



30.5.2022 Opintomatka: Ilomantsi – Perinteitä, lähiruokaa ja paikallisia jatkojalosteita. Bussi-info III

Juomien Suomi – juoma-ala osana elintarvikealaa

Suomen elintarviketeollisuus on neljänneksi suurin teollisuudenala metalli-, metsä- ja kemianteollisuuden jälkeen. Elintarviketeollisuus työllistää noin 38 000 henkilöä ja toimipaikkoja on noin 1800. Juomien parissa työskentelee n. 2500 henkeä, joista suurin osa panimo- ja virvoitusjuomateollisuudessa. Lisäksi Suomessa toimii noin tuhat lähiruokayritystä. Teollisuudessa käytetyistä raaka-aineista noin 80 prosenttia on kotimaisia.

Elintarviketeollisuus koostuu kahdesta päätoimialasta, jotka ovat elintarvikkeiden valmistus ja juomien valmistus. Monia erilaisia juomien valmistajia on kuitenkin muissakin elintarvikkeiden valmistuksen alatoimialoissa ja muillakin toimialoilla.

Perinteikäs juomateollisuus valmistaa nykyisin hyvin monenlaisia juomia arkeen ja juhlaan. Alan toimintaympäristö on kireään kilpailutilanteen lisäksi voimakkaasti säädelty.

Kasvua elintarvikeala hakee viennistä. Juomien viennissä monet tuotteet ovat kuluttajamarkkinoille suunnattuja. Alkoholijuomat ovat merkittävin elintarvikeviennin tuoteryhmä.

Tammi-maaliskuussa 2022 kotimaassa juomien myynti oli kaikkiaan 174,2 milj. litraa ja kasvua oli 2,9 %. Mukaan on laskettu oluet, siiderit, Long Drink- juomat, virvoitusjuomat sekä kivennäisvedet.

Juomateollisuuden synty

Varsinainen juomateollisuus katsotaan alkaneen Suomessa 1810.

v. 1865 August Ludwig Hartwall perusti Helsinkiin kivennäisvesikioskeja. Myös makeisiin mehuihin sekoitettu mineraalivesi oli suosittua. Ensimmäiset pullotetut virvoitusjuomat oli Omenapore ja Sitruunasooda.

Virallisesti Coca Cola tuli Suomeen Olympia vuonna 1952 mutta sitä oli myynnissä Helsingin Stockmannilla jo 1930-luvulla. Suomen vanhimpana virvoitusjuomana pidetään Pommacia, jonka valmistus alkoi 1930-luvulla. Ruotsissa sen valmistus oli aloitettu jo 1919.

Oluen historia yhtä vanhaa kuin maanviljelys

Niin kauan, kun on maata osattu viljellä, niin kauan on osattu panna olutta. Egyptin pyramidien sanotaan olevan rakennettu vehnäoluen voimin. Vielä 1900-luvun alussa olutta mainostettiin terveysjuomana, sillä oluen juonnin uskottiin lisäävän imettävän äidin maidon tuotantoa.



Oluen saannin turvaamiseksi 1300- ja 1400- luvulla Suomessa oli jokaisella maatilalla velvollisuus viljellä humalaa, jolla saattoi kuitata verojaan kruunulle. Tottelemattomuudesta seurasi sakkoja. Kievarit, joissa olutta tarjottiin, olivat lukkarien pitämiä, jotta kirkko pystyi valvomaan kansan juomatapoja. Tuohon aikaan Suomessa juotiin keskimäärin 1,5 litraa päivässä.

Juomateollisuuden asema tänään

Kotimaisilla juomilla on vankka asema suomalaisten ruoka- ja juomakulttuurissa nyt sekä tulevaisuudessa. Arktisuus, luontomme puhtaus, tarinat ja osaaminen kiinnostavat myös kansainvälisiä kuluttajia maailmalla. Juomien vienti on kasvanut vuosittain ja tärkeimmät vientimaat ovat Ruotsi, Viro ja Saksa.

Juomia päätoimialanaan valmistaa n. 140 yritystä. Alan monialaisuudesta ja -muotoisuudesta johtuen erilaisia juotavia tuotetaan kuitenkin yli 200 yrityksessä. Juomien valmistuksessa on monia kasvunäkäisiä yrityksiä ja henkilöstömäärä on kasvussa elintarvikkeiden ja juomien valmistuksessa.

Kulutusta ohjaavat monet arvot ja trendit. Erilaisten kasvisperäisten juomatuotteiden kysyntä on voimakkaassa nousussa meillä ja maailmalla. Maun ja kotimaisuuden ohella arvostetaan yhä enemmän vastuullisuutta, elämysellisyyttä, käsityöllisyyttä ja laatua. Tämä näkyy myös lisääntyneenä erikois- ja kausituotteiden tarjontana.

Alkoholijuomien kokonaiskulutus on laskussa, ja suuntaus on mennyt kohti miedompia sekä alkoholittomia tuotteita.

Investoinnit ja tuotetarjonnan kehittäminen ovat olleet elintarvikealalla, kuten myös juomien valmistuksessa, eniten käytetyt uusiutumistoimet pk-yritysbarometrin mukaan. Uusitumista on haettu myös uusille markkinoille suuntautumisesta, henkilöstön rekrytoinneista ja koulutuksesta. Kehittämistarpeissa korostuvat myynti ja markkinointi.

Suomalaisen elintarviketeollisuuden rikkaus on sen monimuotoisuus: suuret yritykset vastaavat toimialojensa volyymistä ja pienet yritykset lisäävät valikoimien monimuotoisuutta.