



Ruokamatkailun osaamisryhmän 3. tapaaminen

Opri Laamanen & Meri Pöyhönen

Ohjelma

9.00 Kahvia ja kuulumisia

9.30 Ajankohtaista – Mitä tapahtuu ruokamatkailun kentällä nyt?

10.00 Fasilitoitu keskustelu: Ruokamatkailu x Ruokastrategia

11.00 Tauko

11.15 Purku ja yhteistyöehdotukset

12.00 Tilaisuus päättyy

Ajankohtaista

Viime tapaamisessa...

- Miten parannamme Suomen ruokamaakuvaa kansainvälisten asiakkaiden silmissä?
- Miten parannamme kilpailuasemaamme suhteessa muihin Pohjoismaihin?

→ Ruokamatkailun osaamisryhmän 2. tapaamisen keskustelun kooste [täällä](#)



Hungry for Finland

RUOKAMATKAILU- KILPAILU2026



Tuukka Koski / Koski Syväri / Helsinki Partners

Svante Gullichsen / Helsinki Partners



Maa- ja metsätalousministeriö



Haaga-Helia

Haaga-Helia
**HUNGRY
FOR FINLAND**



Visit Finland



Valtakunnallinen ideahaku

Tiedoksi: Haaga-Helian koordinoimana lähetettiin ruokamatkailuteemainen hankeideapaperi valtakunnallisten hankkeiden ideahakuun joulukuussa 2025. Valtakunnallisen hankkeen avulla laaja yhteistyö ruokamatkailukentällä vahvistuisi!

Päätavoitteet

- Maaseudun ruokamatkailuyritysten ja -yrittäjien asiakasymmärrys ja digitaalinen osaaminen lisääntyy.
- Maaseudun ruokamatkailuun liittyvien yritysten kilpailukyky kasvaa.
- Maaseutualueiden ruokamatkailullinen vetovoima kasvaa.
- Suomen ruokamatkailun yrittäjä- ja kehittäjäverkostot vahvistuvat ja laajenevat.

Hakemuksessa kumppaneina

Satakunnan AMK (SAMK), Helsingin yliopiston Ruralia-instituutti, Savonia AMK, Kaakkois-Suomen AMK (XAMK), ProAgria/MKN Itä-Suomi ja ProAgria Pohjois-Suomi.

Muut ajankohtaiset

- Haaga-Helia: Juomien Uusimaa -hanke on alkanut
 - Kohdealueena Uusimaa → hankkeesta syntyy myös yleishyödyllisiä tuotoksia, kuten tutkimustuloksia
- Onnea ja menestystä Oulu2026-vuoteen!
- Uusi ruokastrategia on julkistettu → ruokamatkailu mainittu
- Kurkistus kansainvälisiin ruoan ja juoman kuluttajatreendeihin
 - Trendiraportti tilattu kanadalaiselta trenditalolta TrendHunterilta

Ruoan ja juoman kuluttajatrendejä

Fragrant Breakfast

Hotels and restaurants are emphasizing fragrance in breakfast dining

LAB8

Haaga-Helia

TRENDHUNTER
CREATE THE FUTURE

Trend - Hotels and restaurants are launching fragrance-focused breakfast experiences that combine luxury fragrances with gourmet dishes, aiming to create multisensory experiences that enhance the overall ambiance, catering to the growing demand for unique and immersive culinary events.

Insight - Modern consumers, particularly food enthusiasts, are seeking unique and memorable dining experiences that engage all their senses. The desire for heightened experiences and the pressures of standing out in a competitive market have led to the creation of fragrance-focused dining services. By offering fragrance-focused breakfasts, hotels and restaurants can cater to the desires of modern diners for distinctive and immersive experiences, setting themselves apart in the market.



Scent-Based Breakfast Experiences

The Lettnerhof Donauhotel Offers Fragrant Bread and Coffee



Fragrant Singaporean Breakfast Restaurants

Pang Pang Kopi Embraces Fragrances in its Meals



Retro Singaporean Coffee Experiences

Chin Mei Chin Confectionary Offers a 1925-Inspired Breakfast



Fragrance-Focused Resort Meals

Central's Holiday Resort in Flachau Offers Delectable Breakfast

5.0
Score

Popularity



Activity



Freshness



Multisensory

Hybridization

Experience

4 Featured, 30 Examples

9,152 Total Clicks

URL: [Hunt.to/561221](https://hunt.to/561221)

9

Copyright ©
All Rights Reserved

Fashion Café

Luxury fashion labels are opening in-store cafes to foster in-person connection

LAB8

Haaga-Helia

TRENDS
HUNTER
CREATE THE FUTURE

Trend - Luxury fashion labels across Europe and Asia are opening dedicated restaurants and cafes. These are designed to transform the boutiques from simple shopping ventures, to full-blown experiences. The experiential retail helps build consumer connections to one another and the brand.

Insight - In major cities across East Asia, in-person retail is once again thriving. Consumers in these regions have a wealth of options when going shopping, leading to them becoming more preferential in their destinations, seeking out unique retailers rather than simply shopping for necessities. This is a way of prioritizing feelings and experiences rather than simple errands. In order to appeal to this type of consumer, fashion labels are making their boutiques more appealing with dedicated cafes.



Luxury Fashion Label Cafes

Dior Opened a Dedicated Cafe at its Shanghai Boutique



Luxury Retailer Restaurants

Louis Vuitton Added 'LV The Place' to its Bangkok Location



Luxury NYC-Inspired Cafes

Fashion Label Coach Opened a Restaurant and Coffee Shop in Jakarta



Conversation-Encouraging Retail Spaces

PlayLab Inc Creates a Flagship Store for MadHappy

6.2
Score

Popularity



Activity



Freshness



Tribalism

Experience

Authenticity

4 Featured, 33 Examples

24,592 Total Clicks

URL: [Hunt.to/551009](https://hunt.to/551009)

10

Copyright ©
All Rights Reserved

Social Dining Networks

Recce Discovers and Shares Trusted Restaurant Picks Easily

Recce is a social platform built to simplify the way users discover and share restaurant recommendations. Designed for friends and family networks, the app creates a personalized experience by connecting users to trusted suggestions rather than relying on anonymous reviews.

By focusing on word-of-mouth endorsements, Recce taps into the growing demand for authenticity in local discovery and dining experiences. This approach is particularly relevant for businesses targeting the food and beverage sector, where consumer trust plays a crucial role in decision-making. Recce enhances user engagement by allowing individuals to curate lists, swap favorites, and explore new venues based on social circles. For brands and entrepreneurs, it presents opportunities to better understand consumer trends and strengthen customer loyalty through more genuine, community-driven recommendations.



4.1
Score



7 Related
1,889 Total Clicks
URL: Hunt.to/568256

Chai Martini

Restaurants and bars are launching chai tea-infused martinis for cultural flavors

LAB8

Haaga-Helia

TRENDHUNTER
CREATE THE FUTURE

Trend - Restaurants and bars are leaning into cultural flavors to diversify alcoholic offerings. One such cultural flavor is chai, with bars creating cocktails blended with tea and spices to compliment the palate. These are designed to offer the benefits and flavors of tea and the social aspect of drinking.

Insight - Amongst consumers who go out to drink, there is a continually-growing trend of those who simply drink socially, and do not care as much about the effects of the drink, and are instead drawn to the rich flavors of mixed drinks, and the connections formed over mutual drinking. These consumers are more likely to try drinks and cocktails with unique flavors, particularly when the alcohol flavor is mitigated. Bars are catering to both these consumers and more adventurous drinkers with chai martinis.



