

METSÄMARJOJEN KV-MARKKINAT

Antti Väliäho, Foodwest Oy

antti.valiaho@foodwest.fi

www.foodwest.fi

www.elintarvikekehitys.fi



Metsämarjojen potentiaali

- Maailmalla on vahva trendi eksoottisuuden ympärillä
- Pohjoinen ja arktinen liittyy vahvasti suomalaisiin luonnonmarjoihin
- Trendinä on nousemassa myös NORDIC eli pohjoismainen
- Markkinat ovat jo olemassa sekä Euroopassa että Kauko-Idässä
- Tämänhetkinen kauppa Suomesta on pakastemarjaa ja jonkin verran kuivattua marjaa
- **Tulevaisuus: miten pitää yllä luonnonmarjan erilaisuutta verrattuna viljeltyyn marjaan?**



Funktionaaliset vahvuudet

- Vitamiineja ja hivenaineita vaihtelevasti (C, E, seleeni, lykopeeni)
- Fenoliset yhdisteet (Puupponen-Pimiä, VTT)
 - Flavonoidit (antosyaanit, flavonolit, flavonit, flavanonit, katekiinit), antioksidanteja
 - Fenolihapot
 - Lignaanit
 - Tanniinit (ellagitanniinit ja proantosyanidiinit)
 - Vaikutukset tieteellisesti todistettuja, hyödynnetään kosmetiikassa ja luontaistuotteissa
 - Osa terveystieteinä hyväksytyjä, osa kansan suussa tunnettuja vaikutuksia



Suomalainen jalostustoiminta

- Tällä hetkellä jalostusarvo yleensä on alhainen
- Suurin osa vieetään pakastemarjana
- Kuivattuja marjajauheita vie muutama toimija (mm. Kiantama)
- Ravintolisätyyppisiä tuotteita on olemassa myös (mm. Aromtech ja Nordic Bioextracts, luontaistuotevalmistajat)
- Ongelmia ketjussa on ratkaistava ennen toiminnan laajentamista
 - Poiminta
 - Poimijan saama hinta
 - Logistinen ketju
 - Kv-toimintaan tarvittava volyyymi ja vahvuus



Muutamia tietopaketteja kv-kentästä

- Foodwestin selvitys Euroopan maista
 - Italiassa vahvoja argumentteja ovat terveellisyys, luonnollisuus ja luomu, tuotteiden tulisi olla vähäsokerisia, käyttövalmiita ja asiakassegmentille sovellettuja, markkinoita sekä teollisuudessa että kuluttajamyynnissä erikoismyymälöiden kautta
 - Saksassa ja Sveitsissä pakastemarjalla hyvät markkinat teollisuuteen ja toisaalta erikoiskauppaketjujen kautta hilloina, jauheina tai soseina, volyymit suuria
 - Luomu on vahva trendi, joka vahvistuu edelleen, siihen liittyy myös positiivinen hintakehitys
 - Tästä johtuen metsän sertifiointi tulisi voida osoittaa
 - Slow Food ja nautiskelu vahvoja trendejä
 - Kilpailijana viljeltyt marjat eri maista, kuluttaja ei aina tunnista eroa luonnonmarjaan, nimetkin ovat sekaisin tällä hetkellä (esim. blueberry ←---→ bilberry)

Muutamia tietopaketteja kv-kentästä

- Sitran selvitykset ERA-ohjelmassa jne
 - Potentiaalisia markkinoita metsämarjoille EU:ssa ovat hilloteollisuus, preparaattiteollisuus
 - Fraktiointi lisääntyy tulevaisuudessa kun tietämys funktionaalisista komponenteista esim. marjojen siemenissä lisääntyy
 - Potentiaalia jalostukseen on, poimintaa tulisi lisätä
 - Tärkeätä olisi hyödyntää kaikki marjan osat, eli valmistaa mehua, erilaisia fraktioita puristemassasta ja etsiä niille omat ostajansa
 - Esim. mehu, öljy, kuitufraktio, siemenkomponentit, viinit ja muut alkoholit, marjaetikat, rehu
 - Elintarvikekäytön rinnalla vahvistuu kosmetiikkateollisuus



Muutamia tietopaketteja kv-kentästä

- Invenire Marketing Intelligence:
 - All market drivers are working in favour of arctic berries
 - Differentiation is one of the key elements for success
 - Prominent trends like "all natural" and "intrinsically healthy"
 - ARCTIC: purity, wilderness, cold clean and special nature
 - Health benefits
 - Restricted to certain areas = provenance
 - Versatility = suitable for different purposes

OPPORTUNITIES:

- Superfruit image
- Organic market
- Foodservice sector
- Campaigns



Aasian metsämarjamarkkinat

- Tulossa olevia selvityksiä Japanista ja Kiinasta
- Elintarvikekehityksen klusteri ja erityisesti Foodwest ostaa tietoa nykytilasta, kuluttajista, säädöksistä, tuotevariaatioista ja markkinoiden liikkeistä
- Tietoa tulee Japanin ingredienttimarkkinoista ja Shanghaiin ja Pekingin alueiden metsämarjamarkkinasta
- Tarkoitus on julkistaa raportit alkuvuodesta yhdessä muiden marjatiedostojen kanssa seminaarissa, mukana terveystieteiden tutkimuskeskus OSKEN toimenpiteet lähiaikoina marja-alan hyväksi

Muuten olemme sitä mieltä että...

- Suurta potentiaalia on olemassa
- Tarvitaan yhteistä toimintaa:
 - jalostusarvon nostamiseksi
 - tuotevalikoiman sovittamiseksi markkinoihin
 - brändin kirkastamiseksi (puolukalla jo aloitettu)
- Eksoottisuus ja terveysvaikutteisuus yhdessä markkinoinnin pohjaksi
- Haettava suurinta mahdollista lisäarvoa
- On luotava konsepti luonnonmarjojen arvon tuomiseksi viljellyn marjan yläpuolelle



TIETOLÄHTEITÄ

- www.arktisetaromit.fi
- www.fineli.fi
- Marja-Leena Laitinen, Kuopio Innovation Oy
- Paassilta, Moisio, Jaakola & Häggman: Pohjoismainen luonnonmarja-ala, Oulun yliopisto ISBN 978-951-42-9040-4
- Roininen&Mokkila, VTT: Selvitys marjojen ja marjasivuvirtojen hyödyntämispotentiaalista Suomessa, Sitra (VTT) ISBN 978-951-563-624-9
- Invenire Marketing Intelligence: Berries in the World, Sitra ISBN 978-951-563-649-2
- Foodwest Oy: Raportti metsämarjojen potentiaalista Italiassa, Sveitsissä, Hollannissa ja Saksassa, Antti Väliaho Foodwest Oy
- Tulossa olevat raportit Japanin marja-ingredienttimarkkinasta sekä Kiinan metsämarjamarkkinasta Pekingissä ja Shanghaissa, Salme Haapala Foodwest Oy

