

Alueellinen erikoistuminen elintarvikealan vahvuudeksi – Case: Lahti

23.3.2026

Lahteen suuntautunut juoma-alan opintomatka kokosi yhteen teemoja, jotka ovat alan kehityksen kannalta ajankohtaisia: raaka-aineet, paikallisuus, puhdas vesi, pilotointiympäristöt ja vienti. Kahden päivän ohjelmassa olivat Viking Malt, LAB-ammattikorkeakoulun Food Pilot Plant, Ant Brew, Teerenpeli sekä Juomista buustia -seminaari. Kokonaisuus havainnollisti, miten alueellinen klusteri voi tukea yritysten kilpailukykyä monella tasolla yhtä aikaa.

Lahden vahvuus piirtyi esiin viljaklusterina. Alueella kohtaavat viljaosaaminen, mallastus, panimo- ja tislaamotoiminta, puhtaat vesivarat sekä soveltavan TKI-toiminnan ympäristöt. Tällainen rakenne vahvistaa yritysten uudistumiskykyä, koska tieto, raaka-aineet, prosessiosaaminen ja kehittämisinfrastruktuuri ovat lähellä toisiaan.

Mallastusosaaminen kasviproteiinien jalostuksessa

Viking Maltin vierailu nosti esiin kiinnostavan esimerkin siitä, miten perinteinen mallastusosaaminen voi synnyttää uusia kiinnostavia raaka-aineita tuotekomponenteiksi. Sprau, idätettyyn härkäpapuun perustuva raaka-ainekonsepti, havainnollisti mallastusprosessien soveltamista kasviproteiinien jalostukseen. Idätys vaikuttaa pavun haitallisiin yhdisteisiin, parantaa sen teknisiä ominaisuuksia panimoprosesseissa ja kehittää

samalla makuprofiilia suuntaan, joka avaa uusia mahdollisuuksia tuotekehitykselle.



Viking Malt – idättämätön (vas.) ja idätetty (oik.) härkäpapu (kuva: Matti Leppälehto, 2026).

Paikallisuus näkyy liiketoimintamalleissa

Opintomatkalla paikallisuus näyttäytyi konkreettisena liiketoimintavalintana. Ant Brew’n kohdalla korostuu yrityksen hyperlokaali toimintafilosofia: tuotteita rakennetaan osaksi Lahden paikalliskulttuuria, taide-, musiikki- sekä urheilutapahtumia ja ilmiöitä, ja jakelua on rajattu tietoisesti oman panimoravintolan, kulttuurikohteiden sekä paikallisten tapahtumien ympärille. Pienikin toimija voi tällöin olla alueelliselle identiteetille ja yhteisöllisyydelle merkittävä.

Sama teema tuli vastaan myös Teerenpelissä, tosin eri mittakaavassa. Siellä paikallisuus kiinnittyi raaka-aineisiin, pohjaveteen, mallastusosaamiseen ja alueelliseen tarinaan. Paikallisuus ei näyttäytynyt sivuhuomiona, vaan osana tuotteen arvoa ja tunnistettavuutta.

Vesi on Lahdessa myös brändikysymys

Juomista buustia -seminaarissa vedestä puhuttiin kilpailutekijänä. Muistiinpanojen mukaan LADECin puheenvuorossa painottui, että Suomea tunnetaan edelleen heikosti elintarvikemaana, vaikka veden

saatavuus ja laatu tarjoaisivat vahvan erottumistekijän. Ajatus alkuperämerkitystä Salpausselän vedestä myös elintarvikkeiden komponenttina, on kiinnostava, koska se siirtää veden pois taustaresurssin roolista kohti näkyvää arvolupausta.



Teerenpeli – Salpausselän puhdas pohjavesi osana tislaamon brändiä (kuva: Matti Leppälehto, 2026).

Myös Panimoliiton vesiselvitys tukee näkemystä suomalaisen veden laadusta ja sen brändipotentiaalista. Selvityksen mukaan Suomen WEI+-vesiniukkuusluku on 0,6, ja pohjavesialueiden vettä kuvataan erittäin hyvälaatuiseksi. Vesivarat eivät siis ole pelkästään runsaat, vaan myös laadukkaat ja tehokkaasti hyödynnetyt (Pipinen & Savolainen, 2025). Tästä syntyy uskottava perusta puhtaan veden brändäykselle.

Yhteisbrändit ja kotimarkkinan merkitys viennissä

Ohjelmassa vientiä käsiteltiin sekä juomasektorin nykytilan että kansainvälistymisen puheenvuoroissa. Teerenpelin vierailu konkretisoi, mitä yhteinen vientitarina voi käytännössä tarkoittaa. Pohjoismaisten craft-tislaamojen yhteistyössä tunnettuutta rakennetaan yhteiselle maantieteelliselle Nordic Whisky -brändille, joka kokoaa eri maiden toimijat saman kategorian alle. Brändin ytimeen liitetään yhteisiä arvoja, kuten tasa-arvo, demokratia ja läpinäkyvyys. Yhteinen narratiivi, arvot, tapahtumat, julkaisut ja vastuun jakaminen eri maiden toimijoille vahvistavat koko kategorian näkyvyyttä kansainvälisillä markkinoilla.



Teerenpeli – Lahtelainen viskitislaamo rakentemassa Nordic Whisky brändiä pohjoismaisella yhteistyöllä (kuva: Matti Leppälehto, 2026).

Sama logiikka näkyi seminaarin vientiä käsittelevissä puheenvuoroissa laajemminkin. Suomalaisen juomateollisuuden ja -tuotannon vientimahdollisuudet kytkeytyvät vahvasti kotimaan toimintaedellytyksiin.

Viesti on olennainen, koska vienti rakentuu kannattavan kotimarkkinan, toimivan sääntely-ympäristön ja investointikyvyn päälle. Lammin Sahdin perustaja Pekka Kääriäinen totesi puheenvuorossaan, että herättääkseen kiinnostusta maailmalla yrityksen on ensin pystyttävä osoittamaan onnistumisensa kotimarkkinassa. Kansainvälistyminen edellyttää tuotteiden ja talouden olevan kunnossa, mutta niiden rinnalle tarvitaan visuaalinen ilme, erottuva tarina, kulttuurinen konteksti ja pitkäjänteiset kumppanuudet. Pienille toimijoille vienti ei avaudu pelkän laadun varassa, vaan markkinan on tunnistettava tuotteen merkitys ja alkuperä.

Tästä herää jatkokysymys: Jos Nordic Whisky voi nousta yhteiseksi vientitarinaksi, voisiko seuraava pohjoinen yhteisbrändi rakentua esimerkiksi puhtaan veden, luonnonmarjojen tai riistan ympärille? Samalla voisi kysyä minkä tuotekategorian rakentamiseen löytyisi intoa Etelä-Pohjanmaalta kansainväliseksi maantieteelliseksi yhteisbrändiksi?

Kehitysalustat elintarvikealan kasvumahdollisuuksien tukena

LAB-ammattikorkeakoulun Food Pilot Plant toi opintomatkaan tärkeän kehitysympäristön näkökulman. Se toimii siltana tutkimuksen ja markkinoille etenevän tuotannon välillä: samassa ympäristössä voidaan pilotoida prosesseja, testata tuotteita ja tuoda yhteen yrityksiä, koulutusta ja TKI-toimintaa.

Havainto on merkittävä myös laajemmasta näkökulmasta. Suomessa alueiden kannattaa rakentaa kilpailukykyään omien erityisvahvuuksiensa varaan. Lahdessa painopiste näkyy vilja- ja juoma-alan osaamisessa. SEAMKissa painopisteet ovat niin ikään elintarvikkeiden teollisen jalostuksen osa-alueella, varsinkin liha- ja proteiiniteknologioiden infrassa sekä osaamisessa. Tämän lisäksi SEAMKissa monipuolisuutta lisää se, että osaamisalat kattavat vahvasti koko ruokaketjun.

Pienessä Suomessa alueellinen erikoistuminen on perusteltua. Kun eri alueet vahvistavat omia painopisteitään ja rakentavat niiden ympärille osaamisklustereita, syntyy vahvempia kokonaisuuksia, joilla on paremmat edellytykset uudistua, tehdä vaikuttavaa yhteistyötä ja kasvaa myös kansainvälisesti merkittäviksi toimijoiksi.

Matti Leppälehto
Projektipäällikkö
SEAMK

Kirjoittaja on bio- ja elintarviketekniikan insinööri (AMK) ja toimii projektipäällikkönä Seinäjoen ammattikorkeakoulussa. Hänen työnsä painottuu ruokaketjun kehittämiseen, TKI-toimintaan sekä yritysyhteistyöhön.

Lähde

Pipinen, L., & Savolainen, T. (2025). *Vedenkäyttöselvitys 2025* (Panimoliiton selvitys 01/2025). Panimo- ja virvoitusjuomateollisuusliitto. https://panimoliitto.fi/wp-content/uploads/2025/06/vedenkayttoselvitys.pdf