

Yhdessä luonnosta
ammentaen

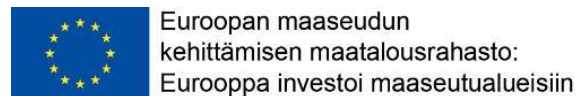


Työkalu
yrittäjille ja kehittäjille

SUOMEN RUOKAMATKAILUSTRATEGIASTA 2020-2028

Toimenpiteet vuosille 2020-2023

Kristiina Havas ja Kristiina Adamsson
Ruokamatkailua Hämeessä 2.10.2020



Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutualueisiin



Haaga-Helia
ammattikorkeakoulu Oy




Hungry
for
Finland

in association with Visit Finland

Koko strategia löytyy täältä

1.	RUOKAMATKAILU SUOMESSA – MONINAISIA MUOTOJA	6
1.1.	Ruokamatkailun trendit	9
1.2.	Ruokamatkailun kehittäminen yhdessä! Liittyminen muihin ohjelmiin ja toimenpiteisiin	12
2.	RUOKAMATKAILUSTRATEGIAN TARKOITUS – TÄTÄ TAVOITELLAAN	14
2.1.	Ruokamatkailustrategian tavoitteet	14
2.2.	Ruokamatkailun visio ja missio	15
3.	STRATEGISET VALINNAT – TULOKSENA MENESTYVÄT RUOKAMATKAILUALUEET	16
3.1.	Kohderyhmät	16
3.2.	Ruokamatkailun vastuullisuus	21
3.3.	Tuotekehitys – ruokamatkailun ydinviestit ja tuoteteemat	25
3.4.	Strategiset kumppanuudet	29
3.5.	Myynti, markkinointi ja viestintä	32
4.	RUOKAMATKAILU SUOMESSA 2028 JA STRATEGIAN TOTEUTUMISEN SEURANTA	36
4.1.	Kahdeksan vuoden päästä	37
4.2.	Laadulliset ja määrälliset mittarit	39
	Hyödynnettyjä lähteitä ja aineistoja	42
	Liitteet	44





“Why serve a
meal,
when you can
serve
a memory?”

-World Food Travel Association

Ruokamatkailun tarina -video



Ruokamatkailun visio ja missio

VISIO:

Hungry for Finland – Ruoka elämykselliseksi ja ostettavaksi osaksi Suomen matkailua vastuullisesti!

MISSIO:

Mitä useampi kokki, sen maukkaampi soppa – ympärivuotista yhteistyötä!

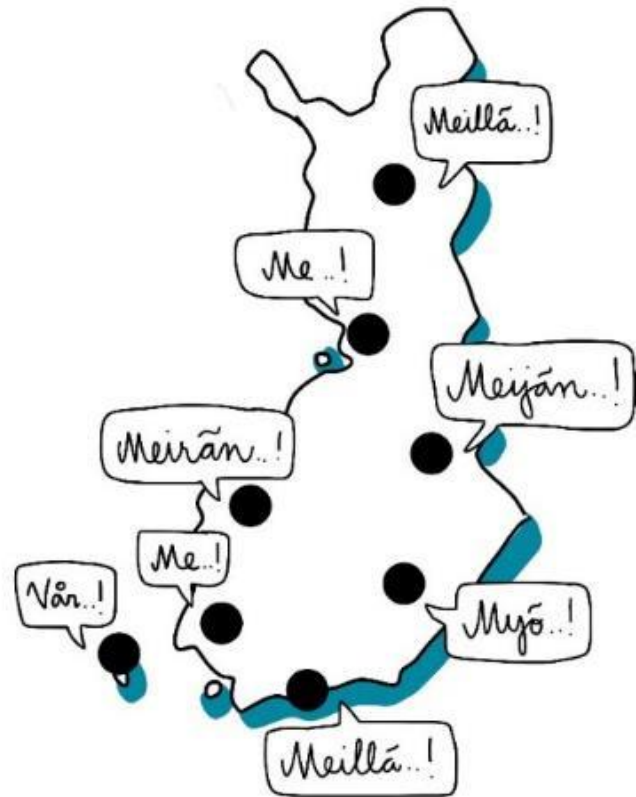


Ruokamatkailustrategian 2020-2028 tavoitteet

- Tarkoituksena kehittää kärkituotevetoisesti Suomen ruokamatkailua
- Kannustaa yhdistelmätuotteiden ja ruokareittien luomiseen
- Edistää ruokamatkailun toimijoiden yhteistyötä
- Lisää matkailu- ja elintarvikealan kilpailukykyä
- Tukee laatutason nostoa
- Määrittää ruokamatkailun kehittämisen roolitukset ja vastuut
- Parantaa suomalaisen ruokakulttuurin imagoa
- Vahvistaa ruokamatkailun Suomi-kuvaa ja viestiä yhtenä rintamana
- Tavoitteena rakentaa aktiivinen kansallinen ruokamatkailuverkosto



