

Hungry for Finland Ruokamatkailun tuotteistaminen

3.9.2018-2.9.2021

Ruokamatkailua

Keski-Suomessa osa II, 15.2.2021

Kristiina Havas ja Kristiina Adamsson

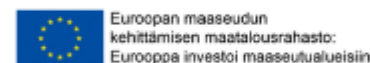


Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutualueisiin



Ohjelma 15.2. 2021

klo 13.00 Päivän ohjelma ja lyhyt kertaus



klo 13.20 Ruokamatkailun reitit ja tuotteet
Keski-Suomessa -workshop virtuaalisesti

-alustus ja ohjeet

-tavoitteena rakentaa potentiaalisia reittejä ja yhdistelmätuotteita, löytää mahdollisuuksia yhteistyöhön

klo 14.30 Työpajan purku



klo 15.00 Tilaisuus päättyy

Kristiina Adamsson ja Kristiina Havas,
Haaga-Helia amk, Hungry for Finland



RUOKAMATKAILUN MUOTOJA – kestävä ja eheyttävä maaseudun kehitys

(mukaillen Everett & Slocum 2013 ja Slocum & Curtis 2018)



Ruokamatkailustrategia 2020-2028

Tarkoituksena kehittää kärkituotevetoisesti Suomen ruokamatkailua

Kannustaa yhdistelmätuotteiden ja ruokareittien luomiseen

Edistää ruokamatkailun toimijoiden yhteistyötä

Lisää matkailu- ja elintarvikealan kilpailukykyä

Tukee laatutason nostoa

Määrittää ruokamatkailun kehittämisen roolitukset ja vastuut

Parantaa suomalaisen ruokakulttuurin imagoa

Vahvistaa ruokamatkailun Suomi-kuvaa ja viestiä yhtenä rintamana

Tavoitteena rakentaa aktiivinen kansallinen ruokamatkailuverkosto





Tiedostava
ruokamatkailu

Autenttisuuden ja
paikallisuuden merkitys
lisääntyy

Sukupolvi Z:sta uusi
Super Foodieiden
asiakasryhmä

Ruokatarinat ja
tarinallistaminen isoon
rooliin

Lyhytlomien rinnalla
mikrolomia

Ruokamatkailun trendejä

Teknologian rikastamat
ruokamatkailuelämykset

Matkustetaan soolona,
mutta syödään yhdessä

Kasvis- ja vegaaniruoan
suosio edelleen
nousussa

Ruoan rooli
tapahtumissa ja
festivaaleilla voimistuu

Usean sukupolven
ruokamatkailu

Suomen uudesta ruokamatkailustrategiasta tuotteistamisen
näkökulmasta
2020-2028
julkaistu 4.9.2020
Strategiaan tästä

Ruokamatkailun tuotesuosituksiin tästä

Ruokamatkailun 3 ydinviestiä / tuoteteemaa

**Taste of place - Eat local
and sense Finland!**

Alueellinen ruokakulttuuri,
suomalaisuus ja suomalainen
elämäntapa maistuvat

**Pure & Natural -Eat slow
and healthy in Finland!**

Suomalainen puhdas ruoka
tekee hyvää mielelle ja keholle

**Cool & Creative - Eat wild
and happy in Finland!**

Uudenlaiset, rennot ja luovat
ruokamatkailutuotteet

2 hyvää esimerkkiä yhteistyöstä: reitti ja yhdistelmätuote

Majatalosta Majataloon



Saimaa Gastronomy -yhteistyö



Ruokamatkailua Keski-Suomessa 15.2.2021

Rakennetaan alustavia
ruokamatkailun
reittejä, yhdistelmätuotteita
Keski-Suomeen, Päijänne-
Keitele-alueelle.

