

1. Aasian kauppaketjut

Suomalaiset marjanviljelijät ymmärsivät 2020-luvun alussa, ettei kukaan yksittäinen viljelijä voi yksin vastata kasvavan kysynnän tarpeisiin, saati sitten hyödyntää ilmassa väreileviä vientimahdollisuuksia. Aasiassa tuntui olevan kiinnostusta suomalaiselle puhtaalle, keskiyön auringon makeuttamalle mansikalle. Usko Aasian markkinoihin lisäsi viljelijöiden yhteistyöhalukkuutta toisten viljelijöiden, tuotekehittelijöiden, elintarviketeollisuuden sekä markkinoijien kanssa.

Vuonna 2030 talouden painopiste on siirtynyt itään. Väestö on kasvanut erityisesti Afrikassa ja Aasiassa, ja ruoan tuotantoa tarvitaan enemmän. Aasian kasvanut keskiluokka on vahvassa asemassa trendien määrätymisessä. Suomalaiset yritykset pyrkivät solmimaan kauppasuhteita aasialaisten yritysten kanssa.

Suomen marjayrittäjillä menee hyvin. Puhdasta maaperää ja vettä on globaalisti niukasti saatavilla. Suomen puhtaalla maaperällä, vedellä ja pohjoisella sijainnilla on asema, jota ei ole vielä täysmittaisesti hyödynnetty. Suomalainen marja tunnetaan maailmalla sen puhtaudesta, terveellisyydestä, mausta, hiilineutraaliuudesta ja vastuullisuudesta.

Suomalaisen marjan osalta markkinointiponnistelut ovat tuottaneet tulosta. Suomalaiset marjajalostajat ja -tukut toimittavat suuria määriä mansikkaa ja myös jonkin verran herukkaa hyvämaineisille aasialaisille kauppaketjuille. Marjaa viedään ulkomaille tuoremarjan lisäksi monipuolisina jalosteina. Vanhenevalle väestölle on esimerkiksi kehitetty menestyvä ja terveellinen marjatuote. Myös herukasta on tuotettu viintiin erilaisia terveellisiä komponentteja ja ravintolisiä. Kun kysyntä on kasvanut, moni marjanviljelijä on kasvattanut merkittävästi tilaansa ja tuotantomääriään. Viljelijät ovat tyytyväisiä mansikan ja herukan tukkuhintaan. Aasiassa suomalaisesta marjajalosteesta saa hyvän hinnan.

Viljelijöiden on pidettävä pintansa liikemaailman pyörteissä, sillä liikevaihdon kasvaessa monilla tahoilla on suuria intressejä osallistua kaupankäyntiin tavalla tai toisella. Jopa ulkomaalaiset marjanjalostajat olisivat kiinnostuneita ostamaan jonkun suomalaisen marjayhtiön tuotannon tai vaihtoehtoisesti pääsemään yhtiön omistajaksi. Marjanviljelijöillä talousosaamisen merkitys on jatkuvasti suurempi. Viljelijöiden on tunnettava tarpeeksi liiketoimintaa, etteivät he jää altavastajiksi omassa bisneksessään.

Mansikanviljelyn kannattavuutta on lisännyt teknologinen kehitys, Suomen suotuisat ilmasto-olosuhteet sekä kasvanut kysyntä. Etelä-Euroopassa veden puute aiheuttaa ongelmia mansikan viljelylle, ja esimerkiksi Espanjassa mansikka on melkein yhtä kallista kuin Suomessa. Suomessa puhdasta vettä kuitenkin riittää. Tunneleissa mansikan eri ominaisuuksia säädellään muuttamalla sen kasvuolosuhteita. Tämä onkin tarpeen, sillä jotkut aasialaiset ostajat etsivät juuri tietyn kokoisia ja värisiä mansikoita. Digipainotekniikalla myös pakkauksista on saatu edullisesti yksilöllisiä.

Marjanviljelijät ovat osaavaa ja koulutettua porukkaa. Kuitenkin he tiedostavat omat rajansa; kaikkea ei kannata tehdä itse. Omaan tietotaitoon paikkaamaan marjatiloihin palkataan eri alojen taitajia: koulutettu viljelijä, henkilöstöpäällikkö, toimitusjohtaja tai insinööri. Monet kausiluontoiset työt hoitavat urakoitsijat. Jonkin verran keskustelua herättää se, voidaanko ulkomaalaisia urakoitsijoita kilpailuttaa esimerkiksi istutukseen tai marjanpoimintaan.

2. Eriytyneet markkinat

Vuoden 2030 taajamissa ruuan hankkiminen on helppoa. Ruoka, “meal in the box”, tilataan pääsääntöisesti digikaupasta ja toimitetaan edullisesti kotiin. Digi ja verkkokaupat ovat totuttaneet ihmiset helppoon kuluttamiseen ja monipuolisten elintarvikkeiden hyödyntämiseen. Markkinavoimien rinnalle on tullut muita, arvaamattomia voimia ja tekijöitä, jotka vaikeuttavat alkutuotantoa. Suurimpina näistä ovat erilaiset tauti- ja ilmastohaasteet.

Suomessa viljelijöiden lukumäärä on vähentynyt huomattavasti. Jatkavien viljelijöiden tuotantomäärä on kasvanut, mutta kannattavuus ei ole seurannut tilan kasvua. Vanhemmat viljelijät ajavat tilojaan alas, kun tiloille ei löydy jatkajia. Marjanviljelyä pidetään Suomessa vähäpalkkaisena, työläänä ja ei kovin trendikkäänä alana. Tuholaiset ja taudit ovat joinakin kesinä vaikea ongelma. Riskien minimoimiseksi yhä useampi viljelee marjoja tunneleissa tai rajatuilla kasvualustoilla jopa taivasalla. Osa viljelijöistä tuottaa omat taimensa itse.

Keksikokoisilla, 10-20 hehtaarin kokoisilla marjatiiloilla on vaikea kestää alan taloudellista painetta. Erikoistuneet ja yrityskokoaan merkittävästi kasvattaneet kotimaiset marjatilat menestyvät edelleen, samoin kuin jotkut pienemmät marjatilat. Suurtilojen viljelijät toimivat taitavasti liike-elämässä ja ovat omaksuneet enemmän toimitusjohtajan kuin maanviljelijän roolin. Pientilojen viljelijöitä taas suuret investoinnit eivät rasita. Lisäksi he ovat ketteriä reagoimaan ympäristön muutoksiin ja saavat tulonsa monesta eri lähteestä.

Standardivaatimukset ruualle ovat kovat, ja ruokakaupat vaativat tuottajilta joskus paljon todistuksia siitä, että ruoka on tuotettu vastuullisesti ja puhtaasti. Kasvaneet standardivaatimukset ja kouluttautuminen ovatkin parantaneet ruuan laatua monessa maassa. Puolassa mansikoiden ja herukoiden laatu on parantunut huomattavasti. Suomalainen elintarviketeollisuus ostaa edelleen marjat Puolasta. Eräs hollantilainen mansikanviljelijä viljelee Puolassa laadukasta mansikkaa ja markkinoi sitä taitavasti helsinkiläisille. tarinat tuovat viljelijän lähelle ja edullinen, laadukas marja kiinnostaa. Onhan se aika lähellä tuotettukin.

Markkinoita on myös suomalaiselle marjalle. Kuluttajakäyttäytymisen ymmärtäminen on olennaista, sillä markkinat ovat selvästi eriytyneet. Toisilla ostopäätökseen vaikuttaa hinta, toisilla laatu. Yhä useampi asiakas ei kysy viiden kilon marjalaatikkaa. Tuoteskaala on monipuolistunut ja tuote on saatava vaivattomasti ja helposti. Toisaalta erikoisemmatkin tuotteet voivat mennä kaupaksi globaalissa digikaupassa, joka tavoittaa suuren yleisön.

3. Ilmasto & digi

On vuosi 2030. Kansainvälisessä politiikassa korostuvat ympäristöasiat. Maatalouspolitiikan resursseja ohjataan kasvisperäisen ruuan tuottamiseen ja hiilineutraaliin viljelyyn. Tietoisuus omasta hiilijalanjäljestä leviää Euroopan lisäksi Aasiaan ja muuallekin maailmaan. Kauppa kertoo kaikkien tuoteryhmien ilmastovaikutuksesta ja kauppakuitista näkee ostotensa CO₂-summan. Tuotteen ilmastovaikutus alkaa vaikuttaa kuluttajien ostopäätöksiin.

Mansikanviljelyssä teknologia on kehittynyt hurjaa vauhtia. Avomaan yllä leijailevat dronet etsivät tautipesäkkeitä ja karkottavat räkättirastaita. Lisäksi droneparvi torjuu hometta ja tekee täsmähoitoja tautipesäkkeisiin. Rivivälien kasvillisuus pysyy kurissa ympäristöystävällisellä vesihöyrysumuttimella, joka käy automaattisesti polttamassa rivivälien ruohon noin kuuden viikon välein. Tehoaineiden määrä on vähentynyt, mutta viljelijät käyttävät ammattimaisesti korvaavia menetelmiä tuholaisten ja tautien torjumiseen.

Tunnelimansikan viljely on kehittynyt vielä hurjempaa vauhtia 2020-luvun markkinahäiriöiden jälkeen. Suomalaiset viljelijät käyvät tutustumassa Hollannissa Led-valojen ja vertikaaliviljelyn yhdistelmään, jota hyödyntämällä keskimääräinen satomäärä on noussut noin sataan kiloon neliömetriltä. Suomessa moni viljelijä on energiaomavarainen. Energiaa saadaan monesta, useimmiten ympäristöystävällisestä lähteestä. Kaasua viljelijät saavat esimerkiksi viljelijöiden yhteisestä biokaasulaitoksesta tai ostamalla muiden yritysten hukkalämpöä, joka on säilöntää varten muutettu kaasuksi Power-to-Gas -menetelmällä.

Viljelijät kilpailevat keskenään hyvistä työntekijöistä. Onneksi kehittyneet poimintarobotit poimivat sadosta jo yli 30 %, loput sadosta poimii useimmiten Lähi-idästä tai Afrikasta tullut työntekijä. Poimijoille työ pyritään järjestämään mielekkääksi ja kannattavaksi. Poimijoiden hyvään kohteluun ja oloihin kiinnitetään Suomessa erittäin paljon huomiota.

Herukkaa on brändätty ja sitä myydään Aasian ja Lähi-idän kauppaketjuihin hyvällä hinnalla, mikä on saanut muutamia nuoria viljelijöitä innostumaan herukanviljelystä. Herukkaa arvostetaan Aasiassa erityisesti sen puhtauden ja sen sisältämien ainesosien vuoksi. Myös Premium-mansikkaa viedään Aasiaan ja Pietariin sekä tuoremarjana että jalosteina. Pakkauskoost monipuolistuvat, kun ruokahävikkiin aletaan kiinnittämään yhä enemmän huomiota.

Globaali digikauppa ja laajat markkina-alueet mahdollistavat mitä monipuolisempien marjajalosteiden valmistuksen; monenlaisille jalosteille löytyy oma asiakaskuntansa. Toisaalta tuotteen on myös ehdottomasti löydettävä netistä ja tuotantoprosessin puhtaus- ja ilmastosertifiointien on oltava läpinäkyvästi asiakkaiden nähtävissä. Lisäksi tuotantoprosessin on sidottava yhtä paljon hiiltä kuin tuotannossa vapautuu sitä. Osa asiakkaista on kriittisiä ja valikoivia ruuan suhteen. Ruokajärjestelmää kyseenalaistetaan ja henkilökohtaisten

ruokavalioiden räätälöinti on muodissa. Maailmalla tapahtuneiden ruokaväärennösten vuoksi kontrollointi ja sertifiointi voimistuvat.

Viljelijät panostavat osaamiseen. Talousosaaminen, pelto-osaaminen sekä henkilöstöjohtamisen taidot ovat tärkeitä. Myös kouluttautunutta työvoimaa tarvitaan paljon automatiikan kehittymisen myötä. Pitkäaikaista työvoimaa pelloille ja kasvihuoneisiin on joskus vaikea löytää, ja työntekijöiden perehdyttäminen ja kouluttaminen vaatii viljelijältä entistä enemmän. Marjojen viljely koetaan Suomessa kuitenkin trendikkäänä ja merkityksellisenä alana.

BONUS: Konflikti

Sietämättömät kuivuusjaksot ja ilmasto-olosuhteet heikentävät merkittävästi elinmahdollisuuksia Lähi-idässä ja Itä-Afrikassa. Nationalistinen ja protektionistinen ajattelu lisääntyy Euroopassa kun ilmastopakolaisten määrä kasvaa. Lähi-idän aseelliset konfliktit pahenevat. Kulttuuriset yhteentörmäykset ja turhautuminen ovat otollista maaperää terrorismi-iskuille. Tavaroiden ja ihmisten kulkeminen valtiosta toiseen ei ole mutkatonta edes EU:n sisällä.

Valtioiden elintarvikehuollon asema korostuu ja kotimaista ruuantuotantoa arvostetaan. Kotimaisella marjalla on hyvä asema, sillä taimia ei ole välttämätöntä ostaa ulkomailta. Herukkaa saadaan myytyä kotimaisena terveystuotteena hedelmien ja marjojen, erityisesti banaanin, tuonnin hidastuessa. Hintojen heilahtelu kovan kysynnän ja äkillisten muutosten jälkeen tasoittuu korkeammaksi kuin 2020-luvulla. Sään ääri-ilmiöt vaikeuttavat viljelyä. Ilmastonmuutoksen torjunta hidastuu konfliktien ja kansainvälisten ilmasto- ja energiapolitiikan tehottomuuden vuoksi.

Työvoiman saatavuus Ukrainasta ja Venäjältä on hidasta ja kallista eikä Bulgariaan ja Romaniaan ole luotu kontakteja tarpeeksi, jotta työvoimaa saataisiin EU:n alueelta riittävästi. Varsinkin mansikkaa jää peltoon. Suomen järjestelmä on liian jäykkä työllistämään nopealla aikataululla ilmastopakolaisia mansikanpoimintaan. Kestämätön tilanne ajaa turhautuneita mansikanviljelijöitä harmaan työvoiman käyttöön.

Globaalisti epävakaa tilanne hidastaa uuden teknologian, kuten poimintarobottien käyttöönottoa. Marjanviljelijät jaksavat maailmanpoliittisesta tilanteesta huolimatta olla optimistisia. Kotimaista elintarviketuotantoa tuetaan ja omavaraisuuden merkitys kasvaa. Suomalaisen marjan hinta tasoittuu aiempaa korkeammaksi. Epävakaa poliittinen tilanne lisää suomalaisten kokemaa yhteenkuuluvuutta ja keskinäistä yhteistyöhalukkuutta.