

# Sahayrittäjät nostavat paikallisen puun valtiksi

Uusi Lähipuu-tuotemerkki lähtee elinkaari-ajattelusta.

JARMO PALOKALLIO

Suomen Sahayrittäjät ry:n jäsenet erottuvat jatkossa Lähipuu-tavaramerkillä. Lähipuun odotetaan houkuttelevan etenkin uutta sukupolvea edustavia asiakkaita, joille tuotteen hinta ei ole ainoa hankintaperuste.

”Yhteisen tavaramerkin tavoitteena on piensahojen ja höyläämöiden toimintaedellytysten parantaminen. Se tarjoaa yrityksille välineitä positiiviseen ympäristöviestintään ja markkinointiin”, yhdistyksen puheenjohtaja **Timo Ripatti** kertoo.

Ripatin mukaan Lähipuu on arvovalinta luonnon ja paikallisuuden puolesta.

”Sahatavaran hiilijalanjäljen perään ei ole kukaan minulta vielä kysellyt. Sen sijaan kuluttajia kiinnostaa raaka-aineen ja sen jalostuksen paikallisuus.”

”Lähipuu-ajatusta ei tarvitse väkisin synnyttää tai tuoda. Se toteutuu käytännössä jäsenkuntamme päivittäisessä työssä ja toiminnassa.”

Ripatti liittyy lähipuun arvon paikalliseen alkuperään ja ympäristöystävällisyyteen sekä terveellisyteen. Asiakkaan saamaa lisäarvoa kasvattaa kokonaisvaltainen palvelu kantalta valmiiksi tuotteeksi.



Lähipuu on arvovalinta luonnon ja paikallisuuden puolesta, toteaa Timo Ripatti.

PENTTI VÄNSKÄ



piensahat eivät pärjää suursahojen tuotannon tehokkuudessa. Toisaalta näkyvässä aineettomien arvojen nousu.

Larjama kysyy, mikä on kestävää kuin lähipuun ympärillä tapahtuva yrittäminen. Hän kertoo huomanneensa, että paikallisuus on yksi sellainen arvo, josta kuluttajat haluvat maksaa.

Lähipuun ympäristövaikutusten laskenta on paraikaa käynnissä. Sen toteuttaa erikoistutkija **Tarmo Rätty** Luonnonvarakeskuksesta.

Laskennan tavoitteena on, että Lähipuu-tavaramerkkiä käyttävä yritys pystyy hahmottamaan oman toimialansa ympäristökysymykset osana koko tuotteen elinkaarta.

Sääntöjen laadinnassa hyödynnetään EU:ssa laadittuja ympäristöselosteeseen liittyviä laskentamalleja. Laskennan avulla Lähipuusta saadaan luotettava, kestävä kehitys kuvaava merkki sekä alan toimijoiden että asiakkaiden silmissä.

”Toistaiseksi voin sanoa, että Lähipuu on ympäristön kannalta pitävä vaihtoehto.”

”Pienet sahat, höyläämöt ja jatkojalostajat eivät tee tuotteita massamarkkinoille. Tuotantomalli lähtee asiakkaan tarpeista ja siihen kuuluvat asiakkaan kohtaaminen ja hänen tarpeisiinsa vastaaminen. Käytännössä tämä ilmenee erikoismittojen tai laatuun tuottamisena asiakas- ja käyttökohteen mukaisiin tarkoituksiin.”

”Juuri joustavuus on sahayrittäjien vahvuus. Sillä on selvitty taantumien ja muiden

vaikkeuksien ylitse.”

Pienet puutuoteyksiköt voivat vastata mitä erikoistuneimpiin tarpeisiin.

”Meillä on jäsenkunnassamme myös erikoispuiden saharaita ja jalostajia, joilla on osamista esimerkiksi lepän, haavan tai lehtikuusen jalostuksessa. Näitä tuotteita ei saa rautakaupoista”, Ripatti muistuttaa.

**Alan haasteena** on perinteisyys. Tulevaisuudessa sahureiden

pitäisi solahtaa digitaaliseen liiketoimintaan ja heidän pitäisi osata vastata tuotteiden elinkaarta ja hiilijalanjälkiä koskeviin kysymyksiin.

Tuotekehitykseenkin pitäisi panostaa.

”Sahurit pitäytyvät perinteisissä toimintamalleissa. Siksi alan uudistumiskyky on ollut heikko. Sitä selittää myös se, että yritysten voimavarat tuotekehitykseen ovat pienet”, toteaa projektipäällikkö **Jouni**

**Silvast metsäkeskuksesta.**

Silvast toivoo, että yritykset kehittäisivät tuotteita ja toimintoja myös vientiä silmällä pitäen. Toisaalta hän murehtii puualan koulutuksen tilaa.

”Puurakentamisessa olisi työtilaisuuksia, mutta alan koulutus on ajettu alas. Tässä voi puhua kansallisesta häpeästä.”

**Piensahojen toimintaympäristöstä** diplomityönsä tehnyt **Janne Larjama** myöntää, että