*”Kestävästi tuotettu ruoka on tärkeä ja näkyvä osa keskisuomalaista matkailua. Maakuntannastamme löytyy lähellä tuotettuja, sesongin mukaisia raaka-aineita ja tuoreita makuja ympäri vuoden. Tarjolla on erilaisia **ruokapolkuja**, joissa yhdistyvät tarinat, ainutlaatuinen luonto, vieraanvaraisuus ja omaperäisyys.*

*Maakunnan raaka-aineiden monipuolisuus ja ruokakulttuurien **moninaisuus** yhdistyvät aidoiksi elämyksiksi luonnon helmassa, kaupungin sykkeessä, valmiissa pöydässä tai oman eväskorin äärellä.” www.aitomaaseutu.fi*



Keski-Suomen ruokamatkailun toimenpidesuunnitelma 2021-2025

Keski-Suomen matkailustrategia

Keski-Suomen ruokaketjun koordinaatio 2

Leena Pölkki, Hilkka Heikkilä

Jyväskylän ammattikorkeakoulu



Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus



Euroopan maaseudun kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutualueisiin

jamk

<https://www.aitomaaseutu.fi/media/Keski-Suomen-ruokamatkailun-toimenpidesuunnitelma-2021-2025-.pdf>

Tuotteistamisessa tärkeää

KESKI-SUOMEN MATKAILUSTRATEGIA 2021-2025



5.4 RUOKAMATKAILUN KEHITTÄMINEN

Keski-Suomen ruokamatkailun kehittäminen on yksi Keski-Suomen ruokaketjun koordinaatio 2 -yhteistyöhankkeen (KEKO2) pääpainopiste. Hankkeen hallinnoijana on toiminut Jyväskylän ammattikorkeakoulu (JAMK). Maakunnan ruokamatkailun nykytilaa ja tulevaisuuden kehittämistarpeita on tarkasteltu hankkeen järjestämissä työpajoissa ja keskustelutilaisuuksissa vuosina 2019-2020. Näihin edellä mainittuihin tilaisuuksiin on osallistunut maakunnan ruokaketjun ja matkailualan yrittäjiä sekä kehittämisorganisaatioiden ja sidosryhmien edustajia.

Ruokamatkailun kehittämisen tavoitteena on sitouttaa ruokaketjun ja matkailualan yrittäjiä, kehittäjiä ja muita sidosryhmiä toimialarajat ylittäen. Sitouttamisella pyritään vaikuttamaan Keski-Suomen ruokamatkailun asiakaslähtöiseen kehittämiseen, tuottelamiseen, näkyväksi tekemiseen ja saavutettavuuteen. Työssä hyödynnetään valtakunnallista ruokamatkailustrategiaa ja tuotesuosituksia maakunnallisin maustein höystäen.

Kestävästi tuotettu ruoka on tärkeä ja näkyvä osa keskisuomalaista matkailua. Tarjolla on erilaisia ruokapolkuja, joissa yhdistyvät tarinat, ainutlaatuinen luonto, vieraanvaraisuus ja omaperäisyys.

Maakunnan raaka-aineiden monipuolisuus ja ruokakulttuurien moninaisuus yhdistyvät aidoksi elämyksiksi luonnon helmassa, kaupungin sykkeessä, valmiissa pöydässä tai oman eväskorin äärellä.

<https://visitjyvaskyla.fi/professionals/wp-content/uploads/sites/2/2021/01/keski-suomen-matkailustrategia.pdf>

Keski-Suomen ruokamatkailusta

2.2. sanapilvi

Mitkä ovat Keski-Suomen ruokamatkailun kärkituotteet?

Type your answer here...

Submit

20 characters remaining

hiillos ja aito tuli maatalaelämä lähiruoka luontoruoka
kapeenkoski keurusselkä keuruu vanha pappila
kalat savutuvan apaja nokipannukahvit luon
savion hovi luotolan tila hirvikartano fishvalley kivijärvi
varjolan tila toivolan vanha piha alba riista
harmooni revontuli hankasalmi jääskelän tila
jukolan juusto paavon poluilta kansallispuistot
ruustinna saarijärvi taulun kartano ks ruokapoluilla
patapirtti pöllöwaari/verso

Keski-Suomen ruokapoluilla videot



 **Aitomaaseutu**
36 tilaajaa

TILAA

ETUSIVU VIDEOT SOITTOLISTAT KANAVAT KESKUSTELU TIETOJA

Lataukset ▶ TOISTA KAIKKI

 2.08	 1.49	 54.42	 3.39	 4.04
Keski-Suomen ruokapoluilla -video (kansallispuisto)	Keski-Suomen ruokapoluilla -video (sauna)	Matkailukalastuksen mahdollisuudet...	Varmista huomisen ruoka. Osta läheltä. Vanhantalon...	Varmista huomisen ruoka. Osta läheltä. Ruuska...
70 katselukertaa + 3 kuukautta sitten	143 katselukertaa + 3 kuukautta sitten	42 katselukertaa + 7 kuukautta sitten	47 katselukertaa + 9 kuukautta sitten	13 katselukertaa + 9 kuukautta sitten

https://www.youtube.com/watch?v=olY_5AhJHQM

https://www.youtube.com/channel/UC98TmsAtxPd0vrXd_1WeUKA

Keski-Suomen ruokamatkailun tuotteistamiseen taustaa 2.2.2021 sessiosta

<https://edu.flinga.fi/s/EES2VLH>

Tärkeimmät asiakkaat?

Mitä tehdään kehittämiseksi?

Millaista yhteistyötä tarvitaan?

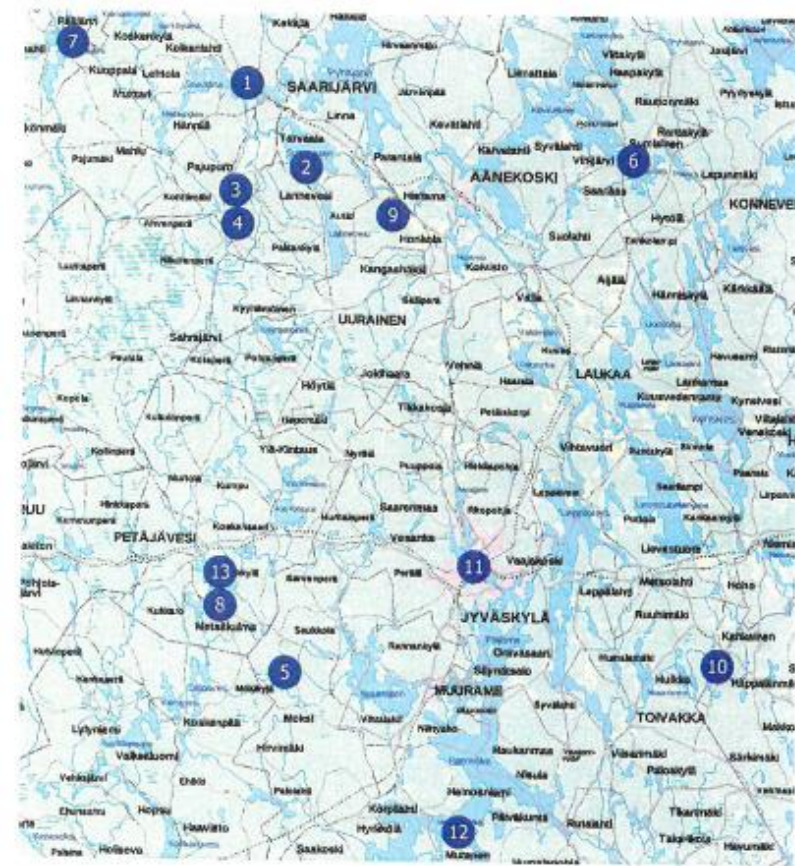
www.visithame.fi
www.tasteofhame.fi

Ruokamatkailureittejä olisi hyvä saada visuaalisesti ja mielenkiintoa herättäen kartalle reiteksi. Sellaisia, joista voi matkailija poimia kohteita tai vaikka kokea koko reitin.

Pelkkä yritysten listaus esim. alueen matkailusivuilla ei toimi hyvin.

aitojamakuja.fi

Lisätietoja maaseutuyrittäjyydestä ja Keski-Suomen ruokaketjun koordinaatio 2 –hankkeesta aitomaaseutu.fi/hankkeet/keko2



- | | |
|-----------------------------|-----------------------------|
| 1 Ruustinna | 6 Lounaskahvila Korppu |
| 1 Äijäsen Katileipomo | 7 Jakolan tila |
| 1 Sahinahan Hunaja | 8 Taipaleen tila |
| 1 Lahjapiste | 9 Kartano Kievari |
| 2 Luotolan tila | 10 Taulun Kartano |
| 3 Hukanmäki Highland | 11 Ravintoa Harmooni |
| 4 Puskianmäen tila | 12 Vaarunhovi |
| 5 Matkailutila Surkeenjärvi | 13 Maatilamatkailu Kumpunen |

Herkuttele
sydän-Suomessa!

TERVETULOA aitojen makujen KESKI-SUOMEEN!

Ruoantuottajia,
joita hyödyntää
vierailukohteena
ym.

Keski-Suomi on maukas ja monipuolinen ruokamaakunta! Karttaan onkin koottu tuotteita esimerkinomaisesti. Nämä ja monet muut herkut saat kauppojen ja suoramyyntipisteiden hyllyiltä. Löydät tarkemmat yhteystiedot ja loputkin paikalliset tuotteet osoitteesta aitojamakuja.fi. Euroopan maaseuturahasto on tukenut useimpien keskisuomalaisen ruokaketjun yritysten kehittymistä. Lähde makumatkalle Keski-Suomeen!

Hamppu

Hamppu, tattari ja ohra ovat olleet ensimmäisiä viljelykasveja Suomessa.

1. Suomen Hampputuotteet, Jyväskylä
2. Hamppumaa, Keuruu, hamppumaa.fi

Hedelmätilat ja omenanjalostus

3. Tammolan tila, Leivonmäki, tammolantila.com
4. Salvian tila, Luhanka, salvia.fi

Highland

Highland-ylämaankarjaa kasvatetaan monella tilalla Keski-Suomessa, ja yleensä sitä myydään tiloilta suoramyyntinä.

5. Konttiho Highland Ranch, Karstula, konttiho.fi
6. Hukanmäki Highland, Saarijärvi, hukanmaki.fi
7. Karisalmen luomutila, Jämsä, karisalmenluomutila.fi
8. Kalmarin tila, Kivijärvi, annekalmari.fi/maatila
9. Suopirtti Highland, Konnevesi, facebook.com/suopirttihighland

Hunaja

10. Ahontuvan Tarhat, Uurainen, ahontuvantarhat.fi
11. Komppa-Seppälän luomuhunaja, Korpilahti, voihyvinhunaja.fi
12. Mesimäen Hunajatarhan luomuhunaja, Pihtipudas, mesimaenhunaja.fi

Härkäpapu

Härkäpapu on vanha suomalainen viljelykasvi, jonka käyttö ja viljely on viime vuosina yleistynyt etsittäessä kestäviä kasviproteiineja.

13. Nojosniemen tila, Laukaa, facebook.com/nojosniementila

Juustonvalmistus

Jukolan Juuston Aito Cheddar tunnetaan ympäri Suomen. Entä tiesitkö, että myös kaikki Valion Aurojuustot valmistetaan Keski-Suomessa, Äänekoskella?

14. Jukolan Juusto, Joutsa, jukolanjuusto.fi
15. Valion Aurajuusto, Äänekoski, valio.fi/tuotteet/valio-aura

Kaali

Keuruulaisen Vaissin tarina alkaa vuodesta 1829, ja nykyään yritys on Pohjoismaiden suurin kaalikäärleiden valmistaja 12 milj. käärleen vuosituotannolla. Kaalia kasvatetaan ja jalostetaan Keuruulla myös Taatilan maatilalla.

16. Vaissi, Keuruu, vaissi.fi
17. Taatilan maatiila, Keuruu, taatilanmaatila.fi

Kahvin ja teen jalostus

18. Paahtimo Papu paahtimopapu.fi ja Teeleidi teeleidi.fi Jyväskylässä

KÄÄNNÄ →

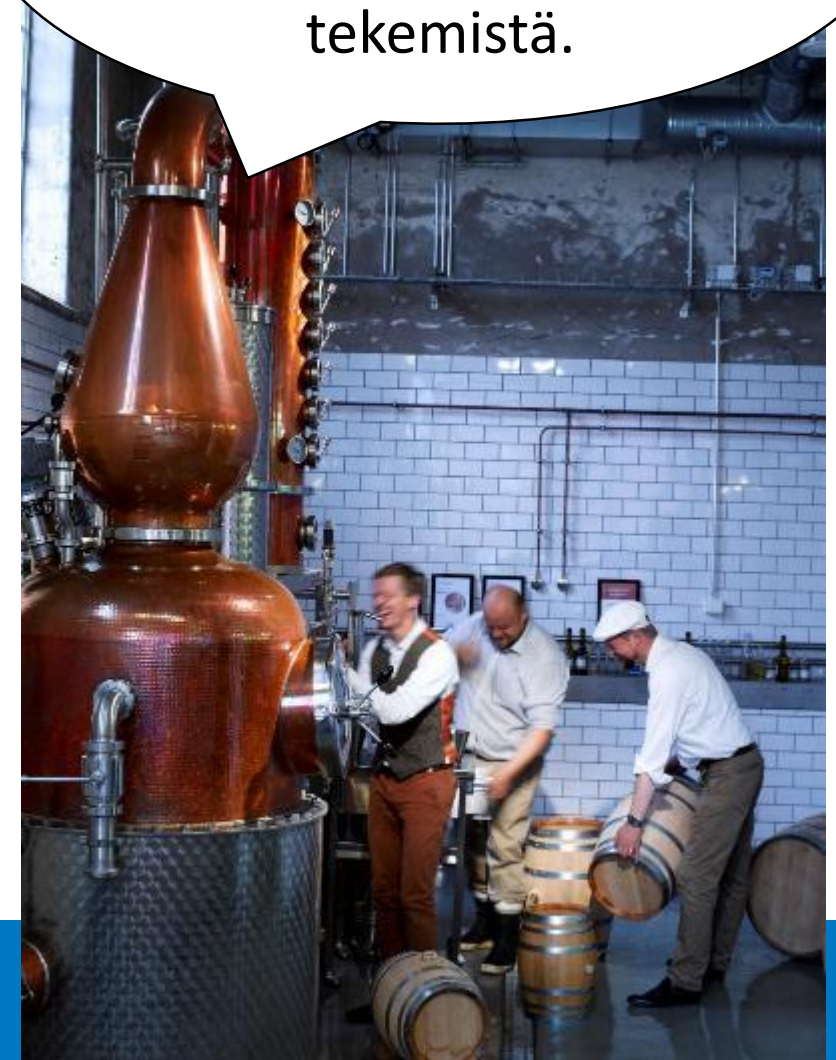
Kuvat: ©aitomaaseutu.fi

-Helia

#tamazinakeski suomi #keski suomen maaseutu #aitomaaseutu #keski suomi #maaseutu fi



Yhdessä reitissä,
yhdistelmätuotteessa
voi olla monenlaista
tekemistä.



Työskentely

Tehdään konkreettisia yhdistelmätuotteita, ruokamatkailureittejä, usean yrittäjän, toimijan kanssa yhteistyötä Keski-Suomen, Keitele-Päijänteen alueella.

- Noin 3-5 henkilön ryhmiä
- Pienryhmissä uuden tuotteen kehittelyä
- Valmiit kysymykset ja otsikot ohjaavat tekemistänne
- Materiaalia sähköpostissanne

Lopputulema: Uusia usean yrittäjän ruokamatkailutuotteita Keski-Suomessa!

Valitkaa pienryhmässänne kirjuri ja puheenjohtaja





Valmistautukaa esittelemään tuotteenne, esitys noin 7 minuuttia

Jaamme teidät ryhmiin kohta

Tulemme pienryhmään vierailemaan

Ota sähköpostistasi materiaali. (Lähetäjä Kristiina Adamsson)

Valitkaa pienryhmässänne kirjuri ja puheenjohtaja

Kun valmista, lähetä noin 2 PowerPoint-slidea tuotteesta: kristiina.adamsson@haaga-helia.fi

Palaamme kaikki klo 14.30 Zoomin, isoon tilaan

Työskennellään seuraavasti

mm. tämä slide löytyy ennakkomateriaalina sähköpostistanne

1. Kuka on asiakas? Asiakassegmentit

- Ketkä ovat ruokamatkailutuotteen asiakkaat?
- Miten kuvaamme asiakkaitamme tarkemmin, asiakkaan profiili?

2. Arvolupaus

- Mitä tarjotaan asiakkaalle?
- Miksi juuri tämä tuote/ palvelu on ostamisen arvoinen? (tuote/palvelulupaus)

3. Tärkeimmät yhteistyökumppanit

- Kenen kanssa tehdään yhteistyötä? Ketkä ovat mukana tuotteessa? Kuvailkaa.

4. Jakelukanavat

- Mistä ja miten tavoitetaan asiakkaat?
- Miten asiakkaat ostavat ruokamatkailutuotteen?
- Mahdolliset haasteet?

(Kenelle/keille tuote tehdään? Millainen asiakas? Mistä hän on kotoisin? Minkä ikäinen asiakas? Mitä hän odottaa ja toivoo ruokamatkailutuotteelta jne.?)

Mitä asiakas saa? Mikä tekee tuotteesta erityislaatuisen? Mikä on tuotteen WAU?)

Kirjatkaa konkreettisia yrityksiä, toimijoita

Yhdessä hyvää keholle ja mielelle Keski-Suomesta (Hannele Levävaara, Linda Prättälä, Maarit Liljendahl ja Noora Kokko)

-Löydä aito suomalaisuus ja koe sen tuoma hyvinvointi (esim. to-su, pe-su)

1. Kuka on asiakas? Asiakassegmentit

- 30-40-vuotiaiden naisporukka
- Vastuullisia, autenttisuuden etsijöitä, terveyshyödyt kiinnostavat, historia

(Kenelle/keille tuote tehdään? Millainen asiakas? Mistä hän on kotoisin? Minkä ikäinen asiakas? Mitä hän odottaa ja toivoo ruokamatkailutuotteelta jne.?)

2. Arvolupaus

- Ruuan terveellisyys, uuden oppiminen, osallistaminen, vastuullisuus
- Asiakkaan hyvinvointiin panostaminen, elämänsä reissu, luonnonilmainen ympäristö (metsä), lähiruoka, peruna, Päijänteen villi kala, sauna

Pure & Natural!
Tuoteteema?

Mitä asiakas saa? Mikä tekee tuotteesta erityislaatuisen? Mikä on tuotteen WAU?

3. Tärkeimmät yhteistyökumppanit

- Laivuri
- Kalastaja
- Ilkka Talvi
- Patapirtti
- Nukula
- Maarit Matkailuopas
- Ravintola Vehryt Nouka

Kirjatkaa konkreettisia yrityksiä, toimijoita

4. Jakelukanavat

- Online-myynti
- Elämyssuomi.fi
- Yritysten omat nettisivut
- Toursbylocals.com
- Asiakkaat pääasiassa varaa suoraan itse
- Säävaraus, koska liikkuminen vesitse

Historiaa, perunaa, metsää, hyvinvointia!

Saarijärveltä Suonteelle – ruokaa ja kulttuuria

(Leena Pölkki, Maija Sydänmaanlakka, Satu Hiuspää-Hiltunen ja Viivi Kokko)

Lyhyt kuvaus: Päivämatka tai yliyön matka parilla pit stopilla – kesäaikaan (toukokuun lopulta syyskuu) omatoimi-kiertomatka tai päivämatka/retki paikallisten makujen ja kulttuurin äärelle

1. Kuka on asiakas? Asiakassegmentit

- Miten kuvaamme asiakkaitamme tarkemmin, asiakkaan profiili?

Omatoimimatkailijat,
Kulttuuritapahtumien asiakkaat,
motoristit, indis tai pienet ryhmät,
omatoimimatkaajat, kotimaiset &
kv, isomman majoitusyrityksen
päiväkävijät, lavatanssijat

2. Arvolupaus

- Mitä tarjotaan asiakkaalle?
- Paikallista puhdasta sesongin ruokaa tiloilta ja luonnosta - perinteistä nykyhetkeen tuunaten - aidossa kulttuurimiljöössä.
- Miksi juuri tämä tuote/ palvelu on ostamisen arvoinen? (tuote/palvelulupaus)
Aidosti kiinnostavat, vetovoimaiset kohteet, helposti saavutettavia, laadukas paikallinen ruoka & kulttuuri, kohteet ”helppoja”

3. Tärkeimmät yhteistyökumppanit

- Kenen kanssa tehdään yhteistyötä? Cafe Meijeriniiteri: iltapäiväkahvit & näyttelyt, Tommolantila: itsepoiminta, Saarijärvi Menu: tarjolla eri paikoissa, yliyön matkalla majoitus esim. Lamminmäen tila (Joutsa), leirintäalueet, B&B, tai Jyväskylä esim. Harmooni, motoristeilla lisälenkki: Varjola, kohteita mm. Varastopanimo, Kellariravintola Joutsa jne.

4. Jakelukanavat

- Mistä ja miten tavoitetaan asiakkaat? Majoitusyritykset, Visit Jkl Region, some
- Miten asiakkaat ostavat ruokamatkailutuotteen?
- Em., Doerz ym.
- Mahdolliset haasteet?
- Pitää olla helppo ostaa, mieluusti kaikki yhdestä paikasta. Haaste: pitää olla oma kulkuneuvo (auto, mp, polkupyörä)

(Kenelle/keille tuote tehdään? Millainen asiakas? Mistä hän on kotoisin? Minkä ikäinen asiakas? Mitä hän odottaa ja toivoo ruokamatkailutuotteelta jne.?)

Mitä asiakas saa? Mikä tekee tuotteesta erityislaatuisen? Mikä on tuotteen WAU?)

Kirjatkaa konkreettisia yrityksiä, toimijoita

Joutsa: Sahti, pienpanimotuotteet, Jukolan juusto, Karoliinan kestikievari, Tommolan tila, taidelaitos Haihatus, taiteilijaresidenssi Tuo Tuo (kv), suurelle yleisölle taidenäyttelyt ja kulttuuritapahtumat, Joutsassa ollaan lanseeraamassa yhteistyö-markkinointi-brändiä & tuotteita <= ruokakulttuuri

Saarijärvi: Saarijärvi Menu, paikalliset raaka-aineet ja jalosteet, paikalliset maatilamatkailuyritykset, Ruustinna, Luotolan tila/Saunamaailma, Nordic for You, Kirmot, Juhannuskisat, suoramyyntitilat esim. Hukanmäki Highland, Kukonhiekan tanssilava

Salaiset helmet road trip!
Tiloilta ja luonnosta!
Perinteistä tuunaten!

Cool & Creative -tuote? Vrt
ruokamatkailustrategian ydinviestit.

Lisää yrityksiä matkan varrelle
Voiko erilaistaa, soveltaa myös kesäsesongin
ulkopuolella tuotteeksi myös?
Historian ja kulttuuri kautta helppo tuoda
autenttisuus esille!



Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutualueisiin



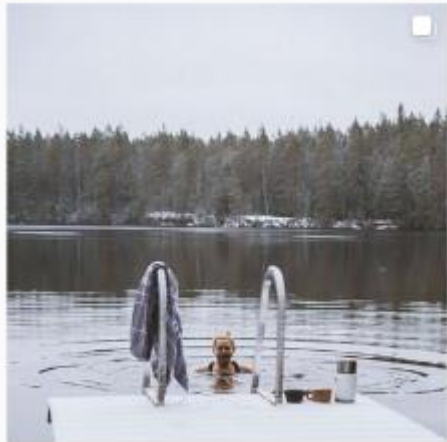
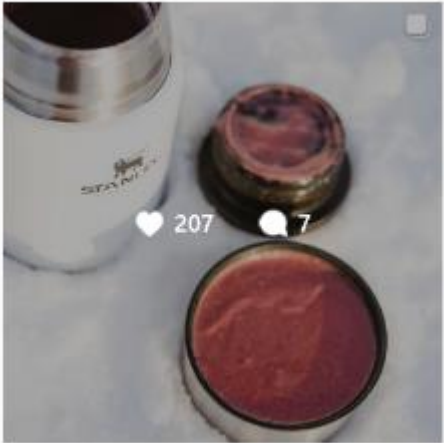
Ruokamatkailun yhdistelmätuote & -reitti canvas kokonaisuudessaan

5. Frontstage 5 min Mitä palveluntarjoajat eli me teemme palvelun aikana?	4. Tärkeimmät yhteistyökumppanit 5 min Kenen kanssa teemme yhteistyötä? Ketkä ovat mukana tuotteessa?	2. Arvolupaus, 10 min Mitä tarjoamme asiakkaalle? Tuotteen teema ja tarina? Miksi juuri tämä tuote/ palvelu on ostamisen arvoinen? (tuote-/palvelulupaus)	3. Fyysinen ympäristö ja asiakkaan toiminta 10 min Missä tapahtuu? Mitä asiakas tekee, asiakkaan toiminta ja osallistuminen? Kuvaa asiakkaan polku, miten hän etenee tuotteessa/palvelussa) mitä siis ruokamatkailutuotteeseen kuuluu asiakkaan näkökulmasta?	1. Asiakassegmentit, 10 min Ketkä ovat ruokamatkailutuotteemme asiakkaat? Miten kuvaamme asiakkaitamme tarkemmin, asiakkaan profiili?
6. Mahdolliset haasteet? 7 min Mitä tuotteen toteuttaminen edellyttää siihen osallistuvilta yrityksiltä? Yhteistyön edellytykset? Mitä tukiprosesseja tarvitsemme? Millaisia asiakkaalta näkymättömiä prosesseja tarvitaan (backstage)?		7. Jakelukanavat 5 min Mistä ja miten tavoitamme asiakkaamme? Miten asiakkaamme ostaa ruokamatkailutuotteemme?		

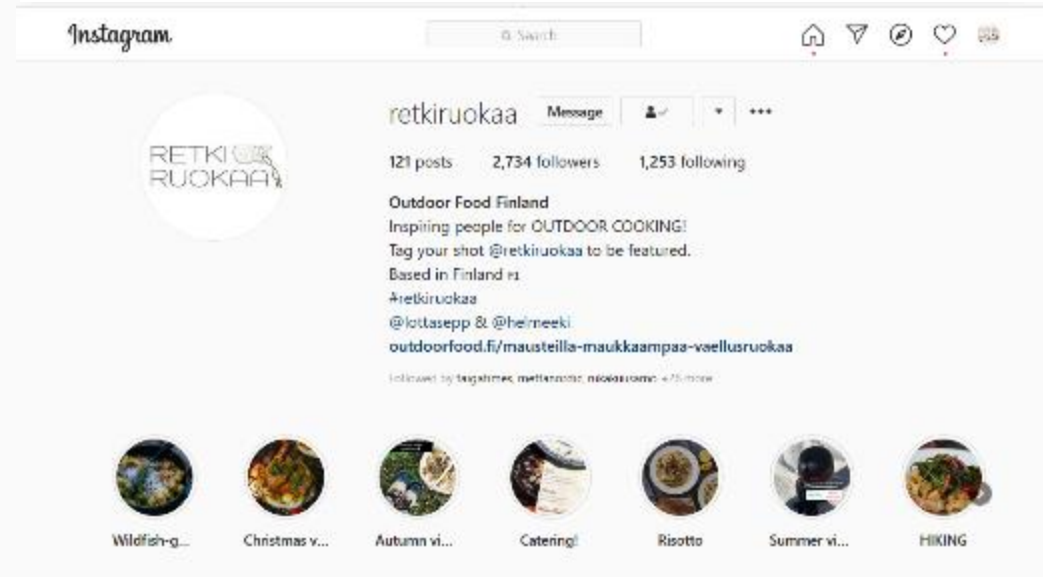
Ruokamatkailureittien,
ruokapolkujen
jatkotyöstämiseen

Yhteyshenkilön nimi:

Makupala – freesejä vinkkejä retkiretkiruokaan- tulisteluun



<https://www.instagram.com/retkiruokaa/>
ja <https://outdoorfood.fi>



Lisätietoa ja osallistuminen: www.hungryforfinland.fi

RUOKAMATKAILUKILPAILU
2021

HUNGRY
FOR
Finland



Kuva: Elina Manninen, Visit Finland

Lisätietoja

www.hungryforfinland.fi

Facebook [@hungryforfinland](https://www.facebook.com/hungryforfinland)

Instagram [@hungryforfinland](https://www.instagram.com/hungryforfinland)

Kristiina Havas, projektipäällikkö

kristiina.havas@haaga-helia.fi

Kristiina Adamsson, projektiasiantuntija

kristiina.adamsson@haaga-helia.fi

Teemu Moilanen, projektiasiantuntija

Teemu.moilanen@haaga-helia.fi

