

SWOT-sammanfattning av livsmedelskedjan i Kimitoön

Kimitoön är en liten tvåspråkig skärgårdskommun med 6 600 invånare och ungefär lika många fritidsboende. Kommunens geografiska läge, skärgårdsdelar och fritidsboende skapar utmaningar för de lokala företagen inom livsmedelsbranschen.

Till särdragen i den lokala livsmedelskedjan hör mikroföretagande, en stark primärproduktion, turism och säsongskarakteristik, gemenskap och samarbete, artesanmat och små alternativa kanaler för direktförsäljning (figur 1 beskriver läget i hela Åboland).

De förädlade livsmedelsföretagen är i huvudsak spridda inom branscherna bageri, bär/ grönsaker/ frukt, samt fiskförädling (figur 2 beskriver läget i hela Åboland).

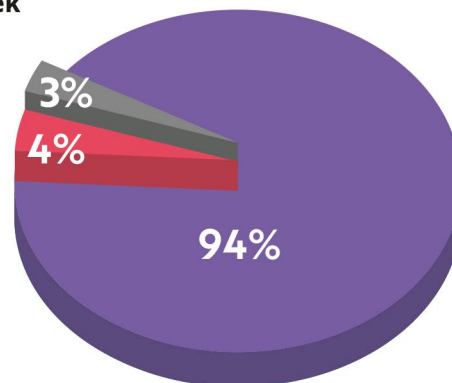
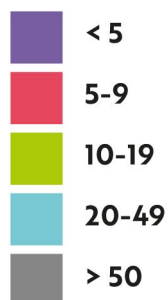
Figur 1.
Förädlade livsmedelsföretag enligt storlek 2020

Åboland

**Antal 52 st,
ekologisk 2 st.**

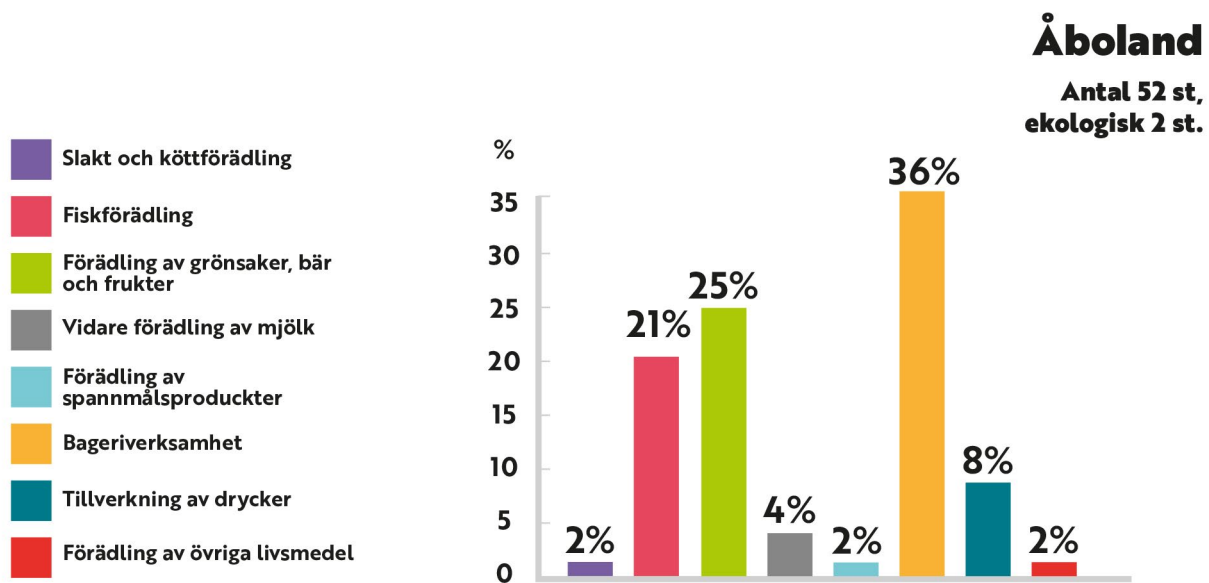


Personalens storlek



Källa: Äkta smak företagsstatistik 2020, förädlade livsmedelsföretag enligt verksamhetsställen.

Figur 2.
Förädlade livsmedelsföretag enligt bransch 2020



Källa: Äkta smak företagsstatistik 2020, förädlade livsmedelsföretag enligt verksamhetsställen.

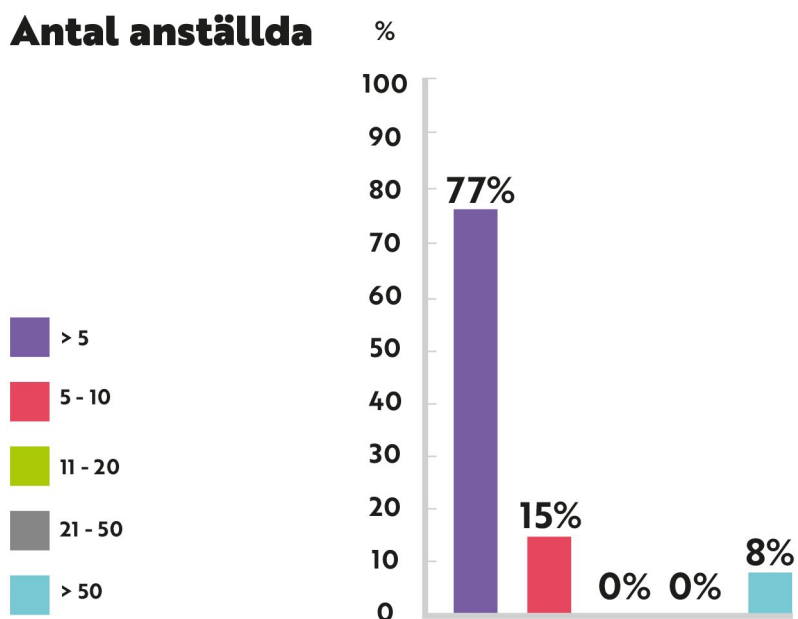
Totalt genomfördes 20 djupintervjuer i Kimitoön mellan mars 2021 och september 2021. Merparten av dessa genomfördes virtuellt via teams/ zoom p.g.a. rådande Covid-19rekommendationer. Under intervjuerna framkom det att nulägesituationen, behoven och framtidsutsikterna varierar beroende på bransch (tabell 1).

Tabell 1.
De intervjuade företagen i livsmedelskedjan i Kimitoön

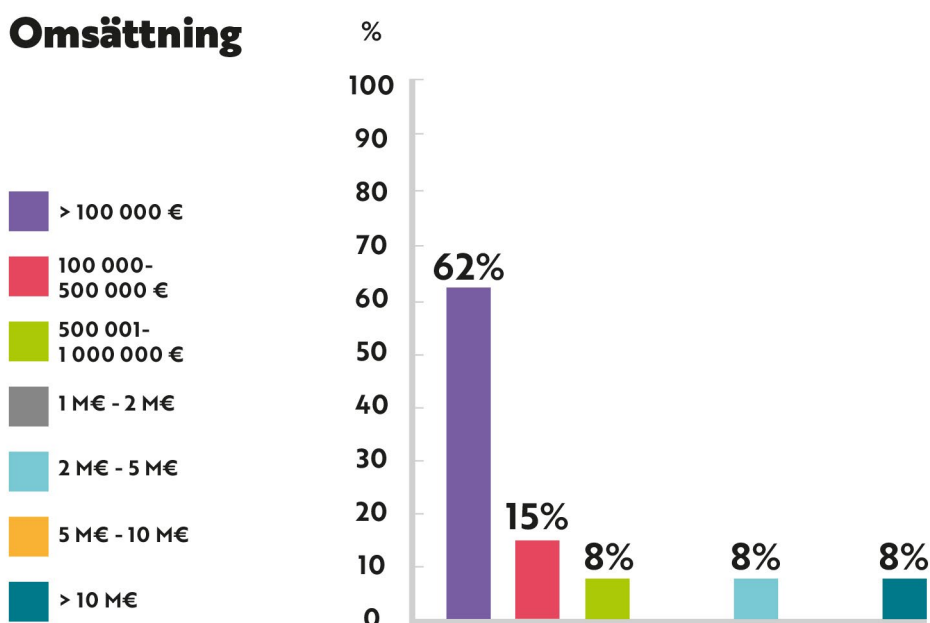
De intervjuade företagen enligt bransch	Belopp
Råvaru-produktion	3
Tillverkning av livsmedel och drycker totalt	10
• Tillverkning av drycker	1
• Slakt och köttförädling	1
• Fiskförädling	2
• Förädling av grönsaker, bär och frukter	4
• Vidareförädling av mjölk	0
• Förädling av spannmåls-produkter	0
• Tillverkning av bageriprodukter	1
• Förädling av övriga livsmedel	1
HoReCa (hotel, restaurant and catering)	4
Handel	2
Turistföretag	0
Teknologi	0
Logistik, inkl. regionala partiaffärer	0
Reko-närmatring	1

Största delen av de förädlade livsmedelsföretagen i Kimitoön bestod av ensamföretagare eller familjeföretag med en omsättning på under 100 000 euro. Bland företagare i skärgården är det också vanligt att samtidigt verka inom olika branscher, såsom livsmedelsproduktion och livsmedelsförädling (tabell 2).

Tabell 2.
De intervjuade företagen i livsmedelskedjan i Kimitoön: sysselsättningseffekt



Tabell 3.
De intervjuade företagen i livsmedelskedjan i Kimitoön: omsättning



Samtliga svarande sade sig ha som mål att utveckla verksamheten i något (eller flera) avseenden men nödvändigtvis inte växa. I synnerhet framkom det att familjeföretag i många fall har som mål att i huvudsak sysselsätta familjemedlemmar medan man förvaltar en kombination av land, skog och gårdsverksamhet.

I huvudsak verkar Kimitoöns livsmedelsföretag i närområdet. Marknadsområdet är starkt korrelerat med företagets storlek. De större producenterna har generellt även en större geografisk marknad, vanligtvis i riktning mot huvudstadsregionen.

I stort sett alla intervjuade företag bedriver direktförsäljning i någon form (tabell 3). Omsättningen och storleken av denna varierar dock kraftigt mellan ak-

törerna. Företag som har kapitaliserat på en gynnsam geografisk placering för direktförsäljning har sett en kraftig tillväxt de senaste tre till fem åren. I synnerhet har segmentet återförsäljning vuxit vilket samtidigt innebär nya möjligheter för lokalt samarbete producenter emellan.

Lokala marknader (september open, äppeldagen, jul- och påskmarknader) samt torgförsäljning (enbart under högsäsong, 3 ggr/vecka) är viktiga "neutrala" försäljningskanaler, som främst nyttjas av enmans-/familjeföretagen.

Tabell 4.
De viktigaste försäljningskanalerna för företag som tillverkar livsmedel eller drycker i Kimitoön (flerval).

Försäljningskanaler	Procent
Direktförsäljning till konsumenter, t.ex. gårdsbutik, Reko-ringar, torg och evenemang	92 %
Specialbutiker, t.ex. närmatsbutiker, museibutiker	69 %
Detaljhandeln	62 %
Den privata HoReCa-sektorn	31 %
Försäljning till butiker och HoReCa-sektorn via partiaffärer	31 %
Egen webbutik	15 %
Professionella kök	8 %
Offentlig matservice	8 %
Annat, vad?	0 %



Styrkor	Svagheter
<ul style="list-style-type: none"> • Korta leveranskedjor inom produktionen • Lyfta fram och tydliggöra leveranskedjans transparens • Nätverkande med andra företag och aktörer • Hantverkskaraktär, yrkesskicklighet • Traditionell karaktär och traditionella råvaror • Aktiv produktutveckling • Snabbhet och agilitet = förmåga att reagera snabbt • Särpräglade produkter • Lyssna på och ha tät kontakt med kunderna • Vilja att utvecklas • Produkternas höga kvalitet • Kunnig och motiverad personal 	<ul style="list-style-type: none"> • Logistikkostnader • Höga arbetskraftskostnader • Otillräckliga åtgärder och resurser inom kommunikation, försäljning och marknadsföring + kundande • Övergripande verksamhetsledning saknas – "flerkanalverksamhet kräver tid och resurser" • Liten utkontraktering av funktioner • Organisering av distribution och logistik – egen distribution • Småskalighet medför sårbarhet
Möjligheter	Hot
<ul style="list-style-type: none"> • Allt större fokus på ansvar • Allt större närmatsboom och uppskattning av det lokala • Direktförsäljning allt populärare • Engagerad personal • Kvalitativa premiumprodukter • FM-tävlingar i artesanmat • Utveckla samarbetet mellan livsmedelssektorn och turism • Öka försäljningen • Förbättra kunnandet, (skräddarsydd) utbildning, t.ex. webinarier • Leveranssäkerhet och snabbhet • Småskalighet möjliggör agilitet, bl.a. skörd i rätt tid • Utveckla nya produkter • Bibehålla produktionens hantverkskaraktär • Investera i nya produktionslokaler och utrustning • Utvidga och utveckla försäljnings- och distributionskanalerna, t.ex. HoReCa, detaljhandel, webbutik, direktförsäljning till konsumenter • Öka marknadsföringskunnandet • Utnyttja ny teknologi • Nya produktinnovationer och råvaror 	<ul style="list-style-type: none"> • Miljöförändringar, klimatförändringen och extrema väderförhållanden • Höga transportkostnader samt ökade kostnader • Infrastrukturens skick • Konsumenternas priskänslighet, viljan att betala premiumpris minskar • Det traditionella blir gammalmodigt • Handelns stora makt samt kortsiktigt samarbete • Stora aktörer • Entreprenörskap uppskattas inte • Myndighetsverksamhet och lagstiftning försvåras • Mobilitetsbegränsningar • Brist på kunnig arbetskraft i hela livsmedelskedjan • Tillgång på råvaror

Närmare information: Kimitoöns kommun, TuKeVa-projektet Kehitystarpeet Varsinaissuomalaisessa ruokaketjussa ("Framtida utvecklingsbehov inom livsmedelskedjan i Egentliga Finland"), https://www.kimitoon.fi/foretagande_sysselsattning/projekt

Rapporten har sammanställts av Jonas Bergström och Stella Törnroth, Kimitoöns kommun.



PARGAS



PARAINEN



Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus



KIMITOÖN
KEMIÖNSAARI



Euroopan maaseudun kehittämisen maatalousrahasto: Eurooppa investoi maaseutualueisiin