

# Tervetuloa Ruokamatkailun osaamisryhmän 1. tapaamiseen!

21.5.2025



# Ohjelma

9.00 Tervetuloa! | Rural Finland Tourism Hub & Hungry for Finland

9.10 Ruokamatkailun ajankohtaiset

9.35 Ulkoministeriön terveiset | Annariina Kukkonen

9.45 *Tauko*

10.00 Visit Finland: Näkökulmianne tutkimusta varten -- Mikä on kentän tarve? Työpaja

11.30 Viestintäkanavan pohdinta & pelisääntöjen läpikäynti



# Rural Finland Tourism Hub: Maaseutumatkailun osaamisverkosto

- 1.1.2024 - 30.6.2026, 30 kk
- Konsortio:
  - Satakunnan Ammattikorkeakoulu
  - Jyväskylän Ammattikorkeakoulu
  - Maa- ja Kotitalousnaisten keskus /ProAgria keskuksset
- Hankkeen kohderyhmänä ovat maaseutumatkailun kehittäjätahot ja yhteistyötä yleisesti alan toimijoiden kanssa
- Viestintäkanavana [Maaseutuverkosto – Maaseutuverkosto.](#)

Esim. webinaarien materiaalit, kartoitusten tuloksia, tulevat tapahtumat

- Visit Finland STF-Hub verkoston viestintäkanavana Business Finland teams-ryhmä



**RURAL  
FINLAND  
TOURISM HUB**  
2024 ————— 2026

# Hankkeen keskeisiä päätuloksia on kolme:

- Valtakunnallinen maaseudun matkailun toimijoiden aktiivinen **verkosto**, jossa kehitetään ja jaetaan osaamista ja hyviä käytänteitä älykkäällä ja osallistavalla tavalla.
- Analysoitua **tietoa** matkailun kehittämisen tueksi ja toiminnan ennakoimiseksi.
- Maaseutumatkailun **tiedolla johtamisen** toimintamalli ja käytänteet.



Euroopan unionin  
osarahoittama



# Ruokamatkailun ajankohtaiset – H4F

- Kaksi Uudellemaalle sijoittuvaa hanketta käynnissä – valtakunnallista rahoitusta etsitään
- Osaamisryhmän avulla tiivistetään valtakunnallista yhteydenpitoa
- Ruokamatkailukilpailu 2026 starttaa tammikuussa!
- Keräämme ruokamatkailun kouluttajaverkoston: ilmianna itsesi tai kollegasi Oprille
- Huomenta Suomi auki telkkarista perjantaina 7:45!



# Ruokamaakuvan ja ruokamatkailun tunnettuus 2025–2027 – VF & MMM

- Visit Finland ja Maa- ja metsätalousministeriön yhteistyö, jonka tavoitteena vahvistaa ruokamaakuvaa ja ruokamatkailua
- Visit Finland on laatinut MMM:lle suunnitelman Suomen ruokamaakuvan ja ruokamatkailun edistämiseksi
- Pääkohdemarkkinat Saksa, USA, Ranska ja lisämarkkinat Japani ja Espanja
- Toimenpiteet
  - Mielikuvatutkimus ja kilpailija-analyysi Pohjoismaiden ruokamatkailumarkkinoinnista
  - Digimarkkinointi ja PR
  - Kampanjat
  - Tuki toimialalle
  - Hungry for Finland Ruokamatkailukilpailu 2026 on osa tätä projektia



# Uusi sisältösarja vie makumatkalle suomalaiseseen ruokakulttuuriin

Luvassa 36 herkullista jaksoa, jotka sukeltavat syvälle suomalaiseen ruokakulttuuriin. Pääkanavina Visit Finlandin Instagram @ourfinland ja TikTok @visitfinland.com kanavat.

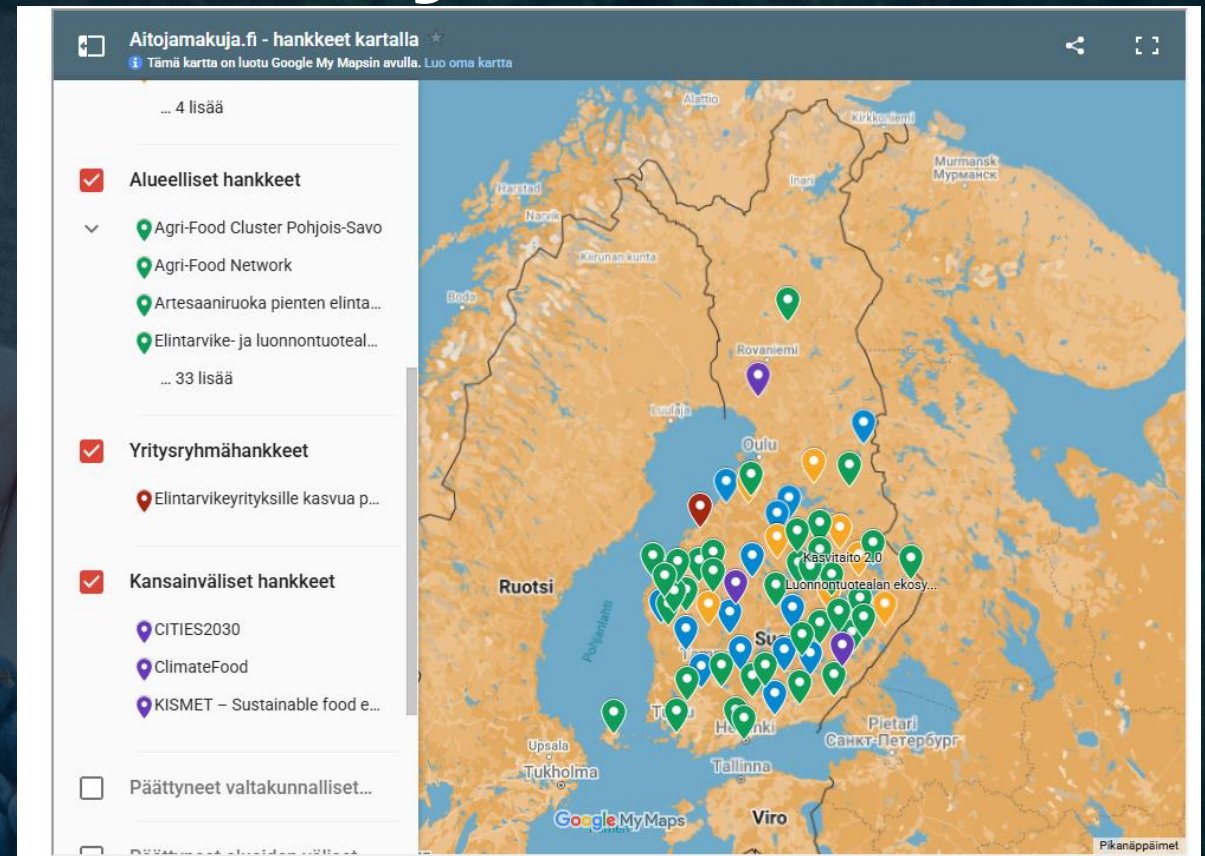
Kysymykset ja lisätietoja projektista  
Terhi.hook@businessfinland.fi





# Maukkaita hankkeita on käynnissä ympäri Suomen!

- Mushroom Boost-Sienimatkailusta uutta elinvoimaa Pohjois-Karjalaan ja Satakuntaan
- Arctic Food Lab (Pohjois-Pohjanmaa ja Kainuu)
- Maut matkailuelämyksiksi & Maistuvaa matkailua Ruokaprovinssissa (Etelä-Pohjanmaa)
- Culinary Seasons (Lapin AMK)
- Kärkölän Ruokamatkailuhanke
- Satakunnan oma ruokamatkailustrategia
- Food Souvenir from Saimaa – matkalla kansainvälistymiseen (Kaakkois-Suomen AMK)
- Maut matkailuelämyksiksi (Suupohjan, Kurikan ja Lauhanvuori-Hämeenkanas Geopark- alue)
- Saimaa lautasella (Savonlinnan Hankekehitys Oy, ProAgria Etelä-Savo ry, Itä-Savon koulutuskuntayhtymä Ammattiopisto Samiedu ja Savonlinnan Seudun Matkailu Oy)





# Ulkoministeriön terveiset Annariina Kukkonen

*Kuva: Julia Kivelä, Visit Finland*





**Suomen elintarvikevienti**  
**2,3 miljardia €** (v.2024)  
**→ tavoite 4 Mrd€ v. 2031**



# TAUKO

*Kuva: Julia Kivelä, Visit Finland*



# Visit Finland: kilpailija-analyysi- ja mielikuvatutkimus (Nepa)

## Kilpailija-analyysi

- tavoitteena on ymmärtää kilpailuympäristöä ja tunnistaa Ruotsin, Tanskan ja Norjan matkailuviestinnästä oppeja Suomen markkinointiin
- kartoittaa ruoan roolia verrokkimaiden matkailuviestinnässä
- tunnistaa viestikärjet, keskeiset argumentit, palvelukonseptit ja markkinoinnin toteutustavat.
- kartoittaa yhtäläisyydet ja erot markkinoiden välillä

## Mielikuvatutkimus

- arvioi Suomen kiinnostavuutta matkailu- ja ruokamatkailukohteena
- toimii myös lähtötasomittauksena kiinnostavuuden seurannalle
- tunnistaa mahdollisuuksia ruokamielikuvan vahvistamiseen ja erottumiseen kilpailijoista. Lisäksi
- selvittää, mitkä mielikuvat ja viestit resonoivat eri matkailusegmenteissä.



# Mielikuvatutkimuksesta

✓ **Kohdemarkkinat:** Saksa, Ranska, Espanja, Yhdysvallat ja Japani.  
Suomen vertailumaina Ruotsi, Norja ja Tanska.

- ✓ Valtakunnallinen otanta Ranskassa, Espanjassa ja Japanissa
- ✓ Saksassa läntiset osavaltiot + Berliini (= valtakunnallinen otos pois lukien itäinen-Saksa)
- ✓ USA:n itä- ja länsirannikko
  - Länsirannikko: California, Oregon, Washington
  - Itärannikko: Maine, New Hampshire, Massachusetts, Rhode Island, Connecticut, New York, New Jersey, Delaware, Maryland, Virginia, North Carolina, South Carolina, Georgia, Florida

✓ **Vastaajamäärä:** 1 000 / kohdemarkkina

✓ **Kyselyn kohdennus:** 18-65-vuotiaat, jotka ...

- ✓ Euroopan kohdemarkkinoilla eli Saksa, Ranska ja Espanja: Suunnittelee vapaa-ajan lomamatkaa *ulkomaille* seuraavien 3 v. aikana
- ✓ USAn ja Japanin markkinoilla: Suunnittelee vapaa-ajan lomamatkaa *Eurooppaan* seuraavien 3 v. aikana

1. Kuinka kiinnostava Suomi on **matkakohteena** yleisesti, eri matkatavoitteiden mukaan sekä **millainen on ruoan rooli** kaiken matkailun kontekstissa verrattuna muihin Pohjoismaihin?

2. Millainen on **Suomen nykyinen ruokaan liittyvä mielikuva**? Miten niitä voi **kehittää** matkailijoiden kiinnostuksen lisäämiseksi?



# Työpaja -pääsemme vaikuttamaan!

- Visit Finland: Näkökulmianne Visit Finlandin ruokamaakuva- ja kilpailija-analyysitutkimusta varten

Mitä sinä ja organisaatiosi tarvitsette?

- Minkälaisia tutkimustarpeita sinulla/yritykselläsi/alueellasi on? Mitä pitäisi selvittää? (violetti)
- Millaisen päätöksenteon tueksi tutkimustuloksia tarvitaan? (vihreä)





# Työpaja: Kirkasta!



- Millaisia mielikuvia teillä ryhmänä on Suomesta ruokamatkailumaana? (sininen)
- Millaisia mielikuvia teillä on alueista, joiden edustajia ryhmässä on? Kirjoittakaa myös alue – yksi per lappu! 😊 (punainen)

Tavoite: Saada monipuolinen käsitys siitä, mitä me ajattelemme Suomesta ruokamatkailumaana kokonaisuutena ja alueittain; mihin tuotteisiin ja vahvuuksiin uskomme. Mielikuvia voi hyödyntää esimerkiksi markkinoinnissa.



# Missä viestitään?

Viestintäkanavan pohdinta & pelisäännöt

Äänestä QR-koodin kautta!





# Miten jatketaan?

Tulevan tapaamisen agenda 23.10.2025

*Kuva: Julia Kivelä, Visit Finland*



**Kiitos, että olet mukana kehittämässä  
ruokamatkailua!**

*Ruokamatkailun kehittäminen Suomessa perustuu  
valtakunnalliseen Ruokamatkailustrategiaan.*

Yhteydenotot ja lisätiedot: Opri Laamanen | [opri.laamanen@haaga-helia.fi](mailto:opri.laamanen@haaga-helia.fi)