RUOKA&MATKAILU kehittämiskaari, valtakunnallisia toimenpiteitä



RUOKA&MATKAILU
1. VAIHE 2012-2013
Tutkimus- ja analysointivaihe
Hyvät käytänteet ja työkalut

RUOKA&MATKAILU
2. VAIHE
**Suomen RUOKA&MATKAILU
strategian koordinointi**
Tapahtumien ja teemamuseoiden
ruokatuotteen
uudistaminen, 2014- 6/2016
Ruokamatkailukilpailu 2015

RUOKA&MATKAILU
3. VAIHE
Strategian jalkauttaminen
2015-2017/ kesäkuu

RUOKA&MATKAILU
4. VAIHE
Ruokamatkailu-
kilpailu 2017
Tarinallistaminen
ruokamatkailussa
2018

RUOKA&MATKAILU
5. VAIHE

**Hungry for Finland –
Ruokamatkailun
tuotteistaminen
9/2018 -9/2021**
**Ruokamatkailu-
kilpailu 2019**

Ruokamatkailun valtakunnallinen kehittäminen vuosina 2012-2021



Miten strategia syntyi?

Kevät
2019

- Alustava kartoitus: lehtori Sonja Haaksluoto, 6 asiantuntijahaastattelua

Syksy
2019

- Benchmarking: Ruokamatkailustrategiat Skotlanti, Irlanti, Peru, Tanska, Kanada, joidenkin Ruotsin maakuntien ruokastrategiat

Elo-
lokakuu2019

- Haaga-Helian keittiömestariopiskelijoiden tekemä kartoitus TKI-opintojaksolla kohderyhmänä hotelli-, matkailu- ja ravintola-alan opiskelijat ja opettajat sekä keittiöpäälliköitä/keittiömestareita, 36 osallistujaa

Syksy
2019

- Hungry for Finland maakunnallisissa työpajoissa strategiaosuustyöskentely, yhteensä 113 osallistujaa

Elo-
maaliskuu
2019-2020

- Strategiaprosessin tukena 16 oppinäytetyötä (AMK ja YAMK)

Helmikuu
2019

- Osallistava Webropol-kysely laajalla jakelulla, strategian linjausten testaamista (n=171)

Maaliskuu
2020

- 8 hengen asiantuntijatyöpaja strategian viimeistelyyn
- Strategian lukukierros 2 asiantuntijalla

Huhti-
toukokuu
2020

- Lähdes valmiin strategian lukukierros 3 asiantuntijalla
- Hungry for Finland –ohjausryhmän kommentit
- Strategian viimeistely

Syksy
2020

- Strategian julkistus



Ruoka- matkailun kulmakiviä

3 YDINVIESTIÄ,
TUOTEEMAA

Ruokamatkailun 3 ydinviestiä / tuoteteemaa

Taste of place - Eat local
and sense Finland!

Alueellinen ruokakulttuuri,
suomalaisuus ja suomalainen
elämäntapa maistuvat

Pure & Natural -Eat slow
and healthy in Finland!

Suomalainen puhdas ruoka
tekee hyvää mielelle ja keholle

Cool & Creative - Eat wild
and happy in Finland!

Uudenlaiset, rennot ja luovat
ruokamatkailutuotteet

Taste of place -Eat local and sense Finland!

Meillä on rikas, suomalainen, alueellinen ja paikallinen ruokakulttuuri. Idän ja lännen vaikutukset sekä alueiden ruokaperinteet saavat näkyä raikkaasti. Hyödynnetään lähellä tuotettua ruokaa ja luonnonantimia. Tuodaan esille, että ruokaa saadaan suoraan esim. metsästä lautaselle ja huolehditaan ruoan alkuperän esille tuomisesta. Tutustutetaan matkailijoita suomalaisuuteen ja paikalliseen elämäntapaan ruoan kautta. Se voi olla esim. kalan savustamista tai pullan leivontaa. Suomalainen luontosuhde näkyy ruokakulttuurissamme – jokamiehen oikeudet mahdollistavat marjojen poimimisen ja sienten sekä villiyrttien keräilyyn. Pohjoinen sijaintimme tuottaa arktisia lajeja ja makuja (esim. lakka, karpalo, mesimarja ym.) Pohjoisuus ja arktisuus ovat eksoottista. Lyhyt, mutta intensiivinen kasvukausi luo voimakkaat maut suomalaisiin luonnonantimiin.



Pure & Natural

-Eat slow and healthy in Finland!

Suomalainen puhdas ruoka tekee hyvää mielelle ja keholle. Suomi on maailman puhtain ja vihrein maa, YALE Environmental Performance Index eli EPI-indeksin mukaan. