin pitkäaikaisia.

### **Luonnontuotteiden markkinat**

Marjojen ja sienten toimialaa Suomessa luonnehdittiin melko pieneksi ja alan yritysten rakenne vaihtelee paljon. Alalle toivottiin lisää yrittäjiä, etenkin jatkojalostajia. Luonnontuotealaa luonnehdittiin myös vientialaksi ja tärkeimmäksi vientimarjaksi mainittiin mustikka ja toiseksi tärkeimmäksi puolukka.

Vientimarkkinoilla suomalaisen mustikan pahimpina kilpailijoina pidettiin Yhdysvalloista ja Kanadasta tuotua mustikkaa. Pohjoisamerikkalainen mustikka on kuitenkin viljeltyä pensasmustikkaa, jonka maku ja ominaisuudet poikkeavat eurooppalaisesta luonnon-mustikasta. Euroopan elintarviketeollisuus kuitenkin käyttää pensasmustikkaa vuosittain suuria määriä, koska se on hinnaltaan luonnonmarjaa edullisempaa. Kaukoidässä ja etenkin Kiinassa ja Japanissa sen sijaan suositaan eurooppalaista mustikkaa.

Näillä markkinoilla suomalainen mustikka kilpailee ruotsalaisen, venäläisen ja baltialaisen mustikan kanssa.

Marjajalosteiden päämarkkina-alueiksi nimettiin Keski-Eurooppa ja Aasia. Sienistä vientituotteen muodostavat lähinnä herkkutatit, joita viedään tuoreena pääasiassa Italiaan.

### **Venäjä ja rajat ylittävä yhteistyö**

Marjanpoiminnassa yhteistyöhön venäläisten kanssa yrityksissä suhtauduttiin varauksella. Venäläisten keruuperinnettä tosin pidettiin vahvana, mutta luonnontuotemarkkinat ovat haastateltujen mukaan kasvaneet ja kaupallistuneet myös Venäjällä ja marjojen sekä poimijoiden tarve siellä on kasvussa.

Luonnontuotteiden vienti Venäjälle oli yrityksissä vähäistä tai olematonta. Tuontikin oli merkittävästi vähentynyt aiemmista vuosista. Syynä pidettiin marjojen kulutuksen kasvua sekä oman marjateollisuuden kehittymistä Venäjällä. Suomalaisten kokeilema sienien ostotoiminta Venäjällä oli puolestaan epäonnistunut ja lopetettu väärinkäytösten vuoksi.

Venäläisten tulli- ja muiden käytäntöjen koettiin hankaloittavan suomalaisten Venäjän kauppaa luonnontuotealalla. Venäläisen kulttuurin todettiin lisäksi poikkeavan suomalaisesta merkittävästi ja tämän katsottiin vaikeuttavan toimintamahdollisuuksien arviointia.

Kaikkiaan Venäjää ei pidetty Suomen kilpailijana vientimarkkinoilla. Sen sijaan Venäjän potentiaaliset markkinat nähtiin suurina ja Suomella arveltiin olevan vientimahdollisuuksia siellä. Venäjällä menestymisen todettiin edellyttävän premiumtuotteita, joilla voidaan erilaistua riittävästi. Esimerkiksi ravintolisillä arveltiin olevan hyvät mahdollisuudet Venäjällä.

### **Mahdollisuudet luonnontuotealalla**

Pitkälle jalostetut tuotteet ja erilaistuminen nähtiin edellytyksiksi kansainvälisillä markkinoilla menestymiseen ja Suomen mahdollisuudet arvioitiin hyväksi tässä yhteydessä. Tätä perusteltiin suomalaisen luonnonmarjan suuremmilla hivenainepitoisuuksilla ja voimakkaammilla aromeilla esimerkiksi eteläisempiin lajikkeisiin verrattuna. Myös suomalaisten luonnontuotteiden kasvuympäristö puhtaassa luonnossa nähtiin ehdottomaksi kilpailuvaltiksi. Puhtaan luonnon korostamista markkinoinnissa pidettiinkin hyvin tärkeänä.

Vientimarkkinoilla kuluttajien luottamus marjan alkuperään arvioitiin yhdeksi tärkeimmistä valintakriteereistä. Suomalaisiin ja yleensä pohjoismaisiin marjoihin kuluttajien mainittiin luottavan eri puolilla maailmaa. Tiedottamista suomalaisten marjojen hyvistä ominaisuuksista pidettiin tarpeellisena Keski-Euroopan markkinoilla kysynnän kasvattamiseksi.

Marjan jatkojalostuksen lisäämistä kotimaassa pidettiin myös tärkeänä, sillä nykyisin esimerkiksi mustikka päätyy valtaosin muihin maihin jatkojalostettavaksi. Kiinan viime vuosien elintarvikeskandaalit ovat kasvattaneet Suomen ja muiden Pohjoismaiden elintarvikkeiden arvostusta ja kysyntää sekä Kiinassa että Japanissa ja Australiassa.

Muuttuvat kulutustottumukset ja aiempaa vaativammat kuluttajat tarjoavat jatkojalostuksessa uusia mahdollisuuksia. Kuivatut marjat ja marjajalosteet koettiin sopiviksi tuotteiksi etenkin nuorille kuluttajille.

Sienille ja sienijalosteille oli haastateltujen mielestä paljon kysyntää ja siten myös kasvumahdollisuuksia. Luomutuotannon laajentaminen mainittiin myös mahdollisuutena luonnontuotealalla, sillä luomutuotteiden kysyntä on kasvussa. Suomen puhtaan luonnon koettiin tukevan luomutuotannon kehittämistä.

### **Rajoitteet luonnontuotealalla**

Marjatoimialalla yritysten ongelmat liittyivät ulkomaisten poimijoiden käyttöön ja jokamiehenoikeuksien tulkintaan. Ne olivat usein olleet ristiriitojen syynä marjanpoimijoiden ja maanomistajien tai paikallisten asukkaiden välillä. Ongelmien selvittämiseksi kaivattiin ratkaisuja.

Marja-alalla ongelmia tuotti myös marjojen luokittelu maataloustuotteiksi. Marjatoimiala nähtiin kuitenkin pääosin teolliseksi jalostamiseksi ja monet sen jalosteet elintarvikkeiksi. Tämän ristiriidan koettiin hankaloittavan yritystoimintaa. Lisäksi yritysten pieni koko koettiin ongelmaksi marja-alalla. Sitä pidettiin myös yhtenä syynä alan vähäiseen tuotekehitykseen ja tuotantokapasiteetin vähyyteen.

Viinitiloilla toimintaa hankaloitti huomattavasti raaka-aineen hankinnalle, tuotantomäärille ja tuotteiden myynnille asetetut tiukat rajoitukset. Liköörin myyntikielto suoraan tiloilta koettiin tilojen kannattavuutta heikentäväksi tekijäksi. Kasvumahdollisuuksia nähtiin vain ulkomaan markkinoilla.

Sekä marja- että sienialalla ongelmaksi mainittiin luonnontuotteita ilman kuittia ostavat toimijat. Näiden koettiin saavan kilpailuetua jättämällä arvonlisävero maksamatta. Kiinnijäämisen riskiä pidettiin minimaalisena.

Sienialalla toiminnan kehittämistä pidettiin hankalana suurien satovaihteluiden vuoksi. Riittävän poimijamäärän turvaaminen jatkossa oli toinen suuri ongelma. Sienialalla ulkomaisten poimijoiden käyttö nähtiin huonoksi ratkaisuksi, koska sienet pitää osata tunnistaa ehdottoman tarkasti ja niiden kasvupaikat täytyy tuntea. Sienialan toimintamahdollisuuksia rajoittaa haastateltujen mukaan myös julkisen vallan säätely muun muassa tukien ja verotuksen kautta. Poimintatulon verottomuuden säilyminen nähtiin ehdottomana edellytyksenä alan tulevaisuudelle.

### **Kustannukset, työllisyys ja yhteistyö**

Haastatteluissa todettiin, että luonnontuotealalla yritykset joutuvat investoimaan paljon ja tuotantolaitosten ylläpitokustannukset ovat suuret. Työntekijöiden saatavuutta pidettiin myös ongelmana alan yrityksille. Synä mainittiin muun muassa yritysten syrjäinen sijainti. Toisaalta alan arvioitiin antavan kausiluonteisesti elannon suurelle joukolle ihmisiä. Vakituista työvoimaa yrityksissä oli melko vähän. Yhteistyö ja verkostoituminen nähtiin alalla tärkeäksi ja erityisesti vientimarkkinoilla, missä edellytetään suuria volyymeja. Yhteistyön mahdollisuuksia arveltiin olevan erityisesti raaka-aineen hankinnassa ja yhteismarkkinoinnissa. Tällä hetkellä yritysten välistä yhteistyön määrää marja- ja sienialalla pidettiin vähäisenä.

### **Alan tutkimustarve**

Kaikkiaan haastatellut kokivat, että luonnontuotealasta on saatavilla melko vähän tutkimustietoa. Yrityksissä kaivattiin kaikkia yrityksiä hyödyttävää tutkittua tietoa luonnonmarjoista ja niiden tuotannon edellytyksistä. Tutkimusta kaivattiin myös jokamiehenoikeuksiin liittyvistä asioista. Satoennusteiden kehittäminen koettiin niin ikään tärkeäksi. Sienistä haluttiin ravintosisältöön ja muihin ominaisuuksiin liittyvää vertailevaa tutkimustietoa. Keskusteluissa arveltiin yrityksistä löytyvän halukkuutta osallistua myös hankkeiden rahoitukseen. Yrityksissä pidettiin tärkeänä, että markkinoinnissa voidaan jakaa uskottavaa informaatiota tuotteista ja myyntiargumenttien haluttiin perustuvan todennettuihin tuloksiin.

## PÄÄTELMÄT

Haastattelujen perusteella luonnontuotealalla olisi paljon kasvu- ja kehitysmahdollisuuksia. Toistaiseksi toimiala on kuitenkin monilta osin varsin kehittymätön ja alalla esiintyy monia ongelmia.

- Sekä marja- että sienisadoista Suomessa hyödynnetään kaupallisesti vain murto-osa tällä hetkellä. Satomäärien hyödyntämistä nostamalla tuotannon merkittävä kasvattaminen luonnontuotealalla olisi mahdollista.
- Satojen hyödyntämistä uhkaavat poiminnan organisointiin liittyvät ongelmat: Kotimaisten poimijoiden määrä vähenee nopeasti, joten ulkomaisten poimijoiden käyttö on välttämätöntä riittävän raaka-ainemäärän saamiseksi teollisuudelle. Ulkomaisten poimijoiden määrä tulee todennäköisesti kasvamaan edelleen, mutta ristiriitojen välttämiseksi poimijoiden sekä maanomistajien / paikallisten asukkaiden välillä tarvitaan pikaisesti selkeästi määritellyt toimintaperiaatteet, jotka koskevat kaikkia kaupallisia poimijoita yhtäläisesti.
- Suuret vuotuiset satovaihtelut muodostavat merkittävän ongelman sekä marja- että sienialalla. Tämä tekee vaikeaksi tarvittavan poimijamäärän ennakkoinnin. Satovaihtelut vaikeuttavat yrityksissä myös sitovien toimitussopimuksien tekemistä asiakkaiden kanssa. Satovaihteluiden vaikutuksia voidaan lieventää siirtelemällä poimijoita eri puolille Suomea hyvien satojen perässä. Ongelman poistaminen kokonaan lienee kuitenkin mahdotonta.
- Sienialalla kotimaisten poimijoiden väheneminen on erityisen suuri ongelma, sillä ulkomaisten poimijoiden käyttö on sienialalla ongelmallisempaa kuin marja-alalla. Sienten tunnistaminen on ehdoton edellytys sienten poiminnassa ja sienten lajirunsauden vuoksi tunnistamisen opettelu voi olla vaikeaa. Väärästä tunnistamisesta voi sienä syöneelle olla seurauksena myrkytys ja elinikäisiä vaurioita elimistöön tai jopa hengenvaaraa. Ulkomaisten poimijoiden käyttö vaatisi perusteellisen opastuksen sienten tunnistukseen, mikä puolestaan lisää yritysten kustannuksia. Suomalaisten kerääjien koulutukseen tarvitaan puolestaan jatkuvuutta. Jatkuvuudesta voidaan huolehtia sienineuvojen avustuksella.
- Sienikauppaa käydään nykyisin pääosin tuorekauppana. Tämä edellyttää nopeita toimituksia, nopeaa toimintaa sekä katkeamatonta kylmäketjua etenkin parhaan sesongin aikana. Tämä puolestaan vaatii huolellista organisointia sekä investointeja laitteistoihin ja kuljetusvälineisiin.
- Marjojen ja sienten jalostusaste on Suomessa vielä varsin alhainen. Tämän seurauksena jalostamatonta marjaa toimitetaan vuosittain miljoonia kiloja vientimarkkinoille jatkojalostuksen raaka-aineeksi. Jalostusasteen nostolla saatu lisäarvo jäisi kotimaahan. Jalostusasteen nosto edellyttää kuitenkin tuotekehittelyä



ja investointeja sekä lopputuotemarkkinoiden tuntemusta. Tähän yritykset tarvitsevat tutkimusta ja rahoituslähteitä.

- Luonnontuoteala on pieni toimiala ja myös yritykset ovat pääosin pieniä. Yritysten vähäiset resurssit rajoittavat tuotekehitystä ja jalostusasteen nostoa. Pienet tuotantovolyymit muodostuvat helposti vientimarkkinoille pääsyn esteeksi. Näitä ongelmia yritykset voisivat vähentää verkostoitumalla ja lisäämällä yhteistyötä. Etenkin jatkojalostuksessa tarvittaisiin myös uusia yrittäjiä. Jatkojalostuksen tarvetta lisää myös yleinen kulutustottumusten muutos ja yhä pitemmälle jalostettujen ja helppokäyttöisten tuotteiden kasvava kysyntä.
- Luomutuotteiden suosio on kasvussa sekä Suomessa että vientimarkkinoilla. Luomutuotannon lisäämiseen olisi Suomessa hyvät mahdollisuudet, sillä Suomen luonto on valtaosin puhdas koko maassa. Luomualan merkintä edellyttää kuitenkin sertifiointia, joten sertifioidujen alueiden määrää pitäisi lisätä aktiivisesti ympäri maata. Suomen luonnon ja luonnontuotteiden puhtautta tulisi myös markkinoida voimakkaasti ja näkyvästi vientimarkkinoilla.
- Viiniryttäjien määrä on jatkuvasti vähentynyt Suomessa. Ainakin osittain taustalla on viinitilojen toiminnan tiukka sääntely, mikä vaikeuttaa toiminnan saamista kannattavaksi. Toimintansa kannattavuutta ja yleensä toimintaedellytysensä säilymistä tilat joutuvat parantamaan erilaisilla oheispalveluilla kuten majoitus- ja ruokapalveluilla. Liköörin myynnillä suoraan tilalta kannattavuutta voitaisiin myös parantaa. Liköörien myynti tiloilta suoraan ei kuitenkaan ole sallittua. Viinien ja liköörien myynti muiden kanavien kuten Alkon tai ravintoloiden kautta nostaa tuotteiden hinnat niin korkeiksi, että ne eivät enää houkuttele asiakkaita. Viinitilat sijaitsevat yleensä syrjässä ja etäällä asutuskeskuksesta, jolloin asiakkaatkin ovat kaukana. Siten pelkästään tiloilta tapahtuvan myynnin varassa kysyntää on vaikea kasvattaa. Tilojen toiminta on myös hyvin sesonkiluonteista painottuen kesään. Tilojen kannattavuutta voitaisiin parantaa tilamyynnille annettavilla helpotuksilla, jolloin tilojen toimintaedellytykset paransivat. Tilat ovat tärkeitä syrjäseutujen työllistäjinä ja maaseudun elinvoimaisuuden ylläpitäjinä. Tällä hetkellä viinitilojen tuotteilla näyttäisi olevan kasvumahdollisuuksia ainoastaan vientimarkkinoilla.
- Suomalaisten luonnontuotteiden vahvoja vientivaltteja ovat puhdas kasvuympäristö, marjojen korkeat hivenainepitoisuudet sekä marjojen ja yrttien voimakkaat aromit. Nykyiset kulutustrendit suosivat maailmanlaajuisesti terveellistä ja puhdasta ruokaa. Myös elintarvikeskandaalit muun muassa Kiinassa ovat lisänneet kiinnostusta elintarvikkeiden puhtauteen ja alkuperään. Suomalaisilla ja pohjoismaalaisilla elintarvikkeilla on hyvä imago muun muassa Kiinassa, Japanissa ja Australiassa, joten Suomen mahdollisuudet menestyä luonnontuotteiden vientimarkkinoilla ovat hyvät. Menestyminen edellyttää kuitenkin näkyvää tiedottamista suomalaisten luonnontuotteiden vahvuuksista ja niiden laajaa hyödyntämistä markkinoinnissa.

- Suomalaisten luonnontuoteyritysten suhtautuminen yhteistyöhön Venäjän kanssa vaikuttaa hyvin varaukselliselta. Syynä tähän on pitkälti aiemmat huonot kokemukset. Erityisesti sienten poimijaongelmaan Venäjältä voisi kuitenkin löytyä apu, sillä siellä sienten poiminnalla on pitkät perinteet ja sienituntemus on parempi kuin esimerkiksi thaimaalaisilla poimijoilla, vaikka puutteita tuntemuksessa Venäjälläkin on. Venäläistenkin käyttö sienten poiminnassa edellyttäisi siten opastusta sienten tuntemuksessa. Lisäksi toimintatavat pitäisi määritellä tarkkaan ja yhteisymmärryksessä venäläisten viranomaisten kanssa, sillä ongelmia voi aiheutua venäläisten määräyksistä ja käytännöistä. Myös kulttuurista johtuvat toimintatapojen erot tulee ottaa huomioon.
- Luonnontuotteiden vienti Suomesta Venäjälle on vähäistä, eikä niitä myöskään tuoda sieltä Suomeen kovin paljon. Tärkeimmät tuontimarjat Venäjältä Suomeen ovat lakka, karpalo ja tyrni, eli marjat, joiden sadot eivät Suomessa riitä teollisuuden tarpeisiin. Venäjä on kuitenkin suuri maa sekä maantieteellisesti että väestöpohjaltaan. Potentiaaliset markkinat ovat siten Venäjällä varsin laajat ja Suomella voisi olla hyviä menestymisen mahdollisuuksia siellä, etenkin jatkojalosteiden osalta. Venäjän markkinoilla menestyminen edellyttää kuitenkin pitkälle kehitettyjä tuotteita ja selkeää erilaistumista. Globaaleilla vientimarkkinoilla Venäjä ei ole toistaiseksi ollut Suomelle kova kilpailija. Venäjän luonnontuotesektori kehittyy kuitenkin koko ajan, joten kilpailutilannekin voi kiristyä tulevaisuudessa.

## LÄHTEET

- Elintarviketurvallisuusvirasto Evira. Ilmoitukset luomuvälvonnalle. [www.evira.fi](http://www.evira.fi). 27.5.2014.
- Hirsjärvi, Sirkka & Hurme, Helena (2001) Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Lisäpainos. Helsinki: Yliopistopaino.
- Jokela, S. 2013. Tilaviinit liiketoimintana Suomessa. Opinnäytetyö. Tampereen ammattikorkeakoulu. Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma. 45 s. + liitteet.
- Julkunen–Tiitto, R. ja Karjalainen, R. 2011. Pohjois-Karjalan kasvien bioaktiivisuus ja innovatiivinen yritystoiminta. Hankesuunnitelma 2011–2014. Itä-Suomen yliopisto.
- Kaitala, E. 2011. Suomen viinitilojen taloudellinen merkitys. Tilalikäöörin myynnin vapauttamisen vaikutus. Kansantaloustieteen Pro gradu-tutkielma. Jyväskylän yliopisto, kauppakorkeakoulu. 54 s. + liitteet.
- Kansantalouden tilinpito. Tilastokeskus 2014.
- Karvonen, J. 2012a. Suomalaisen viinin lyhennetty historia. Viininlehti 2/2012.
- Karvonen, J. 2012b. Suomalaisen hedelmäviinien luokitus ja vertailua muuhun Eurooppaan. Viininlehti 2/2012.
- Marsi 2013. Luonnonmarjojen ja -sienten kauppantulomäärät vuonna 2013. Maaseutuviraston julkaisusarja: Raportteja ja selvityksiä. Maaseutuvirasto. Seinäjoki 3/2014. 53 s.
- Marsi 2011. Luonnonmarjojen ja -sienten kauppantulomäärät vuonna 2011. Maaseutuvirasto. Seinäjoki 2012. 40.s.
- Metsätilastollinen vuosikirja 2013. Suomen virallinen tilasto. Metsäntutkimuslaitos.
- Mikkonen, H. & Moisio, S. 2011. Metsämarjojen ja -sienten poiminta ja käyttö Pohjois-Pohjanmaan ja Kainuun kotitalouksissa. Luonnontuotealan merkitys ja kehittämistarpeet Pohjois-Pohjanmaalla ja Kainuussa 2011–2012 -hankkeen raportti. 27 s.
- Paassilta, M. & Moisio, S. & Jaakola, L. & Häggman, H. 2009. Pohjoismainen luonnonmarja-ala. Kyselytutkimus yritystenvälisestä yhteistyöstä. Oulun yliopistopaino, Oulu. 57 s. + liitteet.
- Parviainen, J. & Västilä, S. Suomen metsät 2011. Kestävän metsätalouden kriteereihin ja indi-kaattoreihin perustuen. Maa- ja metsätalousministeriö 5/2011. Metsäntutkimuslaitos 2011.
- Roininen, R. ja Mokka, M. 2007. Selvitys marjojen ja marjasivuvirtojen hyödyntämispotentiaalista Suomessa. VTT raportteja 971–07. 36 s.

- Salo, K. 1995. Non-timber forest products and their utilization. In: Hytönen, M. (ed.). Multiple-use forestry in the Nordic countries. p. 117–155.
- Sosiaali- ja terveysministeriön päätös käymisteitse valmistetun enintään 13 tilavuusprosenttia etyylialkoholia sisältävän alkoholijuoman myyntipaikasta ja myyntitoiminnasta 7.6.1995/851.
- Sosiaali- ja terveysministeriön päätös tilaviini-nimityksen käyttämisestä 7.6.1995/851.
- Turtiainen, M. & Saastamoinen, O. & Kangas, K. & Vaara, M. 2012. Picking of Wild Edible Mushrooms in Finland in 1997-1999 and 2011. *Silva Fennica* 46(4): 569–581.
- Turtiainen, M. & Salo, K. & Saastamoinen, O. 2011. Variation of Yield and Utilization of Bilberries (*Vaccinium myrtillus* L.) and Cowberries (*V. vitis-idaea* L.) in Finland. *Silva Fennica* 45(2): 237–251.
- Turtiainen, M. & Salo, K. & Saastamoinen, O. 2007. Mustikan ja puolukan marjasatojen valta-kunnalliset ja alueelliset kokonaisestimaatit Suomen suometsissä. Suoseura – Finnish Peatland Society. Tiedonantoja – Research Notes. *Suo* 58(3–4): 87–98. Helsinki 2007.
- Vaara, M. & Saastamoinen, O. & Turtiainen, M. 2013. Changes in wild berry picking in Finland between 1997 and 2011. *Scandinavian Journal of Forest Research*, 28:6, 586–595.

### **Internetlähteet:**

- [www.arctic-flavours.fi](http://www.arctic-flavours.fi). 19.8.2014. Metsämarjojen vienti kohosi ennätystasolle. *Arktiset Aromit -tiedote* 21.03.2014.
- Leukumavaara, J. 2012. Mihin tarvitaan mustikoita ja puolukoita? *Helsingin Sanomat*. Kotimaa. 14.8.2012. [www.hs.fi/kotimaa](http://www.hs.fi/kotimaa). Käyntipäivämäärä 17.10.2014.
- [www.luontoyrittaja.fi](http://www.luontoyrittaja.fi). Suomen luontoyrittäjyysverkosto. Käyntipäivämäärä 28.4.2014.
- <http://riista.fi/riistatalous/riistakannat/elaimet>. Suomen Riistakeskus. Käyntipäivämäärä 27.10.2014.
- Ånäs, M. 2013. Mesimarja yrittää kasvuloikkaa. *Talouselämä* 16.3.2013. [www.talouselama.fi/uutiset/](http://www.talouselama.fi/uutiset/). Käyntipäivä 6.6.2014.

### **PTT julkaisuja, PTT publikationer, PTT publications**

22. Hanna Karikallio. 2010. Dynamic Dividend Behaviour of Finnish Firms and Dividend Decision under Dual Income Taxation
21. Satu Nivalainen. 2010. Essays on family migration and geographical mobility in Finland
20. Terhi Latvala. 2009. Information, risk and trust in the food chain: Ex-ante valuation of consumer willingness to pay for beef quality information using the contingent valuation method.
19. Perttu Pyykkönen. 2006. Factors affecting farmland prices in Finland

### **PTT raportteja, PTT rapporter, PTT reports**

246. Holm, P. ja Kerkelä, L. 2014. Voisiko Suomi seurata Ruotsin ja Norjan esimerkkiä? Näkökohtia perintö- ja lahjaverosta sekä luovutusvoittoverosta.
245. Kerkelä, L., Lahtinen, M., Esala, L., Kosunen, A. ja Noro, K. 2014. Suomen pitkän aikavälin energia- ja ilmastopolitiikka ja teollisuuden kilpailukyky.
244. Kosenius, A-K., Haltia, E., Horne, P., Kniivilä, M. and Saastamoinen O. 2013. Value of ecosystem services? Examples and experiences on forests, peatlands, agricultural lands, and freshwaters in Finland.
243. Jauhiainen S. 2013. Pikkukaupunkeja ja reunakuntia – Työssäkäynti-alueiden ulkopuoliset kunnat kuntauudistuksessa
242. Rinta-Kiikka, S., Pyykkönen, P., Ylätaalo, M. 2013. Osakeyhtiömuotoinen maatalous Suomessa.
241. Anna-Kaisa Rämö – Paula Horne – Eeva Primmer. 2013. Yksityismetsänomistajien näkemykset metsistä saatavista hyödyistä.

### **PTT työpapereita, PTT diskussionsunderlag, PTT Working Papers**

162. Kämäräinen, S., Rinta-Kiikka, S. ja Yrjölä, T. 2014. Maatilojen välinen yhteistyö Suomessa.
161. Kniivilä, M., Kosenius, A.-K. ja Horne, P. 2014. Luontoarvopankkien hyödyt ja haitat sekä soveltuvuus Suomeen.
160. Peltoniemi, A., Arovuori, K., Niemi, J. ja Pyykkönen, P. 2014. Lihasektorin hintarakenteet.
159. Holm, P. ja Lahtinen, M. 2014. Energia- ja ilmastopolitiikan aiheuttama kustannuspaine teollisuudelle ja kotitalouksille.
158. Pakarinen, S., Arovuori, K. and Pyykkönen, P. 2014. Kasvisten hintojen välittyminen Suomen markkinoille
156. Alho, E., Holappa, V., Lahtinen, M., Pakarinen, S. 2014. Alueellisten asuntomarkkinoiden kehitys vuoteen 2016
155. Arovuori, K. ja Saastamoinen O. 2013. Maatalouden ekosysteemipalveluiden luokittelu Suomessa
154. Kniivilä, M. ja Saastamoinen O. 2013. Markkinat ekosysteemipalveluiden ohjaus- ja edistämiskeinona
151. Kniivilä, M., Mili, S., Ait El Mekki, A., Arovuori K., Ben Saïd, M., Çağatay, S., Horne, P., Kıymaz, T., Laajimi, A., Martinez-Vega, J., Pyykkönen, P., Soliman, I., Thabet, B., 2013. Kestävä maa- ja metsätalous EU:n Välimeren kumppanuusmaissa ja Turkissa: kestävyys-teen vaikuttavat tekijät, indikaattorit ja haasteet.