


LOPPURAPORTTI

Koillismaan matkailu- ja luonnontuotealan esiselvityshanke

1.1.-31.8.2012



naturpolis
NORDIC BUSINESS CENTER

 Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutualueisiin

 **MYÖTÄLE**

 Elinkeino-, liikenne- ja
ympäristökeskus

Sisältö

1.	Hankkeen tiedot	2
2.	Yhteenveto hankkeesta	2
3.	Hankkeen tavoitteet	3
	3.1 Yleiset tavoitteet	3
	3.2 Hankkeen erityiset tavoitteet	3
4.	Hankkeen toteutus	4
	4.1 Toimenpiteet	4
	4.2 Aikataulu	7
	4.3 Resurssit ja toteutuksen organisaatio	7
	4.5 Kustannukset ja rahoitus	8
	4.6 Raportointi ja seuranta	8
	4.7 Toteutusolelut ja riskit	9
5.	Yhteistyökumppanit	10
6.	Hankkeen tulokset ja vaikutukset	10
	6.1 Raportit selvityksistä	10
	6.2 Muut tulokset ja vaikutukset	11
7.	Esitykset jatkotoimenpiteiksi	11
8.	Allekirjoitus ja päiväys	12

1. Hankkeen tiedot

Hankkeen toteuttaja:	Koillis-Suomen kehittämissyhtiö Naturpolis Oy
Hankkeen nimi ja tunnus:	Koillismaan matkailu- ja luonnontuotealan esiselvityshanke Dnro 3841/3570-2011, hankkeen numero 15317
Ohjelma:	Manner-Suomen maaseudun kehittämissuunnitelma 2007-2013
Toimintalinja:	Leader Maaseutualueiden elämänlaatu ja maaseudun elinkeinoelämän monipuolistaminen
Toimenpide:	Leader-toimenpiteet linjalla 3: Matkailuelinkeinojen kehittäminen
Toimintaryhmä:	Myötäle ry
Kohdealue:	Kuusamo, Taivalkoski ja Posio
Hankkeen toteutusajankaus:	1.1.-31.8.2012

2. Yhteenveto hankkeesta

Koillismaan matkailu- ja luonnontuotealan esiselvityshankkeen tavoitteena oli tuottaa tietoa siitä, millaista kysyntää maaseudun palveluihin ja tuotteisiin kohdistuu matkailutoimialan taholta ja mitä mahdollisuuksia tämä kysyntä tuo maaseudun elinkeinotoiminnalle. Hankkeessa selvitettiin myös maaseudun toimijoiden tämän hetkistä toimintaa ja tuotantoa sekä heidän mahdollisuuksiaan ja kiinnostustaan lähiruuan ja luonnontuotteiden tuotannon kysyntälähtöiseen lisäämiseen. Samalla kartoitettiin tärkeimpiä tuotannon lisäämisen/ kehittämisen esteitä ja näkemyksiä niiden poistamiseksi tarvittavista tärkeimmistä kehittämistoimenpiteistä.

Hankkeessa toteutettiin lähiruokaan ja luonnontuotteisiin liittyvät kyselyt matkailijoille, matkailualan yrityksille (kaupoille, ravintoloille, majoitus- ja ohjelmalveluyrityksille) sekä maaseutuyrittäjille ja elintarvikkeiden jalostajille. Konkreettisena tuloksena näistä kyselyistä syntyi kolme raporttia: matkailijakyselyn tulokset, matkailutoimialan yritysten kyselyn tulokset sekä tuottajien ja jalostajien kyselyn tulokset.

Lisäksi hankkeen aikana koottiin yhteen tietoa luonnontuotealan kehittämisestä kiinnostuneista yrityksistä sekä lähiruuan tuottajista ja jalostajista. Hankkeessa etsittiin hyviä käytäntöjä muilta alueilta sekä oltiin aktiivisesti yhteydessä alan kehittämiseen liittyviin toimijoihin, yrityksiin, muihin kehittämishankkeisiin ja -organisaatioihin, sekä tutkimus- ja koulutusorganisaatioihin. Hanke sai tiedottamisen ja verkostoitumisen kautta koottua yhteen toimijoita, jaettua tietoa sekä herätettyä keskustelua lähiruuan ja luonnontuotteiden hyödyntämisestä Koillismaan matkailuun liittyen.

Esiselvityksen aikana selvitettiin laajasti Koillismaan luonnontuote- ja matkailualan nykytilaa, tuotteisiin kohdistuvaa kysyntää ja tarjontaa, tämänhetkisiä ongelmakohtia sekä yhteistyö- ja kehittämismahdollisuuksia. Vastausten perusteella, sekä yleensäkin aiheen saaman julkisuuden perusteella, on nähtävissä, että kiinnostusta alan kehittämistä kohtaan on runsaasti. Esiselvityksessä myös selvisi, että eri osapuolet tuntevat toisiaan melko heikosti, mutta että kiinnostusta yhteistyötä kohtaan on. Esiselvityksen tuloksia voivat hyödyntää niin yritykset, kunnat kuin maaseudun kehittäjätkin.

3. Hankkeen tavoitteet

3.1 Yleiset tavoitteet

Koillis-Suomen koheesio- ja kilpailukykyohjelman (KOKO) puitteissa toteutettiin syksyllä 2011 valmistunut Koillismaan ja Itä-Lapin kuntien yhteinen elinkeinostrategia. Elinkeinostrategiaa valmisteltiin laajapohjaisella delfoi-menetelmällä, joka piti sisällään mm. yli sata henkilöhaastattelua. Strategiassa määriteltiin visioiden toteuttamiseksi painopistealueita, joista yhtenä tärkeänä, alueella uutena teemana nousi esiin luonnontuotealan merkitys matkailulle. Tavoitteena tämän myötä on *nostaa kansainvälinen outdoor -matkallualue uudelle tasolle paikallisten luonnontuotteiden avulla*, eli "Matkailu menestyy luonnosta". Terveys ja hyvinvointi kiinnostavat ihmisiä ja paikallisuus ja lähiruoka ovat nouseva trendi. Maaseudun terveelliset ja lähellä tuotetut, paikalliset tuotteet ja palvelut saavat uusia mahdollisuuksia kysynnän kasvaessa. Matkailun luoma kysyntä luonnontuotteita kohtaan luo siten *uusia mahdollisuuksia maaseutuyrittäjyydelle* ja tuo samalla *lisähyötyä matkailuelinkeinolle*.

Luonnontuotealan toimintakenttä on laaja, sisältäen monia eri toimialoja, jotka eivät perinteisesti ole olleet kosketuksissa toisiinsa, sekä pieniä yrityksiä, joiden on yksinään vaikeaa vastata matkailusektorin luomaan kysyntään. *Yhteistyömahdollisuuksien kartoittaminen* eri toimialojen ja toimijoiden välillä olikin hankkeen aikana taustalla vaikuttavana yleisenä tavoitteena. Siksi yleinen *tietoisuuden lisääminen, hyvien käytäntöjen etsiminen ja tiedonvälitys* olivat merkittävässä roolissa hankkeen toteutuksen aikana. Ylipäätään *luonnontuotealan kehittäminen toimialana* on Koillismaalla uutta ja vaatii runsaasti pohjatyötä, jonka päälle tulevia kehittämistoimia voidaan yritysten kanssa myöhemmin rakentaa. Esiselvityshankkeella tavoitteena oli aloittaa tämä työ ja luoda näin pohjaa tuleville toimenpiteille.

3.2 Hankkeen erityiset tavoitteet

Keskeisin tavoite hankkeessa oli selvittää yritysten kehittämistarpeita ja yhteistyön mahdollisuuksia, sekä tuottaa tietoa olemassa olevasta tuote- ja palvelutarjonnasta, jotta maaseudulla tuotettavia luonnontuotteita ja esim. runsaasti kasvanutta kiinnostusta lähiruokaa kohtaan voitaisiin tulevaisuudessa entistä paremmin hyödyntää mm. matkailun palvelutarjonnassa. Lisäksi tavoitteena oli selvittää matkailijoiden mielipiteitä paikallisia luonnontuotteita ja lähiruokaa kohtaan, eli sitä, minkälaista kysyntää näihin tuotteisiin kohdistuu matkailijoiden taholta.

Kysymyksiä ja selvitettäviä asioita, joihin erityisesti haettiin vastauksia, olivat:

- Miten/mitä paikallisia luonnontuotteita käytetään alueen matkailuyrityksissä tällä hetkellä?
- Mitä tuotteita tai palveluita haluttaisiin käyttää ja millä tavalla, eli mitä tarpeita ja käyttöehtoja matkailualalla on näitä tuotteita ja palveluita kohtaan?
- Alkutuottajien ja jalostajien kartoitus: mitä alueella tällä hetkellä tuotetaan ja jalostetaan? Onko edellytyksiä ja kiinnostusta kehittää toimintaa lähiruuan tuotannon lisäämiseksi ja palvelutuotannon suuntaamiseksi matkailijoiden kysyntää vastaavaksi? Mitkä ovat tuotannon kehittämisen suurimmat esteet tällä hetkellä?
- Minkälaista koulutusta tai muita kehittämistoimenpiteitä alueella kaivattaisiin, jotta luonnontuotealaa ja lähiruuan tuotantoa olisi mahdollista kehittää paremmin matkailun tarpeisiin vastaamaan?

Näiden kysymysten myötä tavoitteena oli saada selville alueen luonnontuote- ja matkailualan yhteiset kehittämistarpeet ja mahdollisuudet, eli nähdä, minkälaista kehittämistyötä alueella tarvitaan ja mitkä toimijat ovat siitä kiinnostuneita.

4. Hankkeen toteutus

4.1 Toimenpiteet

Hankkeen päätoimenpiteenä toteutettiin kolme erillistä kyselyä:

1. Matkailijoille suunnattu lähiruoka- ja luonnontuotekysely

Kyselyssä selvitettiin matkailijoiden odotuksia, näkemyksiä ja toiveita matkakohteensa tuote- ja palvelutarjontaa kohtaan luonnontuotteisiin ja lähiruokaan liittyen. Kyselyn sisältöä suunniteltiin yhteistyössä mm. Naturpolioksen ja ProAgrian asiantuntijoiden kanssa ja kommentteja pyydettiin Ruka-Kuusamon, Taivalkosken ja Posion matkailuyhdistyksiltä, sekä Kainuun ammattiopiston Kuusamon toimipaikan matkailualan lehtorilta.

Kysely toteutettiin sekä sähköisenä versiona että haastatteluina helmikuussa 2012 hankkeen toiminta-alueella Kuusamossa, Taivalkoskella ja Posiolla. Toteutusvaiheessa Kainuun ammattiopiston Kuusamon toimipisteen matkailualan opiskelijat haastattelivat päivän ajan matkailijoita kullakin paikkakunnalla. Haastattelupaikat sovittiin etukäteen paikkakuntien matkailuyhdistysten kanssa. Lisäksi kyselylomakkeita oli jaossa infopisteissä ja linkit vastaavaan sähköiseen kyselyyn olivat matkailijoiden vastattavana kahden viikon ajan internetissä Naturpolioksen, Ruka-Kuusamon sekä Posion matkailusivujen kautta. Vastauksia kyselyyn saatiin kaikkiaan 168, joista 56 oli haastatteluissa saatuja lomakkeita ja 112 internet-vastauksia. Sähköinen kysely toteutettiin ZEF -kyselykoneella. Lomakkeilla annetut vastaukset syötettiin jälkeenpäin tähän ohjelmaan käsin, jolloin ne saatiin yhdistettyä sähköiseen aineistoon ja tuloksia päästiin käsittelemään kokonaisuutena.

Raportti matkailijakyselyn tuloksista on luettavissa Naturpolioksen internet-sivuilla:
<http://www.naturpolis.fi/dynamic/Matkailijaraportti.pdf>

2. Matkailutoimialan kysely

Kyselyssä selvitettiin matkailutoimialan (vähittäiskaupat, ravintolat, ohjelmalvelu- ja majoitusyritykset) luonnontuotteisiin ja lähiruokaan kohdistuvia tarpeita ja odotuksia. Kyselyssä myös selvitettiin näkemyksiä toimialan tärkeimmistä kehittämiskohteista ja kiinnostusta osallistua kehittämistoimenpiteisiin. Kyselyn sisältöä suunniteltiin yhteistyössä ProAgrian ja Naturpolioksen asiantuntijoiden kanssa ja kommentteja sisältöön kysyttiin myös laajalti yhteistyöverkostolta sekä testattiin ensin Oulun alueen keittiömestareilla, kun he olivat Syökkö nää lähiruokaa - hankkeen järjestämällä vierailulla Kuusamossa.

Kysely toteutettiin maaliskuussa 2012 sähköisesti ZEF-kyselykoneella. Se lähetettiin 290 sähköpostiosoitteeseen, jotka haettiin ensinnäkin Naturpolioksen yritysrekisteristä toimialaluokituksen perusteella, sekä lisäksi osittain yksitellen internetistä kuntien matkailusivustojen yrityslistoja läpikäymällä. Kaupan ala on tässä kyselyssä luettu sisään matkailutoimialaan, sillä kauppa hyötyy alueen matkailusta merkittävästi ja on oleellinen osa lähiruokaketjua. Kyselystä tiedotettiin myös paikallislehdessä ja lisäksi Ruka-Kuusamon matkailuyhdistys tiedotti jäsenistöään kyselystä myös erikseen. Vastauksia kyselyyn saatiin kaikkiaan 62 kpl.

Raportti matkailutoimialan kyselyn tuloksista on luettavissa Naturpolioksen internet-sivuilla:
<http://www.naturpolis.fi/dynamic/Matkailutoimialan-raportti.pdf>

3. Tuottajille ja jalostajille suunnattu kysely

Kyselyssä selvitettiin tuottajien ja jalostajien tämän hetkistä toimintaa ja tuotteita sekä halukkuutta kehittää uusia tuotteita ja toimintatapoja ja tehdä yhteistyötä muiden toimialojen yrittäjien kanssa. Kyselyssä myös selvitettiin näkemyksiä toimialan tärkeimmistä kehittämiskohteista ja kiinnostusta osallistua kehittämistoimenpiteisiin.

Tuottajakartoituksen nimellä kulkenut kysely toteutettiin ostopalveluna, johon asiantuntijaksi valittiin kilpailutuksella ProAgria Oulu ry. Kysely suunniteltiin Naturpoliksen ja ProAgrian yhteistyönä ja kommentteja sisältöön antoivat mm. Kuusamon kalatalon edustaja, Kalaleader – hankkeen aktivaattori sekä Kuusamon kaupungin maaseutuasiamies. Kysely toteutettiin maaliskuuhuhtikuussa 2012 hankkeen toiminta-alueella Kuusamossa, Taivalkoskella ja Posiolla. Se toteutettiin postikyselynä vastaanottajien suuren määrän vuoksi, vaikka alun perin oli suunniteltu myös haastatteluja postikyselyn lisäksi. Lomakkeen sisältö muodostui myös alkuperäistä suunnitelmaa kattavammaksi, jolloin pelkällä lomakkeellakin saatiin erittäin monipuolisesti tietoa. Lomakkeita lähetettiin yhteensä 484 kpl kaikille niille maatiloille ja porotalouden harjoittajille, jotka ovat hakeneet EU-tukia, sekä kaikille ammattikalastajille sekä elintarviketuotteiden jatkojalostajille. Harrastajia yritettiin tavoittaa mm. 4H –järjestöjen kautta, mutta se ei tuottanut tulosta.

Vastauksia kyselyyn saatiin kaikkiaan 52 kpl: Kuusamosta 20 kpl, Taivalkoskelta 10 kpl ja Posiolta 22 kpl. Kyselylomakkeessa oli kaikille ryhmille suunnattuja yhteisiä kysymyksiä sekä lisäksi omat osiot tuottajille, jalostajille ja kalastajille. Kyselyn toteutti Martti Määttä ProAgria Oulu ry:stä.

Raportti matkailutoimialan kyselyn tuloksista on luettavissa Naturpoliksen internet-sivuilla:
<http://www.naturpolis.fi/dynamic/Tuottajien-ja-jalostajien-raportti.pdf>

Hankesuunnitelmassa vastaavat kyselyjä koskevat toimenpiteet oli nimetty tuottajakartoitukseksi, matkailualan kartoitukseksi ja tuotekehityksen tarvekartoitukseksi. Matkailualan kartoitus toteutettiin erikseen matkailualan yrityksille ja matkailijoille, sillä näiden kyselyiden sisällöt poikkeavat toisistaan merkittävästi. Tuotekehityksen tarvekartoituksen asiasisältö puolestaan sisällytettiin matkailutoimialan ja tuottajien kyselyihin sisään, jolloin saatiin tarkemmin selville eri toimialojen tarpeet. Oppilaitosyhteistyön mahdollisuuksia selvitettiin viestintä- ja verkostoitumistoimenpiteiden yhteydessä sekä palavereissa. Hankkeen lyhyen keston vuoksi jatkosuunnitteluun ei kuitenkaan juuri jäänyt aikaa, joten hankkeen aikana ehdittiin lähinnä tuoda tulokset julki ja käynnistää niiden pohjalta keskustelu tarvittavista jatkotoimenpiteistä.

Tiedotus, yhteistyön lisääminen ja verkostoituminen

Luonnontuotealan kehittämisen käynnistämiseksi ja yhteistyön ja tietoisuuden lisäämiseksi hankkeessa pyrittiin sekä tiedottamaan aktiivisesti että etsimään erilaisia toimintamalleja ja hyviä käytäntöjä. Hankkeen aikana oltiin yhteydessä muihin luonnontuotehankkeisiin Pohjois-Pohjanmaalla, Kainuussa ja Lapissa sekä osallistuttiin alan tapahtumiin ja seminaareihin. Lisäksi käytiin tutustumiskäynnillä Rovaniemellä ja Kemijärvellä yhdessä Kainuun ammattiopiston ja ProAgrian edustajien kanssa. Koillismaan yrittäjiä kutsuttiin kokoon kyselyiden tuloksista tiedottamiseksi ja suunnittelemaan niiden pohjalta tulevia jatkotoimenpiteitä, jolloin saatiin kokoon luonnontuote- ja matkailualan yhteisestä kehittämisestä kiinnostunut ydinryhmä. Tälle ryhmälle myös välitettiin tietoa luonnontuotealan tapahtumista ja toimijoista. Tiedottamisen toimenpiteet, sekä yhteistyön ja verkostoitumisen lisäämiseksi olleet tilaisuudet ja toiminnot:

- 23.1. "Syökkö nää lähiruokaa"-hankkeen järjestämä Oulun alueen ravitsemisalalan ammattilaisten retki Kuusamoon, jossa hanke-esittely ja ravintoloille suunnatun kyselyn testaus
- 12.3. Lähiruokainfo – Uuden elintarvikelain säädösten vaikutus lähiruuan myymiseen (Oulu, ProAgriaOulun YmpriästöAgro II -hanke, MTT Ruukin InnoTietoa! ja P-P Ely-keskus). Tutustuminen Oulunsalon Luomupirttiin ja oululaiseen Löytölintu luomupuotiin.
- 19.3. Hankkeen toimintaan liittyvä lehtijuttu Koillis-Sanomissa: "Matkailualan kiinnostusta lähiruokaan selvitetään"
- 22.-23.3. Hanketoimijoiden ja maaseutusihteerien koulutuspäivät Rukalla (P-P Ely-keskus)
- 27.3. Villiyrtit –seminaari Rovaniemellä (ProtoProducts –hanke, RAMK)
- 12.4. Tiedote hankkeen järjestämisestä kyselyistä Naturpolioksen KuusamoRegion uutiskirjeessä
- 26.4. Pienten elintarvikeyritysten mahdollisuudet –tiedotuspäivä Kuusamossa (järjestäjänä Arktiset Aromit, ProAgria Oulu, Päivittäistavarakauppa ja KSAK)
- 2.5. Osuuskuntayrittäjyys –koulutus Oulussa (Yhdessä yrittämään –hanke)
- 3.5. Lähiruoka liiketoimintana –seminaari Oulussa (Syökkö nää lähiruokaa –hanke/ Maaseudun sivistysliitto, Business Oulu ja Oulun uusyrityskeskus)
- 10.5. Lehtijuttu kyselyjen tuloksista Koillismaan Uutisissa
- 10.5. Lehtijuttu ja pääkirjoitus kyselyjen tuloksista Koillis-Sanomissa
- 11.5. Kyselyjen tulosten esittely Kainuun ammattiopiston Kuusamon toimipaikassa koulutusjohtajalle ja koulutuspäälliköille
- 15.5. Hankkeen tuloksista kerrottiin Luonnostaan hyvinvoiva –hankkeen järjestämässä GreenCare –infotilaisuudessa
- 15.5. Ravintoa ja hyvinvointia luonnosta –seminaari Rovaniemellä (ProtoProducts –hanke, Lappi Luo II -työohjelma ja Rovaniemen Kehitys Oy)
- 21.5. Kainuun matkailufoorumi ruoka&elämys –teemalla (Kainuun Etu Oy, Kainuulainen lähiruoka –hanke, Kainuun maa- ja kotitalousnaiset, MTK Pohjois-Suomi, Kajaanin ammattikorkeakoulu)
- 22.5. Infotilaisuus hankkeen tuloksista, sekä luonnontuotealan ja lähiruuan käytön kehittämismahdollisuuksista



- 28.5. Luonnontuotealan kehittämisestä kiinnostunut ydinryhmä kokoontui yhteiseen palaveriin



- 14.6. Luonnontuotealan kehittämiseen ja koulutukseen tutustumiskäynti: kohteina Rovaniemi, MTT ja ProAgria Lappi/ Lappi Luo –ohjelma (luonnontuotealan tutkija Rainer Peltola ja luonnontuotetoimialakehittäjä Irja Mäkitalo) sekä Kemijärvi, Itä-Lapin ammattiopiston luonnontuotealan koulutus (Airi Pirttijärvi-Virtanen). Mukana projektipäällikön lisäksi Kainuun ammattiopistolta Pertti Ervasti ja Yrjö Turunen sekä ProAgria Oulusta Martti Määttä.

20.6. Hankkeen tuloksista lehtijuttu ja projektipäällikön haastattelu Koillis-Sanomissa
15.8. Kainuun ammattiopiston matkailufoorumissa esiteltiin hankkeen tuloksia
29.8. Tuloksista ja raporteista tiedotettiin KuusamoRegion -uutiskirjeessä
29.8. Hankkeen tulokset esiteltiin Myötäle ry:n hallituksen kokouksessa
30.8. Hankkeen tuloksista kerrottiin MTK Pohjois-Suomen Maaseutuelinkeinojen kehittämisen tiedotus-, koordinaatio- ja aktivointihankkeen hanketiedotteessa.

Hankkeen toiminnasta, kyselyistä ja tuloksista on tiedotettu koko hankkeen toiminta-ajan Naturpoliksen internet-sivuilla. Matkailijakysely oli näkyvillä ja vastattavissa Naturpoliksen, sekä lisäksi Posion ja Ruka-Kuusamon internet-sivuilla. Raporttien valmistuttua ne lähetettiin tiedoksi kaikille yhteistyötahoille ja laitettiin Naturpoliksen internet-sivuilta ladattaviksi. Raportteja on myös jaettu monissa eri tilaisuuksissa, joissa Naturpoliksen henkilökuntaa on ollut mukana. Kaikessa viestinnässä on kerrottu hankkeen saaneen rahoitusta Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelmasta.

Muut toimenpiteet

Erilaisia toimintamalleja kartoitettiin muualta Suomesta hankkeen aikana, jotta nähtäisiin minkälaisia logistisia tai yhteistoiminnallisia ratkaisuja muualla on vastaavien teemojen ympärillä kehitetty. Niitä ei kuitenkaan hankkeen aikana ole ehditty esitellä alueen toimijoille, jotta päästäisiin keskustelemaan omalle alueellemme soveltuvista vaihtoehdoista ja mahdollisuuksista näiden pohjalta.

Hankkeen aikana selvitettiin myös pintapuolisesti muutamia erillisiä aiheita, joita hankkeen aikana nousi esiin liittyen lähiruuan käytön edistämiseen. Näitä olivat ruokapiirimallin ja yhteisöviljelyn käytännöt, lähiruuan kylmäkuljetusvaihtoehdot sekä kiinnostus paikallisen pulloveden tuotantoon. Yhteisöviljelyä lähiruuan tuotantovaihtoehtona ja lähiruuan kylmäkuljetusta esiteltiin hankkeen tuloksista tiedottamisen yhteydessä 22.5. Paikallisesta pullovedestä tehtiin oma kysymys kysymyslomakkeeseen, koska se aiheena nousi esille kysymyslomakkeen suunnitteluvaiheessa. Pulloveden tuotannosta oli ehkä yllättäen useampikin tuottaja kiinnostunut, joten aihepiiriä kannattanee ehkä selvittää jatkossa paremmin. Myös pienteurastamon puute nousi kyselyjen tuloksista esiin yhtenä kehittämisen esteenä, mutta sen selvittäminen on kokonaisuutena niin laaja, ettei sitä pystytty tämän esiselvityshankkeen aikana ottamaan tarkasteluun.

4.2 Aikataulu

Hankkeen toteutusaika oli alun perin 1.1.-30.6.2012, mutta siihen haettiin helmikuussa muutos, jotta hankkeen tavoitteiden toteutus pystyttiin varmistamaan, kun projektipäällikön työaikaa piti alkuperäisestä suunnitelmasta poiketen jakaa useamman työtehtävän kesken. Päätös toteutusajan muutoksesta saatiin 7.3.2012, jolloin hankkeen toteutusajaksi tuli 1.1.-31.8.2012.

Aikataulu oli tiivis, mutta kaikki suunnitellut toimenpiteet saatiin toteutettua ja luonnontuotealan kehittämistyö sekä vuoropuhelu luonnontuote- ja matkailutoimialan välillä käyntiin. Tässä auttoi realistinen hankesuunnitelma ja se, että hanke pääsi käyntiin suunnitellusti heti vuoden alussa, kun päätös hanketuesta saatiin 8.12.2011. Myös kaikkien osapuolten mielenkiinto asiaa kohtaan ja sujuva yhteistyö muiden toimijoiden kanssa edesauttoivat toteutusta merkittävästi.

4.3 Resurssit ja toteutuksen organisaatio

Hankkeen vastuullinen toteuttaja oli Koillis-Suomen kehittämissyhtiö Naturpolis Oy, jossa hankkeen

toteutuksesta vastasi projektipäällikkö Kirsi Kuosku. Projektisihteerinä toimi Elsi Riihelä. Projektipäällikkö ja -sihteerit tekivät töitä hankkeelle osa-aikaisesti erillisen työaikakirjanpidon mukaisesti. Tuottajakartoitus toteutettiin ostopalveluna, mitä varten kilpailutettiin asiantuntijat. Kartoitusta tekemään valittiin ProAgria Oulu ry, jossa työstä vastasi yritysneuvoja Martti Määttä.

Hankkeelle teki töitä myös 26.3.-20.4.2012 hankeosaajavalmennuksessa oleva Sari Ervasti työssäoppimisjaksollaan. Hän avusti mm. erilaisten toimintamallien ja hyvien käytäntöjen etsimisessä, infotilaisuuden järjestämisessä sekä kyselyjen postittamisessa ja tulosten käsittelyssä. Tästä työstä ei tullut hankkeelle kustannuksia, sillä työharjoittelujakso oli osa Sarin opiskelua.

4.5 Kustannukset ja rahoitus

Hankkeelle myönnettiin tukea Euroopan maaseudun kehittämisen maatalousrahastosta (Myötälä ry/ Pohjois-Pohjanmaan ELY-keskus). Hankkeen hyväksytty kustannusarvio oli 42 840 €. Rahoitus jakautui rahoituslähteittäin seuraavasti: julkisen rahoituksen osuus 100%, josta EU-rahoituksen osuus 45%, valtion osuus 35% ja kuntarahoituksen osuus 20%. Budjetti ja kustannusten toteuma on esitetty taulukossa 1. Hankkeen kirjanpidosta on vastannut Kuusamon kaupunki Naturpolis Oy:n kanssa tehdyn sopimuksen mukaisesti. Kirjapitäjänä on toiminut Hilikka Paloniemi.

Taulukko 1. Budjetin toteuma

Kustannuslaji	Kokonais- budjetti	Toteuma	Ero budjettiin 2012-2014	Tot %; vertailu
Palkat	27 700,00	29 133,59	-1 433,59	105,17
Ostopalvelut	9 600,00	6 324,76	3 275,24	65,88
Matkakulut	2 400,00	1 396,06	1 003,94	58,16
Vuokratulot	590,00	682,76	-92,76	115,72
Muut kustannukset	2 550,00	1 953,37	596,63	76,60
Koko hanke	42 840,00	39 490,54	3 349,46	92,18

Kustannukset toteutuivat pääosin suunnitelman mukaisesti. Matkakuluja kertyi oletettua vähemmän, koska tuottajakartoitukseen lasketut kilometrikorvaukset jäivät toteutumatta yksityiskohtaisen postikyselyn ansiosta. Asiantuntijapalveluiden kustannus ostopalveluissa jäi arvioitua hieman pienemmäksi. Myöskään ostopalveluihin suunniteltuja tilastotietoja ei tarvinnut erikseen ostaa, koska asiantuntijapalvelun toteuttajaksi valitulla ProAgrialla oli käytettävissä tarvittavat tiedot tuottajista ja myös alueen kuntien maaseutuasiamiehet auttoivat osaltaan. Hankkeen kestoajan pidennys puolestaan aiheutti jonkin verran ylimääräisiä palkka- ja vuokratulokustannuksia.

4.6 Raportointi ja seuranta

Hankkeen luonteen ja lyhyen keston vuoksi sille ei ollut nimetty erillistä ohjausryhmää. Toimenpiteitä suunniteltiin ja toteutettiin yhteistyössä Naturpolioksen henkilökunnan sekä yhteistyöverkoston kanssa. Kyselyt toteutettiin suunnitelmien mukaisesti ja niiden tuloksista sekä hankkeen tapahtumista tiedotettiin sekä yleisesti lehdistön ja internetin kautta että erikseen kaikille niille

tahoille, jotka olivat erityisesti ilmaisseet kiinnostuksensa aihetta kohtaan.

Hankkeen aikana toimijoista muodostui ryhmä, jolla on kiinnostus jatkossakin olla mukana kehittämistyössä. Lähiruuasta ja luonnontuotealan kehittämisestä kiinnostuneita matkailuyrittäjiä saatiin hankkeen aikana tietoon 37 (yrityksiä, jotka kyselyssä ilmoittivat halukkuutensa olla mukana kehittämistyössä jatkossa), tuottajia ja elintarvikkeiden jalostajia vastaavalla listalla puolestaan on 32. Näistä 15 ilmoittivat kyselyssä halukkuutensa antaa yhteystietonsa matkailuyrittäjien käyttöön ja muut ovat jo ennenkin olleet tunnettuja toimijoita alueella tai yhteystiedot saatiin yhteistyökumppaneiden kautta. Jatkossa näistä toimijoista, sekä ryhmästä, joka hankkeen aikana kokoontui yhteiseen palaveriin kehittämissuuntia miettimään, voi muodostua matkailu- ja luonnontuotealan kehittämisen kannalta tärkeä ydintoimijoiden joukko.

Hankkeen tuloksia voidaan arvioida vasta pitkällä aikavälillä ja onnistumiseen vaikuttavat varsinaisesti vasta tämän hankkeen jälkeen tehtävät toimenpiteet, joiden pohjaksi tässä hankkeessa on tuotettu tietoa ja luotu yhteistyöverkostoja. Seurantatietoja ei siten vielä tämän hankkeen aikana ole mahdollista todentaa.

4.7 Toteutusoletukset ja riskit

Oletuksena oli, että tulokseksi saadaan tietoa tämänhetkisestä luonnontuotealan tilanteesta Koillismaalla, tärkeimmistä kehittämiskohteista ja niiden myötä riittävästi tietoa jatkotoimenpiteiden suunnittelua varten. Toiveena oli myös löytää yrittäjiä, jotka ovat kiinnostuneita matkailu- ja luonnontuotealan yhteisestä toiminnan kehittämisestä. Riskinä oli, ettei vastauksia saada tarpeeksi, jotta päätelmiä tai konkreettisia suunnitelmia voitaisiin kyselyjen pohjalta tehdä. Myöskään ei ollut etukäteen tietoa, löytyykö asiaa kohtaan merkittävästi kiinnostusta yrittäjien tai yhteistyötahojen suunnalla, mikä oli toisaalta riski, mutta toisaalta juuri tämän kiinnostuksen selvittäminen oli yksi hankkeen tavoitteista.

Hankkeen ja siten kyselyjen ajoittuminen matkailusektorilla vilkkaaseen talvikauteen oli myös riskitekijä. Kyselyitä tulvii nykyään varsinkin yrittäjille joka puolelta, joten niihin vastaaminen ei ole itsestään selvyys. Varsinkin sähköisissä kyselyissä vastausprosentti jää monesti pieneksi. Matkailuyrittäjille lähetetystä sähköisestä kyselystä lähetettiin tästä syystä vielä erillinen muistutusviesti niille, jotka eivät olleet noin viikon kuluessa kyselyn lähettämisestä vielä vastanneet. Vastausprosentiksi tuli tämän jälkeen 21,4 %, mitä voidaan pitää kohtuullisena, kun huomioidaan vilkkaimman toimintakauden vaikutus vastausaktiiviteettiin. Voidaan kuitenkin olettaa, että kysely tavoitti sen kohderyhmän, joka asiasta on eniten kiinnostunut, eli se vastasi siten tarkoitustaan. Aihepiiriin ei voida olettaakaan koskettavan kaikkia yrityksiä, vaan olennainen tarkoitus hankkeessa olikin löytää nimenomaan se joukko, joka on kiinnostunut lähiruuasta ja luonnontuotealan kytkemisestä osaksi matkailusektorin palvelu- ja tuotevalikoimaa.

Tuottajien puolelta oletuksena ja mahdollisena riskitekijänä oli, että mm. monimutkaistuneen elintarvikelainsäädännön, suuria yksiköitä suosivien kilpailutuskäytäntöjen ja suoramyymintämahdollisuuksia heikentävän nykyisen sääntelyn johdosta useimmat tilat ovat luopuneet monipuolisesta pientuotannosta ja keskittyneet suuriin yksiköihin ja suoriin sopimuspohjaisiin toimituksiin, eikä kiinnostusta toiminnan monipuolistamiseen tai uusiin kokeiluihin kenties löytyisi. Matkailusektori kohderyhmänä tuotteille ja palveluille sekä tuotteiden räätälöintiin vastaamaan uudenlaiseen kysyntään edustavat uudenlaista ajattelua maaseudulla, joten kyselyn aihepiiriin saamasta vastaanotosta ei ollut varmuutta. Kysely piti myös ehtiä ajoittamaan ennen maatalojen kevätkiireitä, minkä johdosta tuli hieman kiire, mutta samoin kuin yrittäjien kohdalla, voidaan kuitenkin olettaa, että asiasta kiinnostuneet, jotka olivat kohderyhmänäkin, myös kyselyyn vastasivat. Siinä mielessä riski maatalousyrittäjien kohdalla toteutui, että tuotteiden ja palveluiden kehittämisestä kiinnostuneita yrittäjiä on maaseudulla vain vähän, eikä esimerkiksi halukkuutta

omien yhteystietojen antamiseen matkailuyrittäjille löytynyt kuin 15 maatalousyrittäjältä. Toisaalta niistäkin tuottajista, joilla ei ainakaan toistaiseksi ollut halukkuutta yhteystietojensa luovuttamiseen, löytyi monia, jotka olivat kiinnostuneita ehdotetuista koulutus- ja kehittämistoimenpiteistä, mitä voidaan pitää positiivisena.

5. Yhteistyökumppanit

Tärkeimpänä yhteistyökumppanina hankkeessa oli ProAgria Oulu ry, joka paitsi toteutti tuottajakartoituksen, osallistui myös muutoin oman MASVA –hankkeensa ja yritysneuvojien perustyön kautta yritysten informointiin ja yhteistyön kehittämisen toimenpiteisiin. Muutoin hankeaikana oltiin yhteydessä useisiin eri lähiruoka- ja luonnontuotealan hankkeisiin erilaisten tilaisuuksien yhteydessä, hyviä käytäntöjä kartoitettaessa ja tapahtumien suunnittelussa sekä tiedottamisessa. Näitä olivat muun muassa:

Maaseudun Sivistysliiton Syökkö nää lähiruokaa? -hanke ja Uutispuuro-maaseututiedotushanke
MTT Rovaniemi ja ProAgria Lappi: LAPPI LUO II –työohjelma
PSK –Aikuisopiston Luonnostaan hyvinvoiva –hanke
MTK-Pohjois-Suomi ry:n Maaseutuelinkeinojen kehittämisen tiedotus-, koordinaatio- ja aktivointihanke
Itä-Lapin ammattopiston Luonnontuotteita Itä-Lapista ryhmäkoulutushanke
Oulun kaupungin KantriOulu -hanke
Lapin 4H-piirin LUOVA-hanke

Muita yhteistyökumppaneita, jotka osallistuivat suunnitteluun tai toimintaan hankeaikana sekä ovat jatkossa kiinnostuneita olemaan mukana kehittämistyössä, ovat Koillismaan keittiömestarit, Kuusamon kaupungin maaseutuasiamies, sekä alueen oppilaitoksista Kainuun ammattopiston Kuusamon toimipaikka ja Koillis-Suomen Aikuiskoulutus Oy. Maaseutuasiamiehen avulla selvitettiin mm. kaupungin omistuksessa olevia tiloja, joita olisi mahdollista käyttää yrittäjien yhteiskäyttöön tai yhteisöviljelyn tarpeisiin. Kuusamon ruokapiirin perustaja Teemu Syrjälä on myös ollut mukana ideoimassa lähiruuan käytön edistämistä sekä ruokapiirimallin hyödyntämismahdollisuuksia alueella.

6. Hankkeen tulokset ja vaikutukset

6.1 Raportit selvityksistä

Hankkeen selvityksien tulokset koottiin kolmeen erilliseen raporttiin: matkailijakyselyn tulokset, matkailutoimialan yritysten kyselyn tulokset ja jalostajien ja jalostajien kyselyn tulokset. Raportit ovat ladattavissa Naturpoliksen internet-sivuilta:

<http://www.naturpolis.fi/dynamic/Matkailijaraportti.pdf>

<http://www.naturpolis.fi/dynamic/Matkailutoimialan-raportti.pdf>

<http://www.naturpolis.fi/dynamic/Tuottajien-ja-jalostajien-raportti.pdf>

Koillismaan luonnontuotealan tärkeimmiksi kehittämiskohteiksi matkailutoimialan näkökulmasta katsottuna nousivat näiden raporttien perusteella yritys yhteistyön ja verkostoitumisen lisääminen, toimitusvarmuuden ja logistiikan kehittäminen, paikallisten tuotteiden näkyvämpi markkinointi ja saatavuuden parantaminen sekä koulutus, erityisesti tuotekehitys- ja jatkojalostuskoulutus. Yleensä ottaen lähiruokaan ja paikallisiin luonnontuotteisiin suhtauduttiin kaikissa vastaajaryhmissä positiivisesti, joskin tuottajat olivat varovaisia arvioidessaan mahdollisuuksiaan vastata matkailutoimialan luomaan kysyntään. Tietoa matkailutoimialan paikallisista ostajista ei ollut

tarpeeksi, kysynnän jatkuvuuteen ei luotettu ja vaatimukset toimitusmääristä ja -varmuudesta koettiin liian suuriksi yksittäisille toimijoille.

Yksi selkeä esimerkki uudesta liiketoimintamahdollisuudesta on matkailijoiden toive tilamyymälöistä ja mahdollisuudesta vierailla tiloilla. Myös kyselyyn vastanneista tuottajista noin puolella oli kiinnostusta kyseistä toimintaa kohtaan, joskin lisäkommenttien perusteella vain harvalla maatilalla on resursseja tällaisen palvelumallin kehittämiseen normaalin toimintansa ohella. Noin viidesosaa tuottajista erilaisten uusien toimintamallien kehittäminen kuitenkin kiinnostaa, jotta tuotteita saataisiin paremmin paikallisille markkinoille. Matkailutoimialalla kysyntää maaseudun tuotteita kohtaan tuntuu kyselyjen perusteella olevan, samoin yhteistyöhalukkuutta esimerkiksi tuotekehitykseen liittyen, joten jatkossa on selkeästi tarvetta näiden toimialojen yhteisille kehittämistoimenpiteille. Kyselyjen tuloksista löytyvät tärkeimmät kehittämiskohteet, joihin jatkossa tulee panostaa, jos toimialan kehittämistä alueella halutaan viedä eteenpäin.

6.2 Muut tulokset ja vaikutukset

Kiinnostus lähiruuan ja luonnontuotealan kehittämistä kohtaan on tiedotuksen, yhteistyökumppanien kanssa toiminnan ja muun eri toimialoille suunnatun yhteydenpidon seurauksena saatu nostettua yhteiseen keskusteluun. Erityisen merkittävää on, että kaupat ja ravintolat ovat olleet aktiivisia ja kiinnostuneita ja odottavat nyt käytännön toimia, jotta paikalliset tuotteet saataisiin näkyvämmiin esiin ja osaksi niiden tuotetarjontaa. Kaupat, ravintolat, tuottajat ja jalostajat ovat myös jo muutaman kerran istuneet saman pöydän ääressä keskustelemassa kehittämistoimiin liittyvistä kysymyksistä.

Koulutusorganisaatioiden kiinnostus luonnontuotealan koulutustarjonnan laajentamiseksi Koillismaalle heräsi ja ainakin Kainuun ammattiopisto aikoo selvittää mahdollisuuksia laajentaa alueelle samaa koulutustarjontaa, jota sillä jo Kainuussa on tarjolla. Koulutus tukisi alueella jo olevaa matkailualan koulutustarjontaa ja toisaalta toisi yrityksille uusia alueen luontaisiin vahvuuksiin perustuvia erikoistumisen mahdollisuuksia.

Hankkeen tulokset ovat linjassa muualla valtakunnassa toteutettujen selvitysten tulosten kanssa. Koillismaa ei siten ole tilanteen ja kehittämissaasteiden edessä yksin. Oma aluetta koskevista hankkeen tuloksista on hyötyä niin alueen yrityksille, kunnille kuin kehittämisorganisaatioillekin, kun ne suunnittelevat Koillismaan matkailuun, luonnontuotealaan tai yleisesti maaseudun kehittämiseen liittyviä toimenpiteitä.

7. Esitykset jatkotoimenpiteiksi

Jotta paikallisten luonnontuotteiden ja lähiruuan kasvavaan kysyntään voitaisiin jatkossa vastata paremmin, tarvitaan kehittämistoimenpiteitä niin tuottajille ja jalostajille kuin matkailutoimialan yrityksillekin sekä kullekin erikseen että näille yhteisesti suunnattuna. Teemoja, joihin jatkossa on erityisesti panostettava, ovat:

a) Toimitusvarmuuteen ja logistiikan kehittämiseen tähtäävät toimenpiteet

- Yrittäjien välinen yhteistyö toimitusvarmuuden lisäämiseksi ja logististen haasteiden ratkaisemiseksi: esimerkiksi hankinta- tai myyntirenkaat, osuuskunnat tai muut yhteistoimintajärjestelyt.
- Luonnontuotteiden keruun organisointi on otettava suunnitteluun alueella. Pöimijäkoulutuksia keruutuotteiden osalta olisi hyvä tulevaisuudessa järjestää säännöllisesti, jotta raaka-aineiden saanti yrityksille voitaisiin turvata. Yhteistyön

organisointi esim. oppilaitosten ja 4H-järjestön kanssa tässä kysymyksessä on selvitettävä.

b) Tuotekehitykseen ja jatkojalostukseen panostaminen

- Koulutuksia ja infopäiviä tulisi järjestää esiselvityksen perusteella esille nousseista aihepiireistä koko toimintaketjun kattavasti erilaisiin tarpeisiin kohdistettuna: esim. keruutuotekoulutukset, tuotekehitys, jatkojalostus, elintarvikelainsäädäntö, markkinointi ja hankintaosaaminen. Lisäksi ravintoloille ja ohjelmapalveluyrityksille luonnontuotteisiin liittyen reseptiikkaa, perinnetietoa ja tarinoita. Paikallisten tuotteiden saatavuuden parantamisessa ja tuotemäärän lisäämisessä myös käsityöryrittäjillä on tärkeä rooli, joka on otettava huomioon paikallistuotteiden kokonaisuutta suunniteltaessa.
- Olemassa olevat toimitilat, niiden tarvitsijat ja hyödyntämismahdollisuudet tulee kartoittaa varastointiin, tuotekehitykseen, jatkojalostukseen ja myyntiin liittyen (esim. varastotilat, tuotekehityskeittiö, pienteurastamo, mehustamo, perunankuorimalinjasto).

c) Markkinointitoimenpiteet

- Ratkaisuja paikallisten tuotteiden näkyvyyden lisäämiseksi alueen kauppojen tuotetarjonnassa tulisi pyrkiä etsimään nopealla aikataululla
- Alueen tuotteiden markkinointi yhteisen tuotemerkin avulla olisi selvitettävä
- Konkreettisia toimenpiteitä voisivat olla yhteisosallistumiset lähiruokatapahtumiin ym. alueellisiin tilaisuuksiin, omien markkinapäivien, maalaistorien ym. paikallisten tapahtumien suunnittelu ja järjestäminen
- Paikallisten tuotteiden markkinoiti alueella ja alueen ulkopuolella otettava yhteiseen suunnitteluun

d) Tiedotus, verkostoituminen ja toimintamalli

- Luonnontuotetoimialan kehittämisestä kiinnostuneiden tuottajien, kauppojen, jalostajien ja matkailuyritysten roolit lähiruuan ja luonnontuotealan toimintaketjussa: miten kunkin toiminta liittyy kokonaisuuteen, puuttuuko jokin tarpeellinen osa, tarvitaanko uusia toimijoita tai rakenteita vai löytyykö valmiutta kehittää nykyistä toimintaa.
- Konkreettisista toimista sopiminen yritysten kanssa: mitkä ovat tärkeimmät lähiajan kehittämistoimenpiteet, joilla alan kehittämistä voidaan tukea. Mitkä toimijat ovat valmiita sitoutumaan näihin toimenpiteisiin.
- Kehittämisorganisaatioiden (Naturpolis, ProAgria, oppilaitokset) keskinäinen suunnittelu toimialan kehittämiseksi: toimenpiteet, niiden aikataulut ja organisaatioiden roolit. Toimialan kehittämiseen tulisi olla käytössä resursseja
- Tiedotuksen on oltava aktiivista sekä toimijoiden kesken alueen sisällä että ulkopuolelta tulevan tiedon välittämisessä alueelle.
- Yhteistyötä Oulun seudun, Lapin ja Kainuun kanssa on jatkettava ja tiivistettävä.
- Loppuohjelmakaudeksi tulee hakea rahoitusta niille konkreettisille kehittämistoimenpiteille, joita yritysten mielestä eniten tarvitaan.

8. Allekirjoitus ja päiväys

Kuusamossa 19.9.2012

Jari Hentilä
Toimitusjohtaja
Naturpolis Oy

