



RAPORTEJA 223

ETELÄ-SAVO – RUOKAMATKAILUN EDELLÄKÄVIJÄ

**Etelä-Savon ruokamatkailun tutkimus- ja
kehittämissuunnitelma**

HANNA-MAIJA VÄISÄNEN, MARJO SÄRKKÄ JA TAINA HARMOINEN

ETELÄ-SAVO – RUOKAMATKAILUN EDELLÄKÄVIJÄ

Etelä-Savon ruokamatkailun tutkimus- ja kehittämissuunnitelma

HANNA-MAIJA VÄISÄNEN JA MARJO SÄRKKÄ,
HELSINGIN YLIOPISTO RURALIA-INSTITUUTTI

TAINA HARMOINEN,
KAAKKOIS-SUOMEN AMMATTIKORKEAKOULU



Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020



Julkaisija Helsingin yliopisto
Ruralia-instituutti
www.helsinki.fi/fi/ruralia-instituutti

Sarja Raportteja 223

Kannen kuva Julia Kivelä / Visit Finland

ISBN 978-951-51-8652-2 (pdf)
ISSN 1796-0630 (pdf)

ESIPUHE

Ruokamatkailun kehittäminen Etelä-Savossa on ollut systemaattista jo vuosikymmeniä. Ruokamatkailun perusta on monipuolisissa ja laadukkaissa paikallisissa raaka-aineissa ja jalosteissa. Korkeatasoisen tuotannon laadun mittariksi ja esille tuojaksi on lanseerattu D.O.Saimaa -alkuperämerkki (Designation of Origin). Se tarkoittaa, että tuote tai raaka-aine on valmistettu Saimaan seudulla korkeita laatukriteerejä noudattaen.

Ensiluokkaisia ruokamatkailutuotteita on kehitelty upeita, puhtaassa luonnossa kasvaneita raaka-aineita hyödyntäen. Saimaa Gastronomy -viikonloput ja Paula Okkolan emännän piirakkapaja -tuotteet ovat saaneet myös kansallista tunnustusta Hungry for Finland -ruokamatkailukilpailussa.

Ruokamatkailun suosio on kasvanut maailmalla ja kehitystyötä tarvitaan entistä tietoisempien asiakkaiden palvelemiseksi. Kehittämistoimia tarvitaan myös Etelä-Savossa ja sen tueksi tulee tehdä ruokamatkailuun keskittyvää tutkimusta.

Etelä-Savon ruokamatkailun tavoite ”Etelä-Savo on ruokamatkailun edelläkävijä” linjattiin keväällä 2021 julkaistussa Etelä-Savon ruoka-alan kehittämissuunnitelmassa Vastuullinen, menestyvä ja muutosjoustava Etelä-Savon ruoka-ala 2021-2027. Kehittämissuunnitelman laadintaan osallistettiin laajasti ruoka-alan toimijoita.

Saimaa Food & Tourism -kehittämisalustan selvityshanke on laatinut tämän Etelä-Savon ruokamatkailun tutkimus- ja kehittämissuunnitelman. Tavoitteen asetannassa ja kehittämissuunnitelmassa lähtökohdaksi ovat olleet Suomen ruokamatkailustrategia 2020-2028, Saimaan seudun matkailustrategia ja Ruokamatkailun tuotesuosituksien. Etelä-Savon ohessa on osittain tarkasteltu laajemmin koko Saimaan seutua.

Etelä-Savon ruokamatkailun tutkimusta ja kehittämistä on lähestytty viidestä lähtökohdasta: elämysellisyys, asiakaslähtöisyys, kestävyys, paikallinen ruokakulttuuri ja kannattavuus. Esitetyt tutkimus- ja kehittämissuunnitelmat on ajateltu saatavan hyvään vauhtiin Suomen ruokamatkailustrategian toiminta-aikana vuoteen 2028 mennessä, jotta tavoite ”Etelä-Savo on ruokamatkailun edelläkävijä” saavutetaan.

Helsingin yliopiston Ruralia-instituutin, Etelä-Savon ammattiopisto Esedun, Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu Xamkin ja Mikkelin kehitysyhtiö Miksein yhteishanketta rahoittivat Etelä-Savon maakuntaliitto/Euroopan Aluekehitysrahaston (EAKR), Mikkelin seudun kunnat sekä hankkeen toteuttajaorganisaatiot omarahoituksella.

Tekijät

CONTENTS

TIIVISTELMÄ	7
ABSTRACT	8
1 RUOKAMATKAILUN NYKYTILA ETELÄ-SAVOSSA	9
1.1 Etelä-Savon ruokamatkailutarjonta	9
2 MITEN RUOKAMATKAILUN NYKYTILA ON SAAVUTETTU?	11
2.1 Ruokamatkailun edistäminen hanketoiminnan kautta	12
2.2 Ruokamatkailun tutkimus- ja kehittämistoimintaa tekevät tahot	13
3 LÄHTÖKOHDAT RUOKAMATKAILUUN ETELÄ-SAVOSSA JA SAIMAAN ALUEELLA	16
3.1 Monipuolinen, laadukas sekä kestävä raaka-aine- ja ruokatuotepohja	16
3.2 EU:n laatujärjestelmien hyödyntäminen - luomua ja alkuperämerkittyjä tuotteita ...	19
3.3 Saimaa on yksi Suomen matkailun kärkialueista.....	20
3.4 Ruokamatkailun haasteet Etelä-Savossa.....	21
4 RUOKAMATKAILUN TAVOITETILA JA MILLÄ TUTKIMUS- JA KEHITTÄMISTOIMILLA PÄÄSTÄÄN TAVOITETILAAN	23
4.1 Ruokamatkailun tavoitetilan määrittäminen (Etelä-Savossa, Saimaan alueella)	23
4.2 Millaisia ruokamatkailutuotteita tavoittelemme alueelle?	24
4.3 Tutkimus- ja kehittämistoimenpiteet	29
4.4 Seuranta	32
LÄHTEET	33
LIITE 1. Etelä-Savon ruokamatkailun tutkimus ja kehittäminen: tehdyt ja tulevat toimenpiteet	35

TIIVISTELMÄ

Etelä-Savon ruokamatkailun tutkimus- ja kehittämissuunnitelma esittää toimenpiteitä miten maakunta saavuttaa asetetun tavoitteen olla ruokamatkailun edelläkävijä ja miten alueella tarjottavat ruokamatkailutuotteet olisivat elämyksellisiä, asiakaslähtöisiä, kestävän kehityksen mukaisia, paikalliseen ruokakulttuuriin ja raaka-aineisiin pohjautuvia sekä kannattavia.

Tavoitteen asetannassa ja kehittämistoimissa lähtökohtana ovat olleet Suomen ruokamatkailustrategia 2020-2028, Saimaan seudun matkailustrategia ja Ruokamatkailun tuotesuosituksset. Etelä-Savon lisäksi on osittain tarkasteltu laajemmin koko Saimaan seutua. Ruokamatkailu on ollut osana Etelä-Savon ruoka-alan kehittämissohjelmaa, mutta tässä esiteltävä suunnitelma määrittelee tarkemmin tavoitteet sekä tutkimus- ja kehittämistoimet tavoitteiden saavuttamiseksi. Vastaavaa suunnitelmaa ei ole aikaisemmin laadittu Etelä-Savoon. Ruokamatkailun kehittäminen on ollut Etelä-Savossa systemaattista jo vuosikymmeniä ja sen vuoksi tulevien tutkimus- ja kehittämistoimien rinnalla tuodaan esille mitä on jo tehty alan kehittymisen eteen.

Etelä-Savon ruokamatkailun tutkimusta ja kehittämistä on lähestytty tavoiteltavien ruokamatkailutuotteiden näkökulmasta. Tasokkailla ja matkailun trendeihin, kuten elämyksellisyyden tavoitteluun sekä paikallisuuden kokemiseen, linjassa olevilla tuotteilla houkutellaan ruoasta kiinnostuneita matkailijoita. Alueen vahvuuksista rakentuvat tuotteet ovat kestäviä, paikallisesta kulttuurista kumpuavia ja siten aitoja. Sen vuoksi ruokamatkailulle valittiin seuraavat viisi lähtökohtaa: elämyksellisyys, asiakaslähtöisyys, kestävyys, paikallinen ruokakulttuuri ja kannattavuus. Alatavoitteina on, että Etelä-Savon ruokamatkailutuotteet tarjoavat asiakkaille kokonaisvaltaisen, ehkä yllätyksellisenkin, elämyksen osallistumisen ja tekemisen kautta. Tuotteet pohjautuvat Etelä-Savon ruokakulttuuriin ja paikallisiin raaka-aineisiin sekä ruokatuotteisiin. Lisäksi palvelut ja tuotteet ovat kestäviä ja yrityksille kannattavia.

ABSTRACT

SOUTH SAVO – PIONEER OF FOOD TOURISM: THE RESEARCH AND DEVELOPMENT PLAN FOR FOOD TOURISM IN SOUTH SAVOO

This research and development plan presents measures for how the province of South Savo will achieve its goal of being a pioneer in food tourism. It presents measures also for how the food tourism products offered in the region would be experiential, customer-oriented, in line with sustainable development, based on local food culture and raw materials, and profitable.

The starting points for goal setting and development activities have been the Food Tourism Strategy of Finland 2020–2028, the Tourism Strategy of Saimaa Region, and Visit Finland’s Food Tourism Product Recommendations. This plan has taken into account the entire Saimaa region in addition to South Savo. Food tourism has been part of the South Savo Food Development Programme. This now completed plan, however, defines the goals and research and development activities in more detail to make them achievable. No such plan has been made in South Savo before. The development of food tourism has been systematic in South Savo for decades. Consequently, this plan highlights alongside future research and development activities, what has already been done to advance the industry.

The research and development of food tourism in South Savo have been approached from the perspective of targeted food tourism products. Tourists interested in food are attracted by products that are upscale and in line with tourism trends, such as the pursuit of peak experiences and the sense of locality. The products built on the strengths of the region are sustainable and, because they stem from local culture, authentic. Therefore, the following five starting points were chosen for food tourism development: experientiality, customer orientation, sustainability, local food culture and profitability. The secondary goals are that South Savo’s food tourism products offer customers a holistic experience through participation. The products are based on the food culture of South Savo and local raw materials and food products. In addition, the services and products are sustainable and profitable for companies.

1 RUOKAMATKAILUN NYKYTILA ETELÄ-SAVOSSA

Ruokamatkailu määritellään Maailman matkailujärjestön (UNWTO) (2019) mukaan turismin yhdeksi muodoksi, jossa matkailijan elämys linkittyy ruokaan ja siihen liittyviin tuotteisiin ja aktiviteetteihin. Suomen ruokamatkailustrategiassa ruokamatkailu puolestaan määritellään seuraavasti: “Ruokamatkailutarjonta on matkailijoiden kohtaama paikallisuuteen ja tarinoihin perustuva maukas ravintolaruokailu, kotiruokailu, katuruoka, suomalaisen ruoan tekeminen ohjatusti, luonnonantimiin ja keräilyyn liittyvät ruokamatkailutuotteet, luonnossa ja kulttuuriympäristössä tapahtuva ruokailu, erilaiset ruokamatkailuun liittyvät reitit ja tapahtumat, torit, kauppahallit, erikoismyymälät kuten juustolat, viinitilat, tislaamot sekä pienpanimot ja niiden ympärille rakennettu ohjelma. Ruokamatkailuun liittyvät tarinat, paikallisuus ja puhtaus. Parhaimmillaan ruokamatkailutuote on osallistamista ja tekemistä, josta matkailija oppii jotain uutta ja tekee matkailutuotteen elämykselliseksi.” (Havas ym. 2020)

1.1 ETELÄ-SAVON RUOKAMATKAILUTARJONTA

Etelä-Savossa on tehty ansiokasta työtä ruokamatkailun edistämisessä, mutta tekemistä ja kehitettävää on edelleen, muun muassa ostettavia ruokamatkailutuotteita on vielä varsin vähän. Paula Okkolan Emännän piirakkapaja, joka palkittiin kunniamaininnalla Hungry for Finland – valtakunnallisessa ruokamatkailukilpailussa vuonna 2019, on harvoja tuotteistettuja ruokaperinteeseen pohjautuvia ruokakursseja. Emännän piirakkapaja -tuotteessa asiakkaan osallistaminen on keskeisessä roolissa ja elämys ulottuu oppimisen tasolle.

Saimaa Gastronomy -verkoston: Sahanlahti Resortin, Teahouse of Wehmaisn, Hotelli Punkaharjun ja Tertin kartanon voittoisa Ruokaviikonloput perustuu sesongin mukaiseen ruokatarjontaan. Yrityksillä on myös muita ruokamatkailutuotteita. Sahanlahti Resortin tuotteistamisessa Kyökin kautta -illoissa Sahanlahti juhlistaa lähellä tuotettua ruokaa vaihtuvien teemojen merkeissä. Herkullisten ruokien lisukkeena on illan teemaan liittyviä tarinoita rennossa tunnelmassa. Juvalla sijaitsevalla Teahouse of Wehmaisilla on tarjolla asiakkaan osallistumisen mahdollistavia elämystuotteita, kuten teen maistelua ja opastusta erilaisten teelajikkeiden ja ruokien yhdistämisessä. Teen maistelu -tuotteesta on myös virtuaalisovellus. Hotelli Punkaharjulla on luontoon suuntautuvia palveluita, joissa opastetaan mm. villiyrttien tunnistamiseen ja käyttöön. Sieniviikonloppuna on tarjolla myös sienistä ammattilaisten valmistama useamman ruokalajin illallinen.

Etelä-Savon ruokakulttuurin ja maakunnan hyvän ruoan esille tuonnissa Tertin kartano Mikkelissä on ollut yksi uranuurtaja. Kartano avasi ovensa yleisölle reilu 40 vuotta sitten ja on systemaattisesti kehittänyt ruokapalveluja ja kartanon omia ruokajalosteita. Tertti käyttää ruokatarjonnassaan ja -tuotteissaan oman puutarhan ja metsän antimia. Kartanon metsät on luomusertifioitu. Tertin kartanon tarjonnasta nousee esille ruokamatkailullisesti Päämajakaupungin tarina-ateria, joka vie asiakkaat jatkosodan 3.2.1943

tilanteeseen. Tarina-ateria liittyy vahvasti Sodan ja rauhan keskus Muistiin. Terti on tuotteistanut myös omalla tuotemerkillä varsin kattavan valikoiman elintarvikejalosteita ruokaviemisiksi, joista tunnetuin lienee Iivarin savumuikut.

Etelä-Savossa on useita paikkoja, joissa yhdistyy miljöö ja ruoka onnistuneesti. Yksi tällainen paikka on Järvisydän Rantasalmella. Järvisydän tarjoaa savolaisen makumaailman ruokia Saimaan alueen raaka-aineista persoonallisessa miljöössä Saimaan rannalla.

Etelä-Savon viinitilat ja pienpanimot järjestävät maistelutilaisuuksia. Esimerkiksi Waahto Brewery Savonlinnassa ja Nilkko Brewing Mäntyharjulla tarjoavat panimokieroksia ja maistelutilaisuuksia. Ollinmäen viinitilalla Mikkelissä on saatavissa viininmaistelu.

Määrällisesti tarkasteltuna Etelä-Savossa toimii lähes 350 yksityisen sektorin ammattikeittäjiä. (Tilastokeskus 2021) Ruokamatkailun kannalta näistä tärkeässä asemassa ovat ravintolat (141 kpl), kahvilat (37 kpl), huoltoaseman yhteydessä toimivat kahvilat ja ravintolat (34 kpl) sekä hotellien ja muiden majoitusliikkeiden yhteydessä toimivat ateriapalvelut (24 kpl). (Tilastotietoja Etelä-Savon ruokasektorista 2020) Ruokamatkailun kehittämisen kannalta on tärkeää ulottaa alueellisen ruokakulttuurin ja ruokatotteiden esilletuonti näihin kaikkiin toimipaikkoihin, jotta matkailija saa Etelä-Savossa kokonaisvaltaisen kuvan alueen ruokatarjonnasta.



Kuva D.O. Salmia

2 MITEN RUOKAMATKAILUN NYKYTILA ON SAAVUTETTU?

Ruokamatkailun perustana ovat laadukkaat paikalliset raaka-aineet, paikallinen hyvä ruoka ja paikallinen ruokakulttuuri. Keskustelu eteläsavolaisesta ruokakulttuurista heräteltiin 1980-luvulla Jaakko Kolmosen pitäjäruokaprojektissa. Tuon projektin myötä Etelä-Savon jokaiselle kunnalle määriteltiin pitäjäruoka. Rantakala, tirripaisti ja ruisleipä ovat esimerkkejä ruokakulttuurissa edelleen näkyvistä ruuista, mutta monet ovat varsin vähän esillä, kuten potlohko, paahtosuola, sikakaali ja limppisoppa. Ruokakulttuuri ei ole kuitenkaan sama asia kuin perinneruoat. Ruokakulttuuri on dynaaminen käsite, joka muuttuu ajassa ja on siten hyvin sovellettavissa myös matkailukontekstiin. Tästä hyvänä esimerkkinä on Okkolan emännän Paulan piirakkapaja Puumalassa.

Laadukkaat elintarvikkeet ja jatkojalosteet ovat kiinteä osa ruokamatkailua. Jatkojalostusastetta on nostettu Etelä-Savossa 1990-luvulta lähtien. Asiakasymmärryksen, erityisesti matkailijan, huomioiminen suuntasi kehittämisen 2000-luvulla huoneenlämmössä säilyviin tuotteisiin. Tuolloin yrityksille kehitettyjä tuotteita, kuten hanhipasteja, sienipikkelsi ja marjamakeiset, on edelleen myynnissä.

Etelä-Savossa raaka-ainepohja ja alkutuotanto ovat varsin monipuolisia ulottuen perustuotannosta erikoiskasvinviljelyyn ja -lihantuotantoon. Alkutuotannossa on toteutettu useita hankkeita kolmen vuosikymmenen aikana mm. avomaavihannes- ja marjanviljelyssä sadon laadun ja tuotantovarmuuden parantamiseksi sekä erikoistuotannon kehittämiseksi (mm. tryffelien kasvatusta, avomaayrttituotanto ja mehiläistarhaus).

Hyvänä pohjana ruokamatkailun kehittämistyölle oli alueen yritysten aiempi 1980-luvulle ulottuva ruoan ja matkailun yhdistämiseksi tekemä työ. Hankkeiden osalta varsinainen ruokamatkailun kehittäminen osaksi matkailupalveluja aloitettiin 2010-luvulla. Tässä vaiheessa kehittämishankkeiden rahoitusinstrumentitkin taipuivat rahoittamaan samassa hankkeessa ruokaa sekä matkailua. Hankkeissa on viestitty ruokamatkailun mahdollisuuksista, ideoitu uusia ruokamatkailutuotteita, selvitetty paikallisen ruoan kiinnostavuutta kansainvälisten matkailijoiden näkökulmasta, kehitetty kalastusmatkailussa ruokatuotteita eväiksi ja kalasaaliista valmistettaviksi tuotteiksi sekä mietitty luomutuotteiden hyödyntämistä matkailussa.

Yritysrhythmissä hankkeissa on synnytetty mm. Saimaa Gastronomy -verkosto, jonka ruokaviikonloput voitti Hungry for Finland – valtakunnallisen ruokamatkailukilpailun vuonna 2019. Eteläsavolaisten yritysten ruokatuotteita on markkinoitu myös kansainvälisillä messuilla kuten Grune Woche -messuilla.

Systemaattinen jatkojalosteiden laadullinen kehittäminen on toiminut hyvänä lähtökohdana vuonna 2016 lanseeratulle, Etelä-Savon maakuntaliiton hallinnoimalle D.O.Saimaa -alkuperämerkille (Designation of Origin). Kyseinen merkki on saanut esimerkin kohdassa 3.2 kuvatussa terroir-ajattelusta ja merkin keskeisiin kriteereihin kuuluu, että tuote tai raaka-aine on valmistettu Saimaan seudulla



korkeita laatukriteerejä noudattaen. Painoarvoa on myös eri kestävyystekijöillä (ekologinen, taloudellinen, sosiaalinen ja kulttuurinen kestävyys).

Viimeisen kymmenen vuoden aikana on ruokatuotteiden erilaistamisessa ja lisäarvoistamisessa hyödynnetty erilaisia kansainvälisiä laatujärjestelmiä. Maantieteellistä alkuperää oleville tuotteille on olemassa omia kansainvälisiä laatujärjestelmiä, joihin OECD-maissa kuuluu n. 10 000 tuotetta. Euroopan Unionilla on oma laatujärjestelmänsä ((EU) No. 1151/2012), nimisuojaajärjestelmä, ja siihen kuuluu tällä hetkellä n. 3 500 tuotetta. Suomi jäsenvaltiona on oikeutettu hakemaan suoraan tuotteitaan tähän laatujärjestelmään. Etelä-Savosta järjestelmään kuuluu luonnonkala Puruveden muikku. Tätä tutkimus- ja kehittämissuunnitelmaa kirjoitettaessa EU-tason käsittelyssä on Suomenjoen mansikka -hakemus. Parhaimmillaan tuotteet voivat olla kestävien ruokajärjestelmien ajureita alueillaan, koska tuotteet perustuvat yleensä juuri kyseiselle maantieteelliselle alueelle sopeutuneisiin eläin- ja kasvilajeihin sekä tuotantotapoihin. Lisäksi järjestelmään kuuluvan tuotteen kautta voidaan tehdä siihen liittyvää aluetta tunnetuksi.

2.1 RUOKAMATKAILUN EDISTÄMINEN HANKETOIMINNAN KAUTTA

Ruokamatkailuun liittyviä hankkeita voidaan katsoa olevan ruokaan ja matkailuun laajasti linkittyvät hankkeet. Puhtaasti pelkästään ruokamatkailuun liittyviä hankkeita on ollut vain muutamia. Koska ruokamatkailulle perustan luovat runsas ja laadukas raaka-ainepohja, monipuolinen paikallinen jalostus ja tasokas ammattikeittiö- ja matkailusektori, tarkastellaan tässä hankekatsauksessa toteutettuja hankkeita useasta aihepiiristä käsin.

Viime vuosina **alkutuotannon** kehittämis- ja tutkimustoimenpiteet ovat painottuneet kasvis- ja lihantuotannon kilpailukyvyyn ja kannattavuuden parantamiseen, tuotantovolyymien ja laadun ylläpitämiseen (erityisesti luomussa), ympäristöystävällisiin viljely- ja tuotantotapoihin, luomumetsäsertifoinnin edistämiseen ja tryffeliviljelyn kehittämiseen.

Ruokaan laajasti liittyvät hankkeet ovat pääasiallisesti keskittyneet ruoka-alan lisäarvon luomiseen ja liiketoimintamahdollisuuksien parantamiseen. Keskiossa ovat olleet järvikala (mm. saatavuus, laadunhallinta), luomu (mm. jatkojalostuksen nostaminen, viestintä), ruokapalvelujen ja elintarviketuotteiden kehittäminen asiakasryhmittäin, uudet proteiiniähteet ja ruokatuotteet (mm. pakuri, tryffeli), ruokahävikin vähentäminen ja EU-laatujärjestelmien hyödyntäminen (mm. nimisuojaus).

Ruokakulttuuri on oleellinen osa ruokamatkailua. Viime vuosina on panostettu pääasiassa kahteen aihealueeseen: alueen ruokaidentiteettiin ja Saimaan alueen gastronomian esiintuomiseen sekä ruokaketjun kestävyYTEEN.

Matkailuun liittyvät hankkeet ovat keskittyneet Saimaan brändäämiseen ja vetoimaisuuden lisäämiseen niin kotimaisilla kuin kansainvälisillä markkinoilla, maaseutualueilla sijaitsevien matkailuyrityksien palvelutarjonnan kehittämiseen sekä luomun ja matkailun yhdistämiseen.

Varsinaisesti **ruokamatkailua** kehittäneissä hankkeissa on tehty ruokamatkailun yleistä kehittämistä, joka on ollut ruokamatkailutuotteiden ja -reittien kehittämistä (mm. on kehitetty kalastusmatkailun ruokatuotteita sekä ruokapalveluyrittäjien järvikalatarjoilua) sekä innostettu yrittäjiä ruokamatkailun kehittämiseen. Lisäksi on etsitty

markkinointi- ja myyntikanavia mm. ruokamatkailijoille kohderyhmänä ja tehty yleisesti markkinointia, jonka tavoitteena on ollut maakunnan kiinnostavuuden lisääminen ruokamatkailukohteena. Saimaan alueen ruokakulttuurin ja gastronomian edistämistä on tehty muun muassa D.O.Saimaa -tuotteiden lisäämisellä ja tunnetuksi tekemisellä.

2.2 RUOKAMATKAILUN TUTKIMUS- JA KEHITTÄMISTOIMINTAA TEKEVÄT TAHOT

Ruokamatkailu tarvitsee tuekseen mm. alkutuotantoa, ruokapalveluja ja matkailua, joten näiden kaikkien kehittämisellä on vaikutusta alan kehittymiseen. Etelä-Savossa on useita tahoja, jotka edistävät tutkimus- tai kehittämistoiminnan avulla ruokamatkailua. Tässä tarkemmin esiteltujen lisäksi muun muassa Ammattiopisto Samiedu, Luomuinstituutti, Luonnonvarakeskus, Savonlinnan hankekehitys Oy ja Savonlinnan Seudun Matkailu Oy edistävät ruokaan ja matkailuun liittyviä teemoja.

Etelä-Savon Koulutus Oy, Esedu on alueen monialainen ammatillisen koulutuksen toimija. Se tarjoaa ammatillisia perustutkintoja (33 eri tutkintoa), ammattitutkintoja (24) ja erikoisammattitutkintoja (12). Toimintaa on kahdella paikkakunnalla: Mikkeliissä ja Pieksämäellä. Matkailu- ja ruoka-alaa tukeva koulutustarjonta (Matkailu-, Ravintola- ja catering-, elintarvike ja liiketalouden perus-, ammatti- ja erikoisammattitutkinnot) edistää alueen osaamisen kehittämistä niin opiskelijoiden kuin työelämän osalta. Kasvu Esedu tarjoaa alan toimijoille erilaisia mahdollisuuksia henkilöstön ja yrityksen kehittämiseen mm. yrityksen tarpeisiin räätälöidyillä koulutuksilla.

Esedu tunnetaan ketteränä kehittäjäorganisaationa, jolla on laaja ja monipuolinen hanketoiminta. Hankkeita v. 2021 yli 30 ja hankesalkun arvo n. 7 milj. euroa. Hankkeilla edistetään niin oman koulutustehtävän edellytyksiä onnistua kuin maakunnan yritysten osaamista, kilpailukykyä ja ammattitaitoisen työvoiman saatavuutta. Yksi Esedun strategian painopistealueista on matkailu ja puhdas ruoka. Esedu on mukana matkailun ja ruoka-alan kehittämisessä erilaisten hankkeiden kautta. Kehittämishankkeissa on mukana alan opettajia. Alueen toimijoilla on mahdollisuus kehittää toimintaansa Esedun erilaisissa oppimisympäristöissä ja tuotekehitystiloiissa. Esimerkiksi uudessa Leevi-tuotekehitystilassa on mahdollista kehittää raaka-aineista ja luonnon tuotteista jatkojalosteita ja tuotteita erilaisia kuivureita, laitteita ja pakkauskoneita hyödyntäen.

Helsingin yliopiston Ruralia-instituutissa on erikoisosaamista mm. kestävästä ruokajärjestelmästä, EU-nimisuojuustuotteista, kestävydestä matkailutuotteissa, matkailun vetovoimatekijöistä ja matkailun eri maiden matkailijoiden käsityksistä paikallisista elintarvikkeista. Ruralia-instituutti on toteuttanut useita elintarvikejalostukseen, luonnontuotteiden hyödyntämiseen, laatuajattelun ja eri tavoin matkailuun liittyviä hankkeita, jotka suoraan tai välillisesti ovat edistäneet ruokamatkailua.

Ruralia-instituutin toimintatapa on tutkimuksen ja kehittämisen yhdistäminen. Käytännössä tämä tarkoittaa, että yhdistetään ratkaisukeskeisesti yliopistollista tutkimustietoa, asiantuntijuutta ja käytännön kokemuseräistä tietoa yhteistyössä kumppaneiden kanssa. Monitieteisen ja monimenetelmäisen tutkimuksen avulla saatu tieto viedään kehittämiseen ja kehittämistyössä havaitut tutkimusteemat nostetaan tutkittavaksi. Tutkimustietoa soveltavana asiantuntijakumppanina instituutti hyödyntää koko Helsingin yliopiston osaamista. Instituutti tekee laajaa kansainvälistä, valtakunnallista ja alueellista yhteistyötä n. 50 asiantuntijan voimin Mikkelin ja Seinäjoen yliopistokes-

kuksissa. Ruralia-instituutti tarkastelee ilmiöitä erityistehtävän mukaisesti maaseudun näkökulmasta.

Kaakkois-Suomen Ammattikorkeakoulu Oy (Xamk) on vahva TKI (tutkimus-, kehitys- ja innovaatio) -toimija ja tällä hetkellä ulkopuolisen rahoituksen määrällä mitattuna Suomen suurin TKI-ammattikorkeakoulu. TKI-hankkeita oli vuonna 2021 käynnissä lähes 300 ja ne työllistivät noin 320 TKI-asiantuntijaa. TKI-toiminnan tavoitteena on edistää alueen kestävää hyvinvointia, yritystoimintaa, osaamista ja kilpailukykyä sekä parantaa alueen uudistumisen ja kasvun sekä yrittäjyyden edellytyksiä.

Vastuulliset ruokapalvelut on Xamkin ruoka-alan TKI-toiminnan kärki, jonka kehittämisteemoja ovat ruokapalveluprosessien, hyvän syömisen ja ravitsemuksen kehittäminen, elinkeinokalatalouden edistäminen ja alueellisen ruokajärjestelmän vahvistaminen. Vastuullisuus on avainasemassa matkailun kehittämisessä. Se tuo näkyväksi matkailun ekologiset, sosiaaliset, kulttuuriset ja taloudelliset vaikutukset kohdealueille ja matkailun liiketoiminnalle.

Ruokamatkailu kiinnittyy luontevasti kaikkiin ruoka- ja matkailun alan kehittämisteemoihin. Xamkin laaja-alainen koulutustarjonta ja kehittämistoiminta mahdollistavat ruokamatkailun kehittämisessä eri alojen asiantuntijoiden osaamisen hyödyntämisen. Ruokamatkailun kehittämisessä yhdistyvät erityisesti Xamkin ruokaan, matkailuun, palvelumuotoiluun ja digitaalisuuteen liittyvä osaaminen. Xamkin palvelumuotoilu Fuel Lab toimii asiakaslähtöisten palveluiden, Data Lab digitaalisten ratkaisujen ja Resto Lab palveluliiketoiminnan kehittämisen apuna.

Mikkelin kehitysyritys Miksei Oy on Mikkelin kaupungin pääosin omistama kehitysyritys, jonka tehtävänä on tuottaa Mikkelin kaupungin yritys- ja matkailupalvelut.

Matkailun hankesalkku oli vuosina 2021-2022 5 milj € ja matkailuhankkeita oli käynnissä 6 kpl; ruokamatkailun kehittäminen, kansainvälinen markkinointi, vapaa-ajan asuminen, luontomatkailu ja Saimaan saavutettavuus. Saimaan ruokamatkailun eteen on tehty pitkäjänteistä työtä jo toistakymmentä vuotta useamman hankkeen kautta. Kehittämistyö on tehty alusta asti yritys- ja asiakaslähtöisesti ja markkinoinnissa on painotettu asiakaslähtöisyyttä. Ruokamatkailun kehittäminen ja kansainvälinen sekä valtakunnallinen markkinointi näkyvät molemmat Saimaan ruokamatkailun vetovoiman ja tunnettuuden lisääntymisessä ja sitä kautta alueen matkailutulon kasvussa ja uusissa investoinneissa. D.O. Saimaa alkuperämerkistä on tullut vahva osa alueemme ruokamatkailua; puhtaat ja tasokkaat raaka-aineet antavat selkeää lisäarvoa alueen matkailuyrityksille. Visit Finland on nostanut Saimaan alueen Suomen kärkialueeksi ruokamatkailussa Saimaa Gastronomy -verkosto esimerkkinä.

ProAgria Etelä-Savo ry tarjoaa osaamista, ratkaisuja ja kumppanuutta maatalouden ja muun yritystoiminnan kilpailukykyyn, kannattavuuden ja toimintaedellytysten kehittämiseen. Ydinosaaminen on maatilojen ja maaseutuyritysten tuotantoon, talouteen ja johtamiseen liittyvät kysymykset. Yhdistys on vahvasti mukana koko elintarvikeketjun kehittämisessä sekä vastuullisen ruokaketjun rakentamisessa.

ProAgria Etelä-Savon asiantuntijapalvelut kohdentuvat mm. kotieläintiloille (maito-, lihanauta- ja lammastilat), kasvintuotantotiloille (erikoistuneet kasvinviljely-, avomaan puutarha- ja kotieläintilojen peltoviljelytilat), luomutiloille (kotieläin-, kasvinviljely- sekä puutarhatilat) sekä maaseutuyrityksiin.

Osana ProAgria Etelä-Savo on Etelä-Savon maa- ja kotitalousnaisten toiminta, joka kattaa asiantuntijuutta mm. ruoan ja ravitsemuksen, yrityspalvelujen sekä maisema- ja ympäristöosaamisen osa-alueilla. Yhtenä tavoitteen on edistää eteläsavolaisten elintarvike-, ruokapalvelu- ja matkailuyritysten liiketoiminnan kehittymistä ja yritysten välisen yhteistyön vahvistumista.

ProAgria Etelä-Savo ry ja Etelä-Savon maa- ja kotitalousnaiset ovat aktiivisesti mukana alkutuotannon ja maaseutuyritysten kehittämishankkeissa (mukaan lukien yrityskohtaiset kehittämistoimenpiteet) Etelä-Savon alueella. Ruoka- ja matkailupalveluiden painopisteinä ovat tuotekehitys, tuotteistaminen sekä yrityksiä liiketoiminnan sparraaminen, rahoitus- ja taloussuunnittelu. Maa- ja kotitalousnaiset ovat toteuttamassa yhteistyössä eri sidosryhmien kanssa myös useita valtakunnallisia matkailun ja ruokapalveluiden kehittämishankkeita, kampanjoita ja tapahtumia.

3 LÄHTÖKOHDAT RUOKA- MATKAILUUN ETELÄ-SAVOSSA JA SAIMAAN ALUEELLA

Matkailussa ovat nousemassa trendit, joissa korostuvat pehmeät arvot ja hyvinvointi, vastuullisuus ja turvallisuus sekä digitaalisuus ja teknologia. Pehmeisiin arvoihin liittyy käsitys luksuksen uudesta määrittelystä: siihen kuuluvat elämysten tavoittelu, merkityksien tärkeys ja hyvinvointi. Matkailijat tavoittelevat elämyksiä, jotka sopivat heidän mieltymyksiin ja elämäntyyliin. Ylellisyyteen sisältyy myös ajatus merkityksellisestä matkailusta. Matkailijat hakevat mukaansatempaavia, persoonallisia kokemuksia, jotka rikastavat matkailijan elämää ja vastaavat itsensä toteuttamisen ja oppimisen tarpeisiin. Ruumiin ja mielen hyvinvointia haetaan niin luonnosta kuin ruoasta. Luksuskokemukset liittyvät edelleen myös aineellisiin asioihin: matkailutuotteiden ja -palvelujen tulee olla aineellisesti ja kokemuksellisesti johdonmukaisia ja yhtenäisiä. (Business Finland, 2020)

Matkailuala ja matkailijat ovat entistä tietoisempia matkailun vaikutuksista ympäristöön sekä yhteiskuntaan. Kestävyys on nyt ja jatkossakin keskeinen periaate matkailussa. (Business Finland, 2020)

Digitalisaatiota hyödynnetään yhä enemmän matkailupalveluiden automatisoinnissa, kuten tiedon saannin ja ostamisen helpouden lisäämisessä. Lisäksi se on avuksi uuden tyyppisten matkailutuotteiden luomisessa, jossa sekoitetaan todellisuutta ja virtuaalista todellisuutta. (Business Finland, 2020)

3.1 MONIPUOLINEN, LAADUKAS SEKÄ KESTÄVÄ RAAKA-AINE- JA RUOKATUOTEPOHJA

Etelä-Savo on monipuolinen ruoka-aitta. Ruoka on yksi Etelä-Savon maakuntastrategioiden kärjistä, sillä ruoka-ala on merkittävä Etelä-Savossa. Vuonna 2020 ruoka-alalla oli 2 282 toimipaikkaa, joka on 19 prosenttia Etelä-Savon kaikista toimipaikoista. Ruoka-alan liikevaihto on kasvanut viime vuosina, vaikka toimipaikkojen määrä on vähentynyt erityisesti alkutuotannossa. (Tilastotietoja Etelä-Savon ruokasektorista, 2022)

Etelä-Savon ruoka-alan kehittyminen noudattelee pääsääntöisesti kansallisia trendejä. Eteläsavolaiset maatilat ja elintarvikealan yritykset ovat pieniä verrattuna etelä- ja länsisuomalaisiin. Pienempi tilakoko näkyy voimakkaana erikoiskasvitutannon kehittämisenä. Perinteisten maidon- ja lihantuotannon ohessa on toki myös viljanviljelyä, joissa huomionarvoista on tattarin varsin suuret satomäärät koko Suomen satomääristä. (Harmoinen ym., 2021, Tilastotietoja Etelä-Savon ruokasektorista, 2022)

Etelä-Savossa on laajaa avomaavihannestuotantoa ja erityisesti kaalien viljelyä. Suomen satomääristä kiinankaalia tuotetaan Etelä-Savossa yli 50 %, parsakaaleista 20 %, kukkakaalista 15 % ja huomattavia määriä myös purjoa. Maakunnan pellot soveltuvat hyvin myös avomaan marjanviljelyyn. Tärkeimmät marjat ovat punaherukka ja pensasmustikka, joiden satomäärät Etelä-Savosta ovat jopa lähes 20 % koko Suomen satomää-



ristä. Myös musta- ja valkoherukkaa sekä vadelmaa viljellään paljon. (Tilastotietoja Etelä-Savon ruokasektorista, 2022)

Etelä-Savon pinta-alasta neljännes on vettä ja maa-alasta peräti 85 prosenttia metsää. Maakunnan metsä- ja vesirikas luonto tarjoaakin erinomaiset mahdollisuudet ruokatuotteiden raaka-aineiksi ja ruokamatkailun sisällöksi. Itä-Suomen alue on merkittävää luonnonmarjojen ja –sienten keruualuetta niin kauppaantulomäärissä kuin poimijatuloissa mitattuna. Sisävesikalastuksessa kärkituotteena on muikku, jonka saalismäärät (0,9 milj. kg vuonna 2021) ovat 45 % koko Suomen saalismääristä. Myös lahna ja särki ovat merkittävät saaliskalat. (Tilastotietoja Etelä-Savon ruokasektorista, 2022) Merkittävän sisävesikalastuksen myötä kala- ja äyriäistuotteita valmistetaan yhdeksässä yrityksessä. Kalastuksen arvoketjun kehittämisessä on tehty viime vuosina paljon kehittämistyötä ja kalatuotteita kehitetty niin kuluttaja- kuin suurkeittiömarkkinoille.

Elintarvikkeita ja juomia valmistetaan 70 toimipaikassa Etelä-Savossa. Näistä kolmasosa on leipomo- ja viljatuotteita jalostavia yrityksiä. (Tilastotietoja Etelä-Savon ruokasektorista, 2022) Monet ovat paikallisia pieniä yrityksiä, mutta joukossa on merkittäviä erikoistuotteisiin keskittyneitä toimijoita, kuten gluteenittomia viljatuotteita valmistavat Virtasalmen Viljatuote Oy ja Moilas Oy. (Harmoinen ym. 2021)

Lihanjalostusta harjoittaa yhdeksän eteläsavolaista yritystä, joista monet ovat piehnehojia erikoistuotteiden valmistajia. Maakunnassa sijaitsee Suomen suurin hanhitila, Hauhalan Hanhifarmi, joka on lihatuotteiden oheen kehittänyt laajan valikoiman hanhijalosteita. Hyvätuuli Highland on erikoistunut ylämaakarjaan. Lammastuotantoa on myös monella tilalla, joista suurin osa valmistaa omia jalosteita. (Harmoinen ym. 2021)

Elintarvikkeiden valmistuksessa merkittävä liikevaihdon lisäys on ollut juomien valmistuksessa. Vuonna 2020 juomien valmistuksen liikevaihto oli 6,4 miljoonaa euroa, kun taas vuonna 2016 se oli alle 3,4 miljoonaa euroa. Tämä selittyy juomien valmistajien määrän kasvulla. Etelä-Savoon on esimerkiksi perustettu uusia pienpanimoita. Juomia valmistetaan 14 yrityksessä. (Tilastotietoja Etelä-Savon ruokasektorista, 2022) Juomien valmistajat ovat saaneet monia kansallisia ja kansainvälisiä palkintoja. Ollinmäen viinitilan ja Temolan Viinitilan viinejä on valittu Suomen parhaiksi tilaviineiksi. Saimaa Brewing Companyn ja Waahto Breweryn oluita ja siidereitä on valittu Suomen parhaiksi. Olaf Brewing -panimon Northern Comfort valittiin maailman parhaaksi imperial stoutiksi World Beer Awardsissa vuonna 2020. Saimaa Brewing Companyn luomuolut 'Yövesi Dark Lager' sai pronssisijan World Beer Awardsissa vuonna 2019. Vavesaaren tilan raparperimehutiiviste palkittiin Pariisissa vuonna 2018 Snacking d'Or -kilpailun juomasarjan parhaana. (Harmoinen ym., 2021)

Elintarvikkeiden jalostajissa on Etelä-Savossa monia varsin pieniä korkeatasoisia artesaaniruokatuottajia, joiden tuotteet ovat saavuttaneet menestystä muun muassa Artesaaniruoan SM-kisoissa. Juvan hapankaali voitti vuonna 2019 hapatetut vihannekset -sarjan ja Kappelin Juustola -yrityksen valmistama Ilmeikäs Illusia -sinihomejuusto voitti oman sarjansa vuonna 2018 Artesaaniruoan SM-kisoissa. (Harmoinen ym., 2021)

3.2 EU:N LAATUJÄRJESTELMIEN HYÖDYNTÄMINEN – LUOMUA JA ALKUPERÄMERKITTYJÄ TUOTTEITA

Etelä-Savo on luomun kehittämisen ja -viljelyn pioneerialuetta. Luomun kehittämis- ja tutkimustoimintaa on tehty 1980-luvulta lähtien ja vuonna 2013 perustetun Luomuinstituutin koordinaatioyksikkö sijaitsee Mikkelissä. Etelä-Savo on erityisesti luomupuutarhatuotannon edelläkävijä. Suomen luomukaalien ja -sipuleiden viljelyalasta puolet on Etelä-Savossa. Myös luomurypsin ja -mansikan viljelyalat ovat merkittävät. (Ekoneum, 2020a)

Luomutuotteiden jalostus painottuu alhaisen jalostusasteen valmistukseen kuten juuresten kuorimiseen ja pakkaamiseen, hiutaleiden ja muiden viljatuotteiden valmistukseen ja marjojen jäädyttämiseen. Vuonna 2019 korkeamman jalostusasteen luomuelintarvikkeita tuotti 13 yritystä. Tuotteina mm. valmisruoat, hillot, hyytelöt, myslit ja lihasäilykkeet. Tuotteet ovat korkealaatuisia, esimerkiksi SunSpelt Oy:n spelttimurot valittiin Vuoden luomutuotteeksi vuonna 2018 ja spelttikuitulisät vuonna 2016. (Ekoneum, 2020a)

Saimaan alueella ja Etelä-Savossa on ymmärretty alkuperän merkitys lisäarvotekijänä. Korkeatasoisen tuotannon laadun mittariksi ja esille tuojaksi lanseerattiin vuonna 2016 D.O.Saimaa -alkuperämerkki (Designation of Origin). Kyseinen merkki on saanut esimerkin terroir-ajattelusta ja merkin keskeisiin kriteereihin kuuluu, että tuote tai raaka-aine on valmistettu Saimaan seudulla korkeita laatuksiteerejä noudattaen.

“Terroir” -käsitteen avulla on kuvattu paikallisuuden ja paikallisten ilmasto- ja maaperäolosuhteiden vaikutusta tuotteen laatuominaisuuksiin. Terroir-ajattelu on alun perin liittynyt vahvasti viininviljelyyn ja eri alueiden viineille antamiin ominaispiirteisiin



sekä tietotaitoon, joilla on myös vahva lisäarvo itse tuotteelle. Tästä hyvänä esimerkkinä on muun muassa Champagne-kuohuviini Ranskassa. Laatuominaisuuksia kuvataan tyyppillisesti aistinvaraisen laadun analyyseillä kuten hajua, makua ja rakennetta tutkimalla. Terroir-ajatteluun kuuluu laajentaa laadun käsitettä maaperästä, ilmastosta sekä immateriaalisista asioista johtuviin tekijöihin aistivaraisten ominaisuuksien lisäksi.

Terroir-ajattelua on alettu liittää yhä vahvemmin myös muihin maataloustuotteisiin kuin viineihin ja alueen erityispiirteille haetaan varmenteita myös analytiikan keinoin. Onkin havaittu, että maantieteellisellä sijainnilla on merkitystä erityisesti kasvituotteiden bioaktiivisiin yhdisteisiin ja sekundääristen metaboliittien määriin. Analytiikan keinoin voidaan myös todentaa tarvittaessa tuotteen maantieteellistä alkuperää, millä on merkitystä muun muassa ruokaväyrennösten ja luomutuotteiden aitouden selvittämisessä (Lucini ym., 2020).

EU:lla on oma maantieteelliseen alkuperään perustuva laatujärjestelmä (Nimisuojajärjestelmä). Saimaan alueelta Puruveden muikku hyväksyttiin järjestelmään vuonna 2013. Maantieteelliseltä alkuperältään (geographic indication) todennettujen tuotteiden perustana ovat tyyppillisesti paikallisesti sopeutuneet kasvilajikkeet, rodut, tuotantotavat sekä luonnonvarojen kestävä käyttö. Globaalille elintarviketaloudelle tyyppillistä ovat suuret volyymit ja matalat tuottajahinnat, mikä voi johtaa alkutuotannon osalta negatiivisiin ympäristövaikutuksiin. Nimisuojajärjestelmään kuuluvat tuotteet puolestaan voivatkin parhaimmillaan olla alueillaan ajureita kestäville ruoantuotantojärjestelmille. Tämän kaltaisiin laatujärjestelmiin kuulumisen on todettu lisäävän myös ns. taloudellista resilienssiä eli kykyä sietää, sopeutua ja jopa välttää ulkopuolisista tekijöistä johtuvat häiriöt ja kriisit. (FAO, 2018)

3.3 SAIMAA ON YKSI SUOMEN MATKAILUN KÄRKIALUEISTA

Etelä-Savo on laatinut matkailustrategian yhdessä Etelä-Karjalan ja Varkauden kanssa koko Saimaan matkailun edistämiseksi. Yhteinen matkailustrategia johdattaa Saimaan matkailua kohti tavoitetta olla vuonna 2025 Suomen kolmen tunnetuimman matkailualueen joukossa. Lisäksi tavoitteiksi on asetettu, että alueen matkailutulo on kasvanut maan keskiarvoa enemmän ja matkailu on nykyistä ympärivuotisempaa. Keskeisinä kehittämisteemoina ovat yhteinen tekeminen, alueen omaleimainen ja ilmiömäinen palvelutarjonta sekä saavutettavuus. Matkailustrategiassa arvoiksi on nostettu vieraanvaraisuus, kestävyys ja yhteistyö. (Etelä-Savon maakuntaliitto, 2021)

Etelä-Savon matkailun kehittämiskohteissa korostuu vastuullisuus. Strategiassa linjataan, että Etelä-Savon matkailu on yritysten, paikallisyhteisöjen, alueen asukkaiden ja monipaikkaisten asukkaiden yhteinen kehittämiskohde. Maakunnan matkailun perusta ovat laadukkaat, vastuullisesti tuotetut sekä alueen luontoon ja kulttuuriperintöön pohjautuvat matkailupalvelut ja tapahtumat. (Etelä-Savon maakuntaliitto, 2021)

Etelä-Savon matkailun ominaispiirre on matkailutoiminnan monimuotoisuus. Maakunnassa on suurten matkailukeskusten sijaan moninaisten kohteiden kirjo: on muun muassa kartanokohteita, maaseutumatkailu- ja mökkivuokraustoimintaa, lähiruokapaikkoja, risteilyjä ja veneilyyn liittyviä palveluja sekä luontomatkailua. (Etelä-Savon maakuntaliitto, 2021)

Matkailu on taloudellisesti merkittävää Etelä-Savossa, sillä sen osuus bkt:sta on maakunnassa 4,1 prosenttia, kun koko maan vastaava luku on 1,7 prosenttia vuonna 2020 (Etelä-Savo ennakoi, 2022). Vuonna 2020 Etelä-Savossa oli 510 422 matkailijayöpymistä, joista 470 731 (92 %) oli kotimaisten matkailijoiden ja 39 691 (8 %) ulkomaisten. Ennen koronapandemiaa ulkomaisten matkailijoiden osuus oli vuositasolla noin 22 %, joista venäläisten osuus oli merkittävin. (Visit Finland, 2022) On hyvä huomioida, että Tilastokeskuksen yöpymisvuorokaudet eivät anna kokonaiskuvaa maakunnan matkailun kokonaisuudesta, sillä majoitustilastoihin rekisteröityvät vain yli 20 vuodepaikan yksiköt. Esimerkiksi vuonna 2020 alle 20 vuodepaikan vuokramökkejä oli Etelä-Savossa noin 700. (Tilastokeskus, 2022)

3.4 RUOKAMATKAILUN HAASTEET ETELÄ-SAVOSSA

Saimaa Food & Tourism -kehittämislustan selvityshankkeen järjestämässä kahdessa työpajassa (Saimaan ruoka- ja matkailufoorumissa 30.10.2020 ja Saimaa Food & Tourism ja D.O. Saimaan yhteinen työpaja 10.11.2020) nousi esille eritasoisia ruokamatkailun haasteita sekä kehittämis- ja tutkimustarpeita liittyen mm. ruokatuotteisiin, markkinointiin ja saavutettavuuteen.

Yleisesti pohdittua onnistutaanko vastaamaan ruokamatkailun trendeihin ja kyetäänkö Etelä-Savossa ennakoimaan niitä. Samoin haasteeksi koetaan matkailukauden jatkamisen ja ympärivuotisuuden lisäämisen, joka vaikuttaa myös ruokapalvelujen tarjoamisen mahdollisuuksiin.

Palvelujen kehittämisessä haasteena on riittävä uudistumiskyky ja kehittämisen ketteryys (esimerkiksi sesonkien hyödyntäminen) sekä tarve panostaa lisäarvotuotteisiin. Yrityksillä on huoli paikallisten raaka-aineiden saatavuudesta tulevaisuudessa (muun muassa kalastajat) ja tätä silmällä pitäen kaivataan erilaisia kumppanuuksia. Yhteistyön ja kumppanuuksien puute estää osaltaan toimivien ja tasokkaiden palvelukokonaisuuksien kehittämisen ja markkinoinnin sekä ruokapalveluiden sovittamisen tapahtumien kanssa matkailijaystävällisesti.

Ruokatuotteiden kehittämiseen liittyviä tarpeita on runsaasti; kuten esimerkiksi järvikalan, riistan ja luonnonkeruutuotteiden tuotteistaminen. Paikallisten tuotteiden tuntemustakaan ei ole riittävästi. Ylipääntensä jalostusosaamista pitäisi kehittää edelleen (muun muassa lihan jatkojalostuksen kehittäminen). Ruokakulttuuriin liittyen alueen leipäkulttuuria on alihyödynnetty ja perinneruokia ei tuoda esille erityisesti ulkomalaisille.

Haasteiksi markkinoinnissa koetaan osaamattomuus sosiaalisen median hyödyntämisessä sekä olemassa olevien vahvuuksien (kuten lähiruoka, luomu ja vastuullisuus) vähäinen esille tuonti. Markkinoinnin tueksi kaivataan asiakkaan mieleen jääviä tarinoita ja tietoa paikallisista raaka-aineista ja jalosteista. Myös Saimaa imagon yhteistä hyödyntämistä pitäisi lisätä. Esimerkiksi Saimaan alueelta Puruveden muikku on hyväksytty nimisuojuatuotteeksi suojattuna maantieteellisenä merkintänä (SMM) ja ollen mukana valtakunnallisissa nimisuojujärjestelmää tunnetuksi tekevissä hankkeissa. Kyseisestä tuotteesta on tuotettu mm. video ja kuvamateriaalia, jota ovat vapaasti käytettävissä aitojamakuja.fi -sivustolta <https://aitojamakuja.fi/nimisuoja/>.

Vastuullisuutta tulisi kehittää kokonaisvaltaisesti ja hyödyntäen olemassa olevat ja tunnetut vastuullisuusohjelmat. Yrityksiä pohdituttaa muun muassa miten voidaan hyödyntää luonnonvaroja optimaalisesti sekä toimia (ympäristö)vastuullisesti.

Ruokamatkailu tulisi olla kaikkien ulottuvissa, joten saavutettavuuteen tulisi kiinnittää huomiota, esimerkiksi autottomien huomioiminen tarjoamalla selkeitä palvelupolkuja julkisia kulkuvälineitä hyödyntäen.

Suomen ruokamatkailustrategiassa 2020-2028 todetaan suomalaisen ruokamatkailun kivijalkoina toimivan luonto, paikallisen elämäntavan ja kulttuurin kokeminen “live like locals -hengessä” (Havas & Adamsson 2020). Yleisesti voidaan todeta, että Etelä-Savon ruokamatkailussa paikallinen ruokakulttuuri näkyy varsin vähän - se näkyy eniten paikallisten raaka-aineiden ja ruokatuotteiden muodossa.

Tällä hetkellä ruokamatkailutuotteet perustuvat pääosin paikallisista raaka-aineista valmistettujen ruokien tarjontaan. Asiakkaiden osallistaminen muun kuin syömisen muodossa on edelleen vähäistä. Samoin luontoon pohjautuvat ruokamatkailutuotteet ovat harvalukuisia. Näin ollen ruokamatkailutuotevalikoimassa on laajentamispotentiaalia ja asiakkaan osallistamisessa mahdollisuuksia vastaisuudessa. Lisäksi tarvitaan tietoa Saimaan ja Etelä-Savon ruokamatkailijoista kohderyhmänä sekä ruokamatkailuun liittyviä tilastoja.

4 RUOKAMATKAILUN TAVOITETILA JA MILLÄ TUTKIMUS- JA KEHITTÄMISTOIMILLA PÄÄSTÄÄN TAVOITETILAAN

4.1 RUOKAMATKAILUN TAVOITETILAN MÄÄRITTÄMINEN (ETELÄ-SAVOSSA, SAIMAAN ALUEELLA)

Suomen ruokamatkailustrategian 2020-2028 visiona on ”Ruoka elämykselliseksi ja ostettavaksi osaksi Suomen matkailua vastuullisesti”. Ruokamatkailun määritelmän mukaan ruokamatkailuun liittyvät tarinat, paikallisuus ja puhtaus. Parhaimmillaan ruokamatkailutuote on osallistamista ja tekemistä, josta matkailija oppii jotain uutta ja tekee matkailutuotteen elämykselliseksi. (Havas & Adamsson 2020)

Suomen matkailustrategian ”Yhdessä enemmän – kestävä kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun” vuosille 2022–2028 visiona on, että omaperäinen ja uteliaisuutta herättävä Suomi on Pohjoismaiden kestävimmin kasvava matkailukohde. Matkailualan kestävä kasvun ja uudistumisen mahdollistamiseksi on tunnistettu neljä painopistettä: kestävä kehityksen mukaisen toiminnan vahvistaminen, digitaaliseen muutokseen vastaaminen, saavutettavuuden kehittäminen matkailualan tarpeet huomioiden sekä kilpailukykyä tukevan toimintaympäristön varmistaminen yhteistyöhön vahvasti tukeutuen. Suomen ruokamatkailustrategia on linjassa koko valtakunnan matkailun tavoitteisiin. (TEM, 2022)

Saimaan matkailustrategian 2021-2025 tavoite on, että Saimaa on vuonna 2025 Suomen kolmen tunnetuimman matkailualueen joukossa, sekä alueen matkailutulo on kasvanut maan keskiarvoa enemmän ja matkailu on nykyistä ympärivuotisempaa. Strategian mukaan Etelä-Savon matkailun perusta ovat laadukkaat, vastuullisesti tuotetut sekä alueen luontoon ja kulttuuriperintöön pohjautuvat matkailupalvelut ja tapahtumat. Ruokamatkailun, kuin muunkin matkailun tulee vaalia aitoutta ja perinteitä, kunnioittaa omaleimaista ja ainutlaatuista kulttuuri- ja luonnonympäristöä. Tavoitteena on hyödyntää näitä vahvuuksia kestävästi, panostaa laatuun määrän sijasta ja muodostaa helposti saavutettavia palvelukokonaisuuksia. (Etelä-Savon maakuntaliitto, 2021)

Etelä-Savon ruoka-alan kehittämissuunnitelmassa 2021-2027 - *Vastuullinen, menestyvä ja muutosjoustava Etelä-Savon ruoka-ala* - ruokamatkailun osalta kehittämistavoitteiksi on asetettu Etelä-Savon alueen ruokakulttuurisen vetovoiman vahvistaminen ja että Etelä-Savon ruokamatkailu on edelläkävijä Suomen ruokamatkailutarjonnassa. (Harmoinen ym. 2021)

Miten Etelä-Savo voisi olla edelläkävijä?

Yhtenä tavoitteena voidaan pitää ruokamatkailun määritelmän mukaisesti sitä, että parhaimmillaan ruokamatkailutuote on osallistamista ja tekemistä, josta matkailija oppii jotain uutta, ja joka tekee matkailutuotteen elämykselliseksi.

- > Etelä-Savon ruokamatkailutuotteet tarjoavat asiakkaille kokonaisvaltaisen, ehkä yllätyksellisenkin elämyksen osallistumisen ja tekemisen kautta.

Etelä-Savon maakuntaa voidaan pitää monipuolisena ruoka-aittana, johon vielä erinomaisten lisän tuovat metsien ja järvien antimet. Paikalliset tuotteet, raaka-aineiden sesongit ja luonnontuotteet luovat hyvän perustan ruokamatkailun tuotteistamiseen. Tuote voi olla myös osittain tai kokonaan virtuaalinen.

- > Etelä-Savon ruokamatkailun kärkenä ovat paikalliseen ainutlaatuiseseen ruokakulttuuriin ja luonnonantimiin perustuvat ruokamatkailutuotteet.

Tapahtumat ovat yksi ruokamatkailun veturi ja tapahtumien ruokapalveluilla on yhä suurempi merkitys.

- > Etelä-Savon ruokakulttuuri ja aito paikallinen ruoka ovat läpileikkävänä teemana kaikissa matkailupalveluissa ja tapahtumissa.

4.2 MILLAISIA RUOKAMATKAILUTUOTTEITA TAVOITTELEMME ALUEELLE?

Etelä-Savossa tarjottavat ruokamatkailutuotteet ovat **1) elämyksellisiä, 2) asiakaslähtöisiä, 3) kestäväen kehityksen mukaisia, 4) paikalliseen ruokakulttuuriin ja raaka-aineisiin pohjautuvia ja 5) kannattavia.**

Ruokamatkailun kärkituotteiksi kehitetään luontoon ja paikalliseen kulttuuriin perustuvia omaleimaisia ja elämyksellisiä ruokamatkailutuotteita.

Tuliaistuotteet ja matkamuistot toimivat usein muistoina matkasta ja koetusta elämyksestä. Ruokamatkailijoille kehitetään korkealaatuisia tuliaistuotteita, joiden brändäyksessä hyödynnetään mm. maantieteellistä alkuperää ja D.O.Saimaa -alkuperämerkkiä. Kyseisiä alkuperämerkittyjä tuotteita on mahdollista tuoda esille myös ravintolamenuissa.

Suomen ruokamatkailustrategiassa todetaan tarvittavan lisää ruokamatkailun yhdistelmätuotteita ja -reittejä. Etelä-Savossa edistetään yhteistyöverkostoja palvelukokonaisuuksien tuotteistamisessa, toteuttamisessa ja markkinoinnissa.

1) Elämyksellisyys

Ruokamatkailussa elämyksen voidaan sanoa olevan moniaistinen, positiivinen ja kokonaisvaltainen tunnekokemus, joka voi johtaa kokijan henkilökohtaiseen muutokseen. Elämysten tavoittelu on ylellisyyttä, johon sisältyy ajatus itsensä toteuttamisesta sekä ruumiin, mielen ja hengen hyvinvoinnista (Business Finland, 2020).

Ruokakokemukseen ja -elämykseen vaikuttavat kolme osakokonaisuutta: a) itse ruoka, b) ruokailuympäristö ja c) matkailijan ruoalle antamat henkilökohtaiset merkitykset (Björk & Kauppinen-Räsänen 2014, Björk & Kauppinen-Räsänen 2016; Desmet & Schifferstein 2008; Hansen ym. 2005).

- a) Matkailijan ruoan aistikokemuksella on suuri vaikutus ruoka(matkailu)kokemukseen. Aistikokemus syntyy ruoan fyysisistä ominaisuuksista, johon vaikuttavat raaka-aineiden laatu ja ruoan valmistustavat. Kaikkien aistien huomioiminen vahvistaa kokemusta ja aistinvarainen miellyttävyys jättää positiivisen muistijäljen.

-> Millaisen aistikokemuksen “saimaalainen” ruokamatkailu haluaa antaa?

- b) Ruokailuympäristön ominaisuudet yksityiskohtineen (mm. esteettisyys, siisteys, toiminnallisuus, tunnelma ja teemallisuus) yhdessä yksilöllisen ja vieraanvaraisen palvelun kanssa ovat suuresta merkityksestä miellyttävän ruokakokemuksen syntymisessä. Elämyksellisyyden askel edellyttää paikan tai alueen erityisyyden esiintuomista aidosti ja matkailijan “mukaansa tempaavasti”.

-> Millaisen palvelukokemuksen “saimaalainen” ruokamatkailu haluaa antaa?

- c) Matkailijan ruoalle antamat henkilökohtaiset merkitykset vaikuttavat ruokakokemukseen: ruoka ja tarinat tulkitaan omista arvioista ja taustoista käsin, joten kokemukset voivat vaihdella matkailijoittain. Asiakastuntemuksella voidaan osittain varmistaa miellyttävä ruokakokemus erilaisille asiakasryhmille. Huolimatta siitä, että matkailija viime kädessä tekee omat tulkintansa, on “saimaalaisen” ruokamatkailun välitettävä omannäköistensä ja yhtenäistä viestiä.

-> Millaisen merkityksen ruokaan liittyen haluamme välittää?

2) Asiakaslähtöisyys

Asiakaslähtöisessä ajattelu- ja toimintatavassa asiakkaan tarpeet ja toiveet ohjaavat liiketoimintaa. Siinä tunnistetaan ensin asiakkaan näkyvät ja/tai piilevät tarpeet ja toiveet, jotka ohjaavat yrityksen mm. tuotteistamista. Tuotelähtöisessä toimintatavassa puolestaan kehitetään ensin tuote tai palvelu ja sitten mietitään tuotteesta kiinnostunutta asiakassegmenttiä.



Kuva Eilina Manninen

Asiakaskeskeinen ajattelu eroaa kysyntäsuuntaisesta ajattelusta siten, että kysyntäsuuntaisessa ajattelussa asiakkaita käsitellään yhtenäisempänä joukkona. Kysyntäsuuntaisessa toiminnassa pyritään tarjoamaan tuotteita/palveluja laajemman kuluttajajoukon kysynnän mukaan, jolloin tuotteet ovat usein ns. kompromissituotteita eli ne sopivat ”kaikille”.

Asiakaslähtöinen ajattelutapa on kysyntäsuuntaisesta ajattelusta jalostettu muoto: asiakaskeskeisessä ajattelussa yritys pyrkii valmistamaan erilaisia tuotteita erilaisten asiakkaiden tarpeisiin. Asiakaslähtöisessä ajattelussa ollaan kiinnostuneita tunnistamaan useita erilaisia, joskus kapeitakin segmenttejä ja taustoittamaan juuri niiden asiakkaiden erityisiä tarpeita. Kapeille, valtavirrasta erottuville segmenteille suunnattujen tuotteiden tuottaminen on itseasiassa hyvin kannattavaa, koska kompromissituotteet eivät ehkä ole vastanneet heidän toiveisiinsa ja tarpeisiinsa.

-> Ketä ja millaisia ovat Saimaan alueet ruokamatkailijat? Mitkä asiat motivoivat ruokamatkailijoita?

Asiakaslähtöisessä ruokamatkailussa tavoitteena on tarjota yksilöllisiä palveluja, jolloin palvelujen tuotteistamisessa otetaan keskiöön asiakkaalle muodostuva arvo palvelusta. Asiakasarvo tarkoittaa asiakkaan kokemaa arvoa yrityksen tuotteista ja/tai palvelusta. Asiakasarvo voi olla erilaisia palveluun liittyviä ominaisuuksia, jotka motivoivat asiakasta ostamaan palvelun.

-> Mitä eri ominaisuuksia ruokamatkailijat arvostavat ruokamatkailutuotteessa tai -kohteessa?

Asiakaslähtöisyyttä on osaltaan myös ruokamatkailutuotteiden helppo ostettavuus. Ostettavuutta lisää erilaiset on-line myyntisovellukset, jossa asiakas voi valita haluamansa ruokamatkailutuotteen sisällön, ilmoittaa mahdollisista erityisruokavalioista ja ostaa samalla tuotteeseen liittyviä oheispalveluja, kuten kuljetuksen kohteeseen ja matkamuitoksi ruokaviemisiä.

3) Kestävyys

Kestävän kehityksen mukaiset ruokamatkailutuotteet ja -palvelut ottavat toiminnassaan huomioon ympäristön ja kulttuurin lisäksi taloudelliset sekä sosiaaliset seuraukset pyrkien vähentämään negatiivisia vaikutuksia ja edistäen vastaavasti positiivisia (Kim ym. 2018).

-> Miten ruokamatkailu toimii kestävästä kehitystä edistävästi Saimaan alueella?

Kestävyydellä tarkoitetaan kestävästä kehityksen yleisesti tunnettua määritelmää: Brundtlandin (1987) komission raportin mukaan kehitys on kestävä, kun se täyttää ihmiskunnan tarpeet vaarantamatta tulevien sukupolvien mahdollisuutta tyydyttää omat tarpeensa. Vastuullisuus ruokamatkailutoiminnassa on (yrityksen) sitoutumista kestävästä kehityksen periaatteisiin: se on liiketoiminnan taloudellista, sosiaalista ja ekologista vastuullisuutta yhteiskuntaa ja sidosryhmiä kohtaan. Se ilmenee vastuullisina tekoina ja toimenpiteinä kaikkia näitä tahoja kohtaan. (Font & Lynes, 2018)

Ekologinen kestävyys ruokamatkailussa tarkoittaa, että matkailu ei vaaranna kohdealueen ekosysteemejä; ei niiden toimintaa eikä lajeja, käyttää vastuullisesti luonnon-

varoja, on vähäpäästöinen, eikä ylitä toiminnalla ympäristön kantokykyä. Ympäristöön kuuluu luonnon lisäksi rakennettu ympäristö. (Swarbrooke 1999)

Sosiaalinen kestävyys huomio ruokamatkailutoiminnan vaikutukset paikallisväestön, asiakkaan ja yrityksen näkökulmasta. Paikallisväestön näkökulmasta sosiaalisesti kestävä ruokamatkailu ottaa huomioon paikallisväestön ja sen elinmahdollisuudet (Tsauro ym. 2006). Lisäksi matkailun tulisi hyödyttää aluetta taloudellisesti (esim. työllistämällä paikallisia) ja tasa-arvoisesti (paikallinen omistajuus). Asiakasnäkökulmasta matkailutoiminnassa sosiaalinen kestävyys on asiakasryhmien erityistarpeiden huomiointia sisältäen ajatuksen, että matkailu on kaikkien saavutettavissa. Matkailuyrityksessä se tarkoittaa käytännön tasolla sitä, että tuotteet, palvelut ja toimintaympäristö ovat luotu ja suunniteltu siten, että mahdollisimman moni asiakas pystyy niitä käyttämään riippumatta iästä, terveydentilasta, vakaumuksesta tai muista tekijöistä. (Blinnikka & Asikainen 2012)

Kulttuurinen kestävyys ruokamatkailussa on kulttuurin säilyttämistä ja suojelemista sekä sen hyödyntämistä ja tuottamista kaikkien käyttöön. Kulttuurisesti kestävä ruokamatkailuyritys tiedostaa, arvostaa ja kehittää kulttuurien ominaisuuksia niin, että paikalliskulttuuri pysyy elävänä ja säilyttää erityspiirteensä. Ruokamatkailuyritystoiminnassa se voi tarkoittaa esimerkiksi paikallisten ja perinteisten ruokalajien ja raaka-aineiden sisällyttämistä ruokapalvelutuotteisiin.

Taloudellisella kestävyydellä viitataan taloudellisen hyvinvoinnin kasvattamiseen. Ruokamatkailussa tämä tarkoittaa yrityksen kykyä tehdä voittoa pysyäkseen toimintakykyisenä. Aluetalouden näkökulmasta taloudellisesti kestävä ruokamatkailu generoi ja jakaa tuloja alueellisesti mm. käyttämällä alueen palveluja ja tuotteita (mm. raaka-aineet, ruokatuotteet) sekä rekrytoimalla paikallisia työtekijöitä.

4) Paikalliseen ruokakulttuuriin ja raaka-aineisiin pohjautuminen

Paikallisella ruoalla on tärkeä rooli alueen ruokakulttuurin ja kulttuuriperinteen säilyttäjänä sekä identiteetin vahvistajana (Everett & Aitchison, 2008). Ruoan on todettu olevan yksi tärkeimmistä kohteen kulttuurin ilmentäjistä; sen kautta matkailija ikään kuin pääsee yhteyteen kohteen ja sen kulttuuriin kanssa. Paikallinen ruoka ja juoma myös tukevat kestävyyttä usealla tavalla. Niiden käyttö tukee alueen taloutta; niin alkutuotantoa kuin yritystoimintaa. Matkailija voi myös itse tuntea olevansa vastuullinen ostamalla paikallista. (Everett & Aitchison 2008; Sims 2009) Paikallisen ruoan on todettu olevan myös matkailullinen houkutin kaiken tyyppisille matkailijoille – ei vain ruoasta kiinnostuneille (Björk & Kauppinen-Räisänen 2014).

Paikallisuuteen pohjautuminen tarkoittaa muun muassa paikallisten raaka-aineiden, elintarviketuotteiden ja juomien suosimista, autenttisuuden osoittamista ja paikallisesta ruokakulttuurista viestimistä. Paikallisuus ruoassa voidaan käsittää erilaisina fyysisen paikallisuuden ja aineettomien tekijöiden yhdistelminä. Ruokamatkailun osalta ruoka voidaan mieltää paikalliseksi, jos tarjontaketju on lyhyt eli raaka-aineet on tuotettu sekä tuotanto tapahtuu lähellä kulutuspaikkaa kuten ravintolaa (*direct produce*). Esimerkkinä voi mainita toreilta ostettavat tuoretuotteet.

Toisaalta tuotteeseen voi liittyä fyysinen paikallisuus ja jokin immateriaalinen tekijä, joka liittyy esimerkiksi paikalliseen historiaan tai luonnonolosuhteisiin (*close typici-*

ty). Tuote voi olla paikallinen ylpeys. Tällöin usein myös paikalliset ihmiset ovat tärkeä kuluttajaryhmä ja osa kollektiivista ”tuotantoketjua”. Etelä-Savossa tällaisena tuotteena voidaan pitää esimerkiksi lörtsyä, joka profiloituu erityisesti Savonlinnan seutuun.

Kolmannen ryhmän paikallisista tuotteista muodostavat ns. etäiset erikoisuudet (*distant specialities*), joiden jokin tietty erityisominaisuus liittyy tuotantopaikkaan. Kyseisissä ruoissa tuotantopaikka tulee aina jollakin oleellisella tavalla esille, jolloin tuote on ”paikallinen”, vaikka kulutettaisiin etäällä. Esimerkki tällaisesta tuotteesta on Purveden muikku, joka on hyväksytty eurooppalaiseen nimisuojaajajärjestelmään ns. suojattuna maantieteellisenä merkintänä. Kahdessa edellisessä tapauksessa kuluttajan luottamus laadusta perustuu omakohtaiseen tietoon, mutta etäisten erikoisuuksien osalta kuluttajan suhde tuottajaan on etäinen. Tällöin kuluttajan luottamus perustuu hyvään maineeseen, nimeen, pakkausmerkintöihin tai alkuperää brändäävään järjestelmään. (Tregear, 2007)

Tarinat ja teemallisuus ovat todettu tehokkaina keinoina viestiä matkailijoille paikallisuudesta. Tarinan avulla voidaan kuvata jotain tapahtumaa, paikan, alueen, tilan tai yrityksen historiaa mieleenpainuvasti ja ymmärrettävästi. Ruokamatkailutuotteen palvelumuotoilussa voidaan hyödyntää tarinallistamista, jossa tuotteesta tai palvelusta käsikirjoitetaan tarina niin, että palvelukokonaisuuden osatoiminnot sidotaan yhtenäiseksi juoneksi tarinan avulla (Kalliomäki 2014).

- > Miten Saimaan seudun ruokamatkailu tukee parhaiten paikallisia raaka-aineita ja tuotteita sekä ruokakulttuuria? Miten paikallinen ruokakulttuuri välittyy matkailijoille?

5) Kannattavuus

Ruokamatkailun olemassaolon ehtoja on kannattavuus, joka on monen tekijän summa. Siihen vaikuttaa mm. tuotteen/palvelun kustannusrakenne, hinnoittelu, helppo löydettävyys ja ostettavuus. Kannattavuutta voidaan tarkastella ruokamatkailuyrittäjän, jalostajan ja alkutuottajan näkökulmasta - kaikille heille toiminta tulisi olla kannattavaa.

Yksittäisten toimijoiden lisäksi taloutta voidaan tarkastella aluetalouden näkökulmasta: taloudellisesti ruokamatkailu generoi tuloja alueellisesti kuten käyttämällä alueen palveluja ja tuotteita (mm. raaka-aineet, ruokatuotteet) sekä rekrytoimalla paikallisia työntekijöitä.

Matkailun yhteydessä keskitytään kestävä, vastuullisen ja nykyisin yhä enemmän regeneratiivisen eli uudistavan matkailun kehittämiseen. Matkailukohteen tulisi elinvoimaistua taloudellisesti, sosiaalisesti ja ekologisesti matkailun myötä. Paikallisia raaka-aineita ja jalosteita hyödyntävä ruokamatkailutuote on erinomainen lähtökohta myös uudistavan matkailun kehittämiseen.

Yhdistelmätuotteiden ja eri toimijoiden yhdessä toteuttamien ruokamatkailutuotteiden myötä taloudelliset vaikutukset kohdistuvat laajasti matkailualueelle. Yhdessä toteutettavien tuotteiden täytyy olla jokaiselle osatoteuttajalle kannattavaa liiketoimintaa, jotta yhteistyö sujuu saumattomasti.

- > Miten toteutetaan kannattavia ruokamatkailupalveluja ja/tai -tuotteita ja miten mahdollistetaan kaikkien siihen osallistuvien tahojen taloudellinen tasavertaisuus? Mikä on ruokamatkailun aluetaloudsvaikeus?

4.3 TUTKIMUS- JA KEHITTÄMISTOIMENPITEET

Tässä esitettävillä tutkimus- ja kehittämistoimenpiteillä maakunta nostetaan ruokamatkailun edelläkävijäksi Suomen ruokamatkailutarjonnassa. Lisäksi vahvistetaan eteläsaarolaisen ruokamatkailun kansainvälistä vetovoimaa, lisätään yrityksiä ja T&K-toimijoiden yhteistyötä, nostetaan osaamistasoa ja kannustetaan yrityksiä TKI-investointien lisäämiseen Etelä-Savossa.

Tavoiteltavat toimintatavat tukevat yhteistyötä, innostavat kehittämisideoihin ja niiden jakamiseen, kannustavat tiedon välittämiseen, rohkaisevat katsomaan pidemmälle tulevaisuuteen sekä yleisesti oivaltamaan, että ruokamatkailu on koko alueen yhteinen asia. Lisäksi pyritään tutkimuksen ja kehittämisen yhdistämiseen ja tiiviiseen vuoropuheluun sekä tiedon tehokkaaseen hyödynnettävyyteen yrityskentässä.

Seuraavassa esitellään tarkemmin mitä toimenpiteitä pitäisi tehdä tutkimuksessa ja kehittämisessä, jotta Etelä-Savossa tarjottavat ruokamatkailutuotteet ovat 1) elämyksellisiä, 2) asiakaslähtöisiä, 3) kestävä kehityksen mukaisia, 4) paikalliseen ruokakulttuuriin ja raaka-aineisiin pohjautuvia ja 5) kannattavia. Tarvittavat kehittämis- ja tutkimuskohteet ovat esitely näiden viiden ominaisuuden kautta.

Liitteessä 1 olevassa toimenpidetaulukossa on tutkimus- ja kehittämistarpeiden lisäksi tuotu esille mitä toimenpiteitä tähän mennessä on jo tehty.

Kuva Julia Kivellä

ETELÄ-SAVON RUOKAMATKAILU

Tutkimus- ja kehittämissuunnitelma

ELÄMYKSELLISYYS

Suomen ruokamatkailustrategiassa elämyksellisyiden tavoitteeksi asetetaan ruoan elämyksellisyiden lisääminen. Nähdään, että mieleenpainuvien ruokaelämyksien avulla voidaan houkutella ja lisätä matkailijoiden määrää ja matkailutuloa Suomessa.

Ruoan elämyksellisyyttä voidaan mahdollistaa esimerkiksi osallistamisella ja tekemisellä, jolloin matkailija oivaltaa mahdollisesti jotain uutta. Tarvetta on myös lisätä ruokaan liittyvien elämysten paketoitua ja ruoan hyödyntämistä matkailutuotteissa.

Etelä-Savon ruokamatkailun tavoite:

Mahdollistaa matkailijalle elämyksellisyys osallistamisen tai tekemisen kautta.

Keskeiset tutkimuskohteet:

Elämyksellisyiden mahdollistamiseksi enenemässä määrin ruokamatkailussa tarvitaan tietoa siitä, mitä kaikkea elämyksellisyys ruokamatkailussa voi olla matkailijalle. Lisäksi tarvitaan tutkimusta, miten elämyksellisyys voidaan mahdollistaa erilaisissa ruokamatkailutuotteissa ja eri asiakassegmenteille.

Keskeiset kehittämisskohteet:

Elämyksellisyteen liittyvää tietoa hyödyntäen kehitetään elämyksellisiä ruokamatkailutuotteita ja pilotoidaan niitä testiasiakasryhmillä. Erityisenä kehittämisskohteena on osallistavien ruokamatkailutuotteiden kehittäminen ja osallistamisen merkityksen esiin tuominen ruokamatkailuyrittäjien keskuudessa.

ASIAKASLÄHTÖISYYS

Suomen ruokamatkailustrategiassa asiakaslähtöisyyden tavoitteena on, että tuotteen kehittämisessä huomioidaan asiakkaat ja asiakkaiden tarpeet. Lisäksi tavoitteena on, että asiakkaan polku on testattu ja se toimii. Edellä mainitut asiat edellyttävät, että niin ruokamatkailijat kuin matkailijat tunnetaan riittävällä tasolla.

Etelä-Savon ruokamatkailun tavoite:

Tarjota asiakkaalle yksilöllisiä räätälöityjä palveluita.

Keskeiset tutkimuskohteet:

Matkailijoihin liittyvää tietoa tarvitaan, jotta pystytään suunnittelemaan ja toteuttamaan ruokamatkailutuotteita ja -palveluita, jotka täyttävät asiakkaiden tarpeet ja mahdollistavat elämyksen. Tarvitaan siis tietoa Etelä-Savon/Saimaan ruokamatkailijoista kohderyhmänä: Ketä ruokamatkailijat ovat? Millaisia he ovat mm. ruoan kulutuskäyttäytymiseltään tai mitä merkityksiä he antavat ruoalle ja matkustamiselle? Mitkä tekijät vaikuttavat ruokamatkailukulutukseen (mm. sosiodemografiset tekijät)?

Saimaan ruokamatkailun työntö- ja vetovoimatekijöiden tunnistamiseksi tarvitaan tutkimusta mm. seuraavista asioista: Mitkä ovat ruokamatkailijoiden (kotimaiset ja kv-matkailijat) motiivit tulla Etelä-Savoon/Saimaan alueelle? Mitkä tekijät/ominaisuudet Etelä-Savossa/Saimaan alueella ovat houkuttamina ruokamatkailussa?

Ruokaan ja ruokamatkailuun liittyvien trendien tunnistamisella ja ennakoinnilla voidaan saada kilpailuetua ennakoivassa tuotteistamisessa ja varautumisessa kysyntään.

Asiakastyytyväisyystutkimukset osoittavat kuinka hyvin nykyisissä (tai uusissa) ruokamatkailupalveluissa ja -tuotteissa on onnistuttu vastaamaan asiakkaan odotuksiin.

Keskeiset kehittämisskohteet:

Yksilöllisten palveluiden kehittämisessä tarvitaan asiakastietoa, jota saadaan niin tutkimuksen kuin avoimien lähteiden kautta. Tieto pitää pystyä louhimaan kulloisenkin kehitettävänä olevan ruokamatkailutuotteen tarpeisiin. Tiedon keräämiseen ja louhintaan sekä tiedon analysointiin tarvitaan kehittämistoimia ja neuvontaa ruokamatkailuyrittäjille. Saimaan seudun ruokamatkailijoiden dash board voisi olla yksi ratkaisu tietojen keräämiseen.

Asiakastietoa hyödyntäen kehitetään yksilöllisiä ruokamatkailutuotteita, testataan ne käytännössä ja saatetaan markkinoille (online myynti).



Kuva Julia Kivellä

KESTÄVYYS

Suomen ruokamatkailustrategiassa kestävyiden tavoitteeksi asetetaan, että ruokamatkailutoimijat toimivat kestävästi, vastuullisten periaatteiden mukaisesti, ja siitä viestitään asiakkaille ja sidosryhmille. Ruokamatkailun tärkeimpiä kestävyystekojä ovat paikallisen raaka-ainevälikoimanjaruokatuotteidenkäyttäminen, työvoiman ja palvelujen alihankintojen ostaminen lähialueelta sekä alueelle tunnusomaisen kulttuuriperinnön hyödyntäminen.

Etelä-Savon ruokamatkailun tavoite:

Palvelut tuotetaan kestävyiden eri ulottuvuudet huomioiden.

Keskeiset tutkimuskohteet:

Ruoka ja matkailu ovat keskeisessä roolissa kestävä kehityksen edistämiseksi sen kaikissa ulottuvuuksissa. Kestävyys voi olla myös osa elämystä. Tarvitaan tutkimusta vastuullisuuden eri osa-alueiden sekä toteuttamistoimenpiteiden merkityksestä matkailun eri kohderyhmille ja ruokamatkailijasegmenteille (ruokamatkailutuotteissa) mm. ruokamatkailutuotteiden tuotteistamisen tueksi.

Ruoan ja luonnon hyvinvointivaikutuksista tiedetään jo paljon, mutta tutkimustieto tulisi hyödyntää paremmin tuotteistamisen tueksi.

Hiili- ja vesijalanjälkilaskelmia raaka-aineista, ruokatuotteista ja erityisesti ruokamatkailutuotteiden osalta kaivataan tuotteistamisen tueksi, mutta myös luotettavan kestävyysviestinnän pohjaksi.

Keskeiset kehittämiskohteet:

Tiedon ja käytännön avun jakaminen miten kestävyttä voidaan edistää ruokamatkailutuotteissa (mm. ruokahävikki) ja miten kestävydestä viestitään. Kestävien ruokamatkailutuotteiden tuotteistamiseksi tarvitaan kehittämistoimia ja erilaisia pilotoiteja.

Kestävyyssertifikaatit ovat väline edistää kestävä kehitystä yrityksissä ja/tai matkailukohteissa, mutta ne toimivat myös viestinnällisesti. Sertifikaattien käyttöönnotossa tarvitaan neuvontatyötä, yritysten toimintojen analysointia ja kehittämistä. Sertifikaattien tunnetuksi tekeminen edellyttää tiedottamista.

Kumppanuuksien edistäminen; paikallisten raaka-aineiden ja ruokatuotteiden käytön ja saatuuden edistämiseksi tarvitaan erilaisia kumppanuuksia.

PAIKALLINEN RUOKAKULTTUURI

Suomen ruokamatkailustrategiassa ruokamatkailutuotteiden suositellaan perustuvan paikallisiin raaka-aineisiin, historiaan, perinteisiin, tarinoin ja elämäntapaan. Ruokamatkailijalle ruoka parhaimmillaan välittää paikan henkeä; matkailija pääsee näin yhteyteen kohteen kulttuuriin.

Etelä-Savon ruokamatkailun tavoite:

Matkailijoille on tarjolla eteläsavolaisen/saimaalaisen tai paikalliseen erityiseen ruokakulttuuriin, paikallisiin raaka-aineisiin ja -tuotteisiin pohjautuvia ruokamatkailutuotteita.

Keskeiset tutkimuskohteet:

Ruokamatkailussa on tärkeää aitouden, alkuperän ja paikallisuuden välittyminen asiakkaalle ruoassa. Lisätietoa kaivataan, miten eri tavoin nämä voidaan välittää palveluympäristössä ja miten ne välittyvät matkailijalle.

Paikallinen kulttuuri ja siitä kumpuava ruokakulttuuri on moninaista sekä osittain jopa tiedostamatonta. Tutkittu, koottu tieto Saimaan alueen raaka-aineista ja ruokakulttuurista tarvitaan niin tuotteistamisen kuin markkinoinnin avuksi.

Uuden luksuksen mukaan matkailijat hakevat ruumiin ja mielen hyvinvointia niin luonnosta kuin ruoasta. Tuotteistamisen ja markkinoinnin tueksi tarvitaan tietoa ruoan ja luonnon hyvinvointivaikutuksista.

Keskeiset kehittämiskohteet:

Paikalliseen ruokakulttuuriin perustuvien ruokamatkailutuotteiden tuotteistaminen ja pilotointi; mm. teemoitusten ruokareittien kehittäminen, ja ruokamatkailutoimijoiden yhteistyön edistäminen.

Paikallisten tarinoiden tunnistaminen ja hyödyntäminen ruokamatkailutuotteiden kehittämisessä ja viestimisessä.

Paikallisten ruokajalosteiden ja ruokaan liitettävien tuotteiden kehittäminen (mm. tuotteet matkamuisiksi).

KANNATTAVUUS

Suomen ruokamatkailustrategiassa tuodaan esille, että ruokamatkailutuotteiden on oltava kannattavia. Se edellyttää muun muassa, että niiden on oltava kiinnostusta herättäviä ja helposti ostettavissa.

Etelä-Savon ruokamatkailun tavoite:

Helposti löydettäviä, ostettavia ja palveluntuottajille kannattavia palveluita.

Keskeiset tutkimuskohteet:

Markkinatutkimusta: maksukykyisten asiakkaiden segmentointi ruokamatkailutuotteille. Ruokamatkailun aluetalousvaikutuksen tutkiminen.

Keskeiset kehittämiskohteet:

Korkeatasoisten, yksilöllisten ja kannattavien ruokamatkailutuotteiden tuotteistaminen, jossa hyödynnetään tarvittaessa kumppanuuksia ja eri toimijoiden yhteistyötä.

Kehitettyjen ruokamatkailutuotteiden ostettavuuden edistäminen, mm. tiedotetaan ja opastetaan yrityksiä olemassa olevien myyntialustojen käytössä.

Saimaan seudun ruokamatkailun tunnettuuden ja imagon lisääminen sekä ruoka-alan osamisen vahvistaminen. Näillä on tärkeä rooli mm. henkilökunnan houkuttelussa alueelle.

4.4 Seuranta

Suomen ruokamatkailustrategia 2020-2028 on asettanut sekä laadullisia että määrällisiä mittareita valtakunnallisen strategian toteutumista ja etenemistä seuraamaan. Haasteena mittaamisessa on, että ruokamatkailu tunnuslukuja ei ole luotu eikä lähtötilannetta ole mitattu Suomessa. (Havas & Adamsson 2020)

Etelä-Savon ruokamatkailun kehittymisen seurantamittarit voidaan johtaa edellä esitellyistä tutkimus- ja kehittämistoimenpiteistä. Niiden lisäksi voidaan asettaa yleisiä toimialan kehittymisen mittareita pohjautuen Suomen ruokamatkailustrategiassa esitettyihin määrällisiin ja laadullisiin tavoitteiden seurantaindikaattoreihin.

Etelä-Savon ruokamatkailun kehittymistä sekä tämän tutkimus- ja kehittämissuunnitelman toteutumista voidaan seurata seuraavasti:

- Ruokamatkailutuotteiden määrä (esimerkiksi ruokamatkailureitit, ruokareitit, yksittäiset ruokamatkailutuotteet).
- Ruokamatkailua tarjoavien yritysten määrä.
- Uudet ruokamatkailun kärkituotteet, jotka heijastavat alueen raaka-aineita, historiaa, perinteitä, tarinoita ja elämäntapaa.
- Ruokamatkailun kehittämiseen osallistuvien yritysten ja toimijoiden määrä.
- Ruoka-alan tutkijoiden ja kehittäjien määrä (mm. HY/MUC, Esedu, Miksei, ProAgria, Xamk) (ulkomaiset ja kotimaiset)
- Yritysten tutkimus- ja kehittämistoiminnan menot ruokamatkailua edistäviin toimenpiteisiin.
- Ruokamatkailuun liittyvien rahoitettujen hankkeiden ja rahoituksen määrä.
- Ruokamatkailun tutkimukseen ja kehittämiseen osallistuvien organisaatioiden ruokamatkailuun liittyvän t&k-rahoituksen osuus.

LÄHTEET

- Björk, P. & Kauppinen-Räisänen, H. 2014. Culinary-gastronomic tourism – a search for local food experiences, *Nutrition & Food Science*, Vol. 44 Iss 4 pp. 294 – 309.
- Björk, P & Kauppinen-Räisänen, H. 2016. Exploring the multidimensionality of travellers’ culinary-gastronomic experiences, *Current Issues in Tourism*, 19:12, 1260-1280.
- Blinnikka, P. & Asikainen, E. 2012. Esteettömyyden merkitys maaseutumatkailuyrityksen kilpailukyvyyn kannalta. Teoksessa: Blinnikka, P. (toim.) 2012. Maaseutumatkailu – kestävyyslaji? Näkökulmia kestävään matkailuun maaseudulla. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja 127. Jyväskylä, 40-48.
- Brundtland, G. 1987. Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future. United Nations General Assembly document A/42/427.
- Business Finland. 2020. Raportit ja tutkimukset. Trends and signals of the future of international travel in Finland. Viitattu 8.9.2022. <https://www.businessfinland.fi/julkaisut/visit-finland/trends-and-signals-of-the-future-of-international-travel-in-finland-2020>
- Desmet, P. & Schifferstein, H. 2008. Sources of positive and negative emotions in food experience. *Appetite* 50 (2008) 290–301.
- Ekoneum. 2020a. Luomu Etelä-Savossa. 2020. Julkaistu 15.9.2020. <http://ekoneum.com/wp-content/uploads/2020/09/Luomu-Etel%C3%A4-Savossa.pdf>
- Tilastotietoja Etelä-Savon ruokasektorista. 2022. Julkaistaan joulukuussa 2022. <http://ekoneum.com>
- Etelä-Savo ennakoi. 2022. Matkailu, vapaa-aika, maatilamatkailu. viitattu 18.8.2022. <https://www.esavoennakoi.fi/matkailu-vapaa-aika-maatilamatkailu>
- Etelä-Savon maakuntaliitto. 2021. Saimaan matkailustrategia. Viitattu 12.4.2022. <https://www.esavo.fi/ajankohtaista/saimaan-maakuntien-yhteinen-matkailustrategia-2021-2025-korostaa-yhteistyota-saavutettavuutta-ja-omaleimaista-palvelutarjontaa>
- European Union, Regulation (EU) No. 1151/2012 of the European Parliament and of the Council of 21 November 2012 on quality schemes for agricultural products and foodstuffs. *Off J Eur Union* L343:1–29 (2012).
- Everett, S. & Aitchison, C. 2008. The Role of Food Tourism in Sustaining Regional identity: A Case Study of Cornwall, South West England. *Journal of Sustainable Tourism*. Vol. 16, No. 2.
- FAO. (2018). Strengthening sustainable food systems through geographical indications. An analysis of economic impacts. <http://www.fao.org/3/i8737en/I8737EN.pdf>
- Font, X. & Jennifer Lynes, J. 2018 Corporate social responsibility in tourism and hospitality, *Journal of Sustainable Tourism*, 26:7, 1027-1042.
- Hansen, K., Jensen, Ø & Gustafsson, I-B. 2005. The Meal Experiences of á la Carte Restaurant Customers, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 5:2, 135-151.
- Harmoinen, T., Kivijärvi, P. & Särkkä-Tirkkonen, M. 2021. Vastuullinen, menestyvä ja muutosjoustava Etelä-Savon ruoka-ala -Etelä-Savon ruoka-alan kehittämisohjelma 2021–2027. PDF-raportti. Saatavissa: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-344-318-1>
- Havas, K. & Adamsson, K. 2020. Suomen ruokamatkailustrategia 2020–2028 – Yhdessä tekoja luonnosta ammentaen. Haaga-Helian julkaisut 7/2020. <https://www.businessfinland.fi/4a7e69/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/ruokamatkailustrategia-2020-2028.pdf>
- Kalliomäki, A. 2014. Tarinallistaminen – Palvelukokemuksen punainen lanka. Talentum. Helsinki.
- Kim, Y.H., Barber, N & Kim, D-K. 2018. Sustainability research in the hotel industry: Past, present, and future, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, pp. 1-46.

- Lucini, L., Rocchetti, G., & Trevisan, M. 2020. Extending the concept of terroir from grapes to other agricultural commodities: An overview. *Current Opinion in Food Science*, 31, 88-95.
- Sims, R. 2009. Food, place and authenticity: local food and the sustainable tourism experience, *Journal of Sustainable Tourism*, 17:3, 321-336.
- Swarbrooke, J. 1999. *Sustainable Tourism Management*. London: CABI Publishing.
- TEM. 2022. Yhdessä enemmän – kestävä kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun Suomen matkailustrategia 2022–2028 ja toimenpiteet 2022–2023. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 2022:51. Työ- ja elinkeinoministeriö Helsinki 2022.
- Tilastokeskus. 2021. Alueellinen yritystoimintatilasto, Tilastokeskus.
- Tilastokeskus. 2022. Vuokramökkitalasto. Viitattu 6.10.2022. <https://www.stat.fi/tup/kokeelliset-tilastot/vuokramokkitilasto/index.html>
- Tregear, A. 2007. Proximity and typicity: a typology of local food identities in the marketplace. *Anthropology of food*, (S2).
- Tsaur, S-H, Lin, Y-C, Lin, J-H. 2006. Evaluating ecotourism sustainability from the integrated perspective of resource, community and tourism. *Tourism Management* 27, 640–653.
- Visit Finland. 2022. Tilastotietokanta Rudolf. <http://visitfinland.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/VisitFinland>
- World Tourism Organization and Basque Culinary Center. 2019. Guidelines for the Development of Gastronomy Tourism, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420957>

LIITE 1. Etelä-Savon ruokamatkailun tutkimus ja kehittäminen: tehdyt ja tulevat toimenpiteet

Etelä-Savon ruokamatkailun tavoite	Mitä tehty Etelä-Savossa		Kehittämiskohteet - mitä pitäisi tehdä	
	Tutkimus	Kehittäminen	Tutkimus	Kehittäminen
ELÄMYKSELLISYYS				
Yllätyksellinen elämys osallistumisen ja tekemisen kautta	-	Yrittäjät kehittäneet yksittäisiä ruokamatkailutuotteita.	Tutkimusta mitä elämyksellisyys on ruokamatkailussa ja miten elämyksellisyys voidaan mahdollistaa erilaisissa ruokamatkailutuotteissa ja eri asiakas-segmenteille.	Elämyksen eri osatekijöiden tunteminen ja hyödyntäminen palveluissa. Osallistamisen merkitys ja erilaisten osallistamisen mahdollisuuksien esiin nostaminen ruokamatkailutuotteissa. Elämyksellisten ruokamatkailutuotteiden kehittäminen ja pilotointi.
ASIAKASLÄHTÖISYYS				
Yksilöllisiä, räätälöityjä palveluita	Tutkittu venäläisten ja aasialaisten matkailijoiden käsitykset paikallisesta ruoasta Etelä-Savossa	Koottu ruokamatkailutuoteideoita. Etsitty markkinointi- ja myyntikanavia mm. ruokamatkailijat -kohderyhmälle.	Matkailijatutkimusta Etelä-Savon/ Saimaan ruokamatkailijoista kohderyhmänä. Saimaan ruokamatkailun työntö- ja vetovoimatekijöiden tunnistaminen. Trenditutkimusta: ruokaan ja ruokamatkailuun liittyvien trendien ennakointi ja tunnistaminen. Asiakastytyväisyystutkimukset: tyytyväisyys tämän hetken tarjontaan.	Asiakastiedon kerääminen ja hyödyntäminen ruokamatkailutuotteiden kehittämisessä. Asiakaslähtöisten ruokamatkailutuotteiden kehittäminen, pilotointi ja markkinoille saattaminen (online myynti).

Etelä-Savon ruokamatkailun tavoite	Mitä tehty Etelä-Savossa		Kehittämiskohteet - mitä pitäisi tehdä	
	Tutkimus	Kehittäminen	Tutkimus	Kehittäminen
KESTÄVYYS				
Palvelu tuotetaan kestävyuden eri ulottuvuudet huomioiden	Tutkittu matkailijoille merkityksellistä vastuullisuutta ruokapaikoissa.	Kehitetty vastuullisen matkailun koulutusmallia. Kehitetty kestävä kehityksen mukaisia matkailutuotteita ja -reitistöjä, kuten Vihreän kullan kulttuuritie, D.O. Saimaa tuotteet, nimisuoja tuotteita ja luomutuotteita.	Tutkimusta eri vastuullisuuden osa-alueiden sekä toteuttamistoimenpiteiden merkityksestä matkailijalle yleisesti, matkailun eri kohderyhmille ja ruokamatkailijasegmenteille (ruokamatkailutuotteissa) Ruoan ja luonnon hyvinvointivaikutukset: nykyisen tutkimustiedon hyödyntäminen tuotteistamisessa. Hiili- ja vesijalanjälkilaskelmia raaka-aineista, ruokatuotteista ja ruokamatkailutuotteista.	Tiedon ja käytännön avun jakaminen miten kestävyyttä voidaan edistää ruokamatkailutuotteissa (mm. ruokahävikki) ja miten kestävydestä viestitään. Kestävien ruokamatkailutuotteiden kehittäminen ja pilotointi. Kestävyyssertifikaattien käytön edistäminen ja tunnetuksi tekeminen. Kumppanuuksien edistäminen raaka-aineiden ja ruokatuotteiden käytön ja saatavuuden varmistamiseksi.
PAIKALLINEN RUOKAKULTTUURI				
Etelä-Savon ruokakulttuuriin ja paikallisiin raaka-aineisiin sekä ruokatuotteisiin pohjautuvia sesonginmukaisia tuotteita	Venäläisten matkailijoiden käsitykset paikallisesta ruoasta Etelä-Savossa Paikallisen ruuan merkitys eri maaseutumatkailijasegmenteille.	Tuotekehitetty uusia jatkojalosteita + ruokaviemisiä. Lanseerattu D.O.Saimaa alkuperämerkki ja järjestelmä sekä kehitetty tuotteita siihen. Edistetty sesonkien hyödyntämistä ruokapalveluissa eri toiminnoilla.	Aitous, alkuperän, paikallisuuden välityminen asiakkaalle ruoassa. Tutkittua, koottua tietoa Saimaan alueen raaka-aineista ja ruokakulttuurista. Ruoan ja luonnon hyvinvointivaikutukset: nykyisen tutkimustiedon hyödyntäminen tuotteistamisessa.	Paikalliseen ruokakulttuuriin perustuvien ruokamatkailutuotteiden tuotteistaminen ja pilotointi; mm. teemoittaisten ruokareittien kehittäminen. Paikallisten tarinoiden tunnistaminen ja hyödyntäminen ruokamatkailutuotteiden kehittämisessä ja viestimisessä. Paikallisten ruokajalosteiden ja ruokaan liitettävien tuotteiden kehittäminen (mm. matkamuistot).

Etelä-Savon ruokamatkailun tavoite	Mitä tehty Etelä-Savossa		Kehittämiskohteet - mitä pitäisi tehdä	
	Tutkimus	Kehittäminen	Tutkimus	Kehittäminen
KANNATTAVUUS				
Kannattavia, helposti ostettavia ruokamatkailutuotteita	-	<p>Edistetty sesonkien hyödyntämistä ruokapalveluissa.</p> <p>Etsitty markkinointi- ja myyntikanavia mm. ruokamatkailijat -kohderyhmälle.</p> <p>Markkinointia yleisesti (maakunnan kiinnostavuuden lisääminen ruokamatkailukohteena).</p>	<p>Markkinatutkimusta: maksukykyisten asiakkaiden segmentointi.</p> <p>Paikallisten ruokamatkailutuotteiden aluetalousvaikutus.</p>	<p>Korkeatasoisten ja kannattavien ruokamatkailutuotteiden tuotteistaminen.</p> <p>Kumppanuudet ja yhteistyö kannattavuuden näkökulmasta.</p> <p>Opastetaan yrityksiä olemassa olevien myyntialustojen käytössä.</p> <p>Ruokamatkailualan esillä pitäminen -> tunnettuus ja imago</p>





HELSINGIN YLIOPISTO
RURALIA-INSTITUUTTI