

Perunan kuokkimista ja yhteisomistusta: Ranskasta ideoita Etelä-Pohjanmaalle

13.11.2026

Mitä jos omapoimintatilalta voisikin hakea myös perunaa ja porkkanaa? Tai jos pienen elintarvikeyrityksen ei tarvitsisi hankkia kallista tuotantolaitetta yksin, vaan laite kiertäisi yritykseltä toiselle?

Pariisin alueen yrityksiin ja SIAL Paris -elintarvikemessuille suuntautuneella Ruokaprovinssi GOES: SIAL Paris -opintomatkalla tuli vastaan toimintamalleja, jotka herättivät pohtimaan niiden soveltamista myös Etelä-Pohjanmaalla.

Omapoimintana perunaa ja yrityksille yhteisiä laitteita

Opintomatkalla käytiin tutustumassa kahteen elintarvikealan yritykseen Pariisin lähialueella. Les Fermes de Gally -maatilakokonaisuuden toiminta koostuu kahdesta lähekkäin sijaitsevasta kohteesta. Toisessa kuluttajille on tarjolla itsepoimintaa ja toisessa esimerkiksi päiväkoti- ja koululaisryhmät voivat tutustua maatilan eläimiin. Jälkimmäisen yhteydessä toimii myös laaja myymälä, jonka valikoimista löytyy lähialueen ruoka- ja käsityötuotteita. Toinen vierailukohde oli Cidrerie du Mont Viné -siideritila. Tilalla kasvatetaan siideriomenoita, joista jalostetaan muun muassa erilaisia siidereitä, omenamehuja ja tisleitä. Tilan tuotteet myydään suurimmaksi osaksi suoraan tilalta.

Les Fermes de Gallyn Suomestakin tuttu toimintamalli oli tuotteiden itsepoiminta (kuva 1). Mansikoiden lisäksi poimittavana oli muun muassa erilaisia vihanneksia, kukkia ja yrttejä. Suomessa omapoiminta on tuttua erityisesti marjatiloilta, mutta konseptia olisi mahdollista laajentaa nykyisestä. Voisiko kuluttaja hakea tilalta itse esimerkiksi perunaa tai erilaisia juureksia? Samalla ruoan alkuperä konkretisoituu kuluttajalle ja sen korjaaminen maasta itse tuo mukanaan myös elämyksellisyyttä.



Kuva 1. Les Fermes de Gallyssa muistutettiin itsepoimijoita toimimaan kasvien kanssa huolellisesti (kuva: Lotta Haapala).

Cidrerie du Mont Viné -siideritilalla kiinnostava havainto liittyi puolestaan tuotantoteknologiaan. Siiderin

suodatuksessa käytettiin yhteisomistuksessa olevaa laitteistoa, joka kulki käyttäjineen tilalta toiselle. Pienen yrityksen näkökulmasta malli on kiinnostava, koska kaikkia tuotannossa tarvittavia koneita ei välttämättä tarvitse omistaa itse. Yhteiskäyttö voi vähentää yksittäisen yrityksen investointitarvetta ja antaa mahdollisuuden hyödyntää monipuolisempia laitteistoja.

Lyhyiden ruokaketjujen kehittämisessä tarvitaan niitä tukevia rakenteita eli infrastuktuuria. Tocco ym. (2024) jakavat nämä rakenteet kuuteen eri osa-alueeseen: osaaminen (human), sosiaalinen (social), taloudellinen (financial), digitaalinen (digital), oikeudellinen (legal) ja fyysinen (physical). Fyysiseen infrastruktuuriin kuuluvat esimerkiksi tuotanto- ja jalostustilat, varastointi, kuljetukset ja myyntipaikat, kun taas sosiaalinen infrastruktuuri rakentuu muun muassa toimijoiden välisistä verkostoista ja yhteistyöstä. Lyhyiden arvoketjujen kehittäminen ei siis tarkoita vain uusien myyntikanavien luomista, vaan edellyttää myös tuotannon, jalostuksen, jakelun sekä toimijoiden yhteistyötä tukevia rakenteita. Lyhyitä arvoketjuja voidaan vahvistaa monella erilaisella, mutta toisiaan tukevalla keinolla.

Ruokaprovinssin ja Suomen on opittava näkymään

SIAL Paris -messuilla huomio kiinnittyi eri maiden yhteisosastoihin. Osa maista oli rakentanut näyttäviä ja helposti tunnistettavia yhteisosastoja, kun taas Suomen osasto jäi niihin verrattuna pieneksi ja huomaamattomaksi. Opintomatkan aikana huomiota herätti myös se, kuinka monissa tuotteissa alkuperä oli nostettu näkyvästi esille. Kuluttaja pystyi nopeasti tunnistamaan tuotteen alkuperämaan ja usein myös alueen.

Alkuperän merkitys näkyy myös SIAL Parisin (2026) selvityksestä. Sen mukaan 72 % kuluttajista maailmanlaajuisesti kiinnittää aiempaa enemmän huomiota tuotteiden alkuperään ja 71 % suosii omalla alueellaan tai sen läheisyydessä valmistettuja tuotteita. SIAL Insights -selvitys nostaa esille myös alueen merkityksen osana tuotteen identiteettiä: alkuperä voi yhdistää tuotteen raaka-aineet, ihmiset ja valmistustavat tiettyyn paikkaan.

Alueellisen identiteetin rakentamisessa on kyse myös kilpailukyvystä. Etelä-Pohjanmaan vahva ruokasektori ei vielä automaattisesti tarkoita, että alue olisi tunnistettava ruokabrändi suomalaiselle kuluttajalle tai varsinkaan kansainväliselle ostajalle. Alueen yritysten, tuotteiden ja yhteisten markkinointitoimenpiteiden yhteydessä on tuotava vahvemmin esille sitä, mistä tulemme ja mitä osaamme. Pariisissa tehdyt havainnot kytkeytyvät myös Välisalo ym. (2022) laatiman Ruokaprovinssi 2030 -strategian tavoitteisiin. Strategiassa halutaan kehittää uusia tapoja myydä lähiruokaa, lisätä yhteiskoneiden ja urakoitsijoiden käyttöä sekä vahvistaa Ruokaprovinssin tunnettuutta ja kansainvälistymistä.

Pariisista mukaan tarttui ainakin kolme Etelä-Pohjanmaan ruokasektorille kiinnostavaa kysymystä:

- Voidaanko suoramyyntiä monipuolistaa?
- Miten lisätä yhteiskäyttöä ja näin jakaa investointeja?
- Kuinka tehdä Etelä-Pohjanmaan ruokaidentiteetin huomattavasti näkyvämmäksi?

Ruokaprovinssi GOES -opintomatkan tuliainen ei siis ole valmis ranskalainen toimintamalli kopioitavaksi,

vaan idea, josta kehitetään oma Ruokaprovinssin makuinen versio.

Lotta Haapala
Projektipäällikkö, bio- ja elintarviketekniikan insinööri (AMK)
SEAMK

Kirjoittaja rakentaa Ruokaprovinssia ja kehittää elintarvikealaa SEAMKin Kestävät Ruokaratkaisut TKI-tiimissä. Kirjoituksen mahdollisti Euroopan unionin osarahoittama Kekseliäs ja ketterä Ruokaprovinssi -hanke.

Lähteet

SIAL Paris. (2026). *From reassuring local to desirable global, when origin becomes a passport to flavour*. https://www.sialparis.com/en/trends/News/From-reassuring-local-to-desirable-global

Tocco, B., Noble, J., Maye, D., Morse, A., Gorton, M.,& Steytler, M. (2024). *Developing the infrastructure for Short Food Supply Chains.* National Innovation Centre for Rural Enterprise (NICRE). https://nicre.co.uk/media/uexnetfz/nicre-workshop-report-no-23-summer-2024-developing-the-infrastructure-for-short-food-supply-chains.pdf

Välisalo, T., Huhta, E., Talvilahti, A., & Toppari, J-M. (2022). *Ruokaprovinssi 2030: Paras paikka ruokabisnekselle!*https://ruokaprovinssi.fi/wp-content/uploads/2023/02/Ruokaprovinssistrategia-2030.pdf