Vodka Chai Cocktails

The Dirty Chaitini from Yamba Distilling
Incorporates Cultural Flavors



Creamy Chai Vodka Drinks

Incanto Houston's Chai-Tini is Rich in Flavor and
Texture



Homemade Chai Syrup Martinis

The Stuffed Olive's Chaitini Combines Irish Cream Liqueur
and Tea



Cold Brew Chai Liqueurs

Whistler's Storm's Chai-Tini Kiss Blends Dry Vermouth and
Chai Spice

5.4
Score

Popularity



Activity



Freshness



Hybridization

Curation

4 Featured, 29 Examples

8,928 Total Clicks

URL: [Hunt.to/554466](https://hunt.to/554466)

12

Copyright ©
All Rights Reserved

AI-Powered Menu Recommendations

SpotOn's Picked for You Feature Helps Restaurants Boost Revenue



Haaga-Helia



There's an overwhelming number of food options online and it's easy for people to feel paralyzed by choice, which is why there's a new SpotOn Order feature, Picked for You, that makes AI-powered menu recommendations tailored to preferences to offer a nudge in the direction of a satisfying decision.

Picked for You analyzes time of day, the day of the week, and purchase history to suggest relevant menu items for users. Over time, recommendations continuously get better as the AI-powered model learns from guest behavior.

This AI-powered feature for SpotOn's commission-free online ordering system makes the most of Amazon Web Services and was created to help restaurants boost revenue by personalizing digital menu experiences—already, early adopters have seen a 6% average increase in online orders thanks to Picked for You.



6.3
Score



9 Related
2,701 Total Clicks
URL: Hunt.to/575707

Robot-Operated Pizza Restaurants

Donatos is Opening a Fully Autonomous Restaurant with Appetronix

Donatos Pizza and its sister company, Agápe Automation, partnered with Appetronix to launch a fully autonomous restaurant at the Columbus Airport. Within Concourse B at the John Glenn Columbus International Airport, travelers can experience the future of the pizza industry with made-to-order pizzas prepared by robots.

The robot-operated restaurant will operate 24/7, offering a streamlined experience that fits the busy environment, all while providing an entertaining experience since customers can watch their pizzas being prepared before their eyes in real time.

Donatos Pizza sees the potential for this style of restaurant to transform other settings, from hospitals and college campuses to industrial environments and other food service locations where traditional kitchens are not a fit.



8.1
Score



7 Related
3,726 Total Clicks
URL: Hunt.to/571818

15.1.2026 klo 12.30–13.15 Matkatietolavalla

Suomalainen ruoka maailmankartalle: Ruokamielikuvatutkimus ja Ruokamatkailukilpailu 2026

- Nostoja Visit Finlandin Ruokamielikuvatutkimuksesta ja ajankohtaisista toimenpiteistä
- Startataan Hungry for Finland Ruokamatkailukilpailu 2026
 - Kilpailun pääpainopistealueena on tänä vuonna viestintä ja markkinointi



Kuva: Tammiston Kuulas



Kuva: Meri Pöyhönen

Nostot yhteisesti jaetuista kuulumisista

- Taste of Regions
- Ruokaviennin vertaisyhteisö starttaa kokeneimpien ryhmällä
- Inspiraatiomatka Ahvenanmaalta mantereelle Lahti—Mikkeli—Salo
- 27.1. Helsinki, Säätytalo/etä. KKR-kasvuohjelman –26 kick-off (mmm.fi → tapahtumat)
- Vaikuttavat verkostot -hanke selvittää yrittäjien TKI-valmiuksia
- @makujapohjoissavosta FB & IG –kanavat seurantaan
- Makumatka Pohjois-Savoon - ruokamatkailuhanke alkaa (Savonia)

Keskustelu: Ruokamatkailu x Ruokastrategia

Tavoite: Löytää ruokastrategian toteutukseen liittyviä yhteistyön mahdollisuuksia

Tila on jaettu neljään ruokastrategiasta johdettuun tavoitteeseen:

- Strateginen tavoite 1: Kotimaisten elintarvikkeiden käyttö lisääntyy ja ymmärrys ruokajärjestelmästä vahvistuu
- Strateginen tavoite 2: Mahdollisuus terveelliseen ruokaan lisääntyy
- Strateginen tavoite 3: Ruoka on osa rikasta ja elävää ruokakulttuuria
- Strateginen tavoite 4: Yhteisöllisyys ruoan ympärillä kasvaa ja vahvistaa hyvinvointia

Ohjeet:

- Aloita siirtymällä **teemapisteelle, joka puhuttelee sinua nyt.**
- Esittäytykää toisillenne: **miksi juuri tämä teema veti puoleensa?**
- **Tarkoitus olisi verkostoitua ja löytää asioita, joissa voitte auttaa toisianne.** Hyötyisivätkö keskustelukumppanit sinun hankkeessasi tuotetusta käsikirjasta? Voitteko järjestää yhteisen webinaarin?
- Halutessasi **voit vaihtaa teemaa omaan tahtiin.** Voit käydä monta lyhyempää keskustelua tai muutaman pidemmän – mikä ikinä tuntuu tänään hyvältä.
- **Kirjatkaa ylös** keskeisiä avoimia yhteistyökutsuja, yhteishankeideoita, oivalluksia.

Ruokastrategiaan



<https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/items/1e9a2c17-569c-4bd9-8d36-ce1e88ad562f>

Purku

Keskustelun kirjaukset

1. Kotimaisten elintarvikkeiden käyttö lisääntyy

- Mistä ravintolat saa [lähi]raaka-aineet?
 - Yrittäjältä voi kuulla: "Tukusta ei saa, ei ole aikaa etsiä tuotteita" → tuetaan tukkujen valmiuksia
 - Itse kerättyjen tuotteiden byrokratia ja hygienia = ?
- Ravintoloiden REKO
- Raaka-aineiden hinta kohdilleen: toiminnan PITÄÄ olla kannattavaa
- Alueellisten profiilituotteiden nostaminen ja niiden viestinnän/käytön kehittäminen
 - Ahvenanmaan 9 tuotetta
 - Tulossa 2026: 10 suomalaista annosta (VF)
- Tuolta tarinasta –hankkeessa vahvistettiin lasten ja nuorten ruokakansalaisuutta pelillisin keinoin → ruokajärjestelmäteemaisia pelejä tulossa käyttöön!
- Yhteistyömallit: tuottajat & ammattikeititöt
 - Tuottajien ja ammattikeittiöiden aikataulujen yhteensovittamisen ratkaisuja
 - Tiedonvaihtoa: mitä kannattaisi viljellä?
- Varmistetaan ruoantuotanto
- Kalastajat
 - Halutaan käyttää kotimaista kalaa, mutta sitä ei ole saatavilla
 - Kalastajien määrä vähenee
- Lammastilat, lampaanlihan monipuolinen hyödyntäminen, ympärivuotisuus
- Hillot yms. omissa pakkauksissaan ravintolan pöydässä → helpottaa ostamista
- Osaaminen
 - Ruoka + kulttuuri, taide: näiden vahvempi yhdistäminen
 - Artesaanituotannon osaaminen (vrt. Ruotsin Eld rim ner)
- Kuluttajalle ymmärrys siitä, mitä tarkoittaa ulkomaalainen vs suomalainen (päästöt, olosuhteet)
- Sesonkien ymmärtäminen ja hyödyntäminen
- Hankerahoitusmallien muuttaminen. Nyt liian vaikea monille osapuolille. Kriteerit samoiksi kaikille alueille! Nyt tulkinnanvaraisuutta liikaa.

Keskustelun kirjaukset

2. Mahdollisuus terveelliseen ruokaan lisääntyy

- Uudistava viljely & matkailu
 - Ruoan alkuperätarinat esille: mistä ruoka tulee?
 - Ruokakasvatus
 - Luonnollisiin makuihin täytyy tottua lapsesta lähtien, jotta osaaminen käyttöön/kulutukseen on olemassa
 - Kaikki perustuu kotona saatuihin malleihin!
 - Kouluruoan suuri merkitys
 - Kasviksia pitää osata vaatia/pyytää!
 - Tietoisuus kasvaa hitaasti
 - Terveellisyys
 - Houkutteleva brändäys terveellisiin välipaloihin
 - Terveellinen ruoka ei ole yksiselitteinen asia, tarvitaan keskustelua ja määrittelyä
- Markkinointi ja viestintä
 - Jalanjälkiviestinnän rinnalle vahvempi kädenjälkiviestintä
 - Yritykset eivät osaa hyödyntää tieteellistä tietoa markkinoinnissa ja viestinnässä
 - Käytetään kotimaista ruokaa
 - Kotimaiset juurekset: helppokäyttöisiä ratkaisuja kuluttajalle
 - Hankinnat
 - Kotimainen hunaja kunniaan! Ulkomaisissa on lisättyä sokeria ym., mikä heikentää tuotteen terveellisyyttä
- Kasvisruoka pois marginaalista: yksi vertainen vaihtoehto

Keskustelun kirjaukset

3. Ruoka on osa rikasta ja elävää ruokakulttuuria

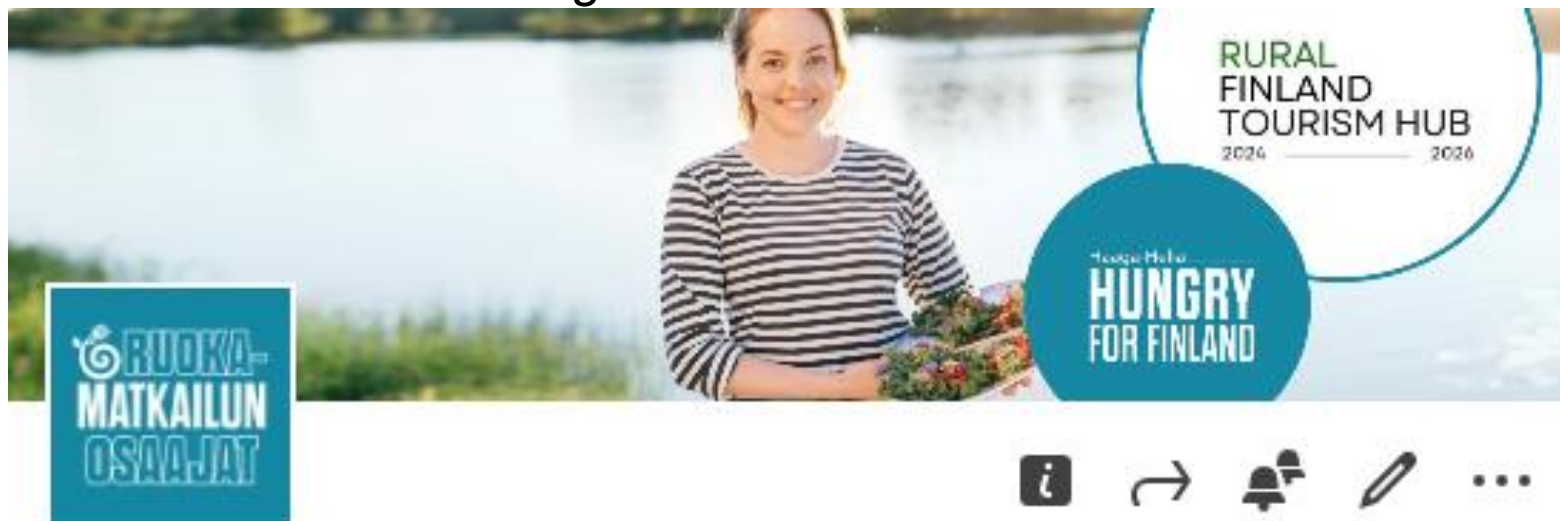
- Paikan DNA esille tuotteisiin
 - Mitä pitää maistaa esim. Helsingissä, Lappeenrannassa jne.
- Ruoka osana kulttuuria: ristiinpölytys esim. Muodin ja designin kanssa
- 9 profiilituotetta → bingoruudukko
- Turvallinen ruoka ja sen esiinnostaminen
- "Mummojen reseptit" käyttöön
- Viestintä, yhteinen viesti alueittain
- Sampo-ammattiopisto konditoriakeskukseksi kv-huippujen avulla
- Matkailijan osallistaminen ruoanhankintaan, esim. perunannosto
- Paikalliset perinteiset tapahtumat ja tavat osaksi (rotinat)
- Yhteisöä ja ruokamatkailua
- Alueen ruokakulttuuritietoa pitää olla helposti tarjolla verkkosivuilla ja somessa

4. Yhteisöllisyys ruoan ympärillä kasvaa ja vahvistaa hyvinvointia

- Tapahtumat, ruokatapahtumat
 - Muistetaan myös lasten tapahtumissa ruokaosuus, esim. juustojen maistelu ja tunnistus
- Ruokakurssit, workshopit
 - Yhdessä tekeminen
 - Uusien taitojen oppiminen
- Opiskelijahyvinvointi & Yhdessä kokkaaminen
- Mallia pikkupaikkakunnilta
 - Pienten paikkakuntien yhteisöllisyys ja hyvinvointi
 - Peijastaisten tuotteistaminen
 - Pitkät pöydät myös kaupunkien ulkopuolelle
- Seurakunnat ja paikallisyhdistykset tekevät jo hyvää työtä, mutta tarvitsevat pientä rahallista tukea toimintansa ylläpitoon
- Ruokatieto
 - Pääkohderyhmänä lapset & omilleen muuttavat nuoret
- Kouluruokailu
 - Tunnelma
 - Kouluissa 1 krt, jolloin ruokaillaan rauhallisemmin → ravintolakulttuuri tutuksi
 - ruokakulttuuri osaksi opetussuunnitelmaa
- LTO ja opekoulutus kohderyhmäksi johonkin ruokakasvatushankkeeseen
- Kokkikoulut yrityksille: työhyvinvointia ja irtiotto arjesta
- Hävik kruoka sosiaalisen vastuun kautta hyötykäyttöön tehokkaammin

Muista liittyä LinkedIn-ryhmään

Ryhmä kulkee Linkkarissa nimellä *Ruokamatkailun osaamisryhmä* + kansainvälisille vesille --> *Baltic Sea Region Food Tourism*



Ruokamatkailun osaamisryhmä

Private Listed



Mistä tietoa? Miten jatketaan?

Osaamisryhmän toiminnasta löytyy tietoa pääasiassa

- [Maaseutuverkosto.fi](https://maaseutuverkosto.fi)
- [Hungryforfinland.fi](https://hungryforfinland.fi)
- [LinkedIn](#)-ryhmä

Tähän mennessä Ruokamatkailun osaamisryhmän tapaamiset on järjestetty Rural Finland Tourism Hub -hankkeen toimeksiannosta.

Pidämme teidät ajan tasalla siitä, miten ja milloin tapaamiset tästä eteenpäin järjestetään!

Tilaa Rural Finland Tourism Hub -uutiskirje



[E-lomake - Ilmoittautuminen Rural Finland Tourism Hub- hankkeen uutiskirjeen tilaajaksi](#)

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

KIITOS! ❤️



Opri Laamanen

Opri.laamanen@haaga-helia.fi



Meri Pöyhönen

Meri.poyhonen@haaga-helia.fi

Esittelyt-Padlettiin 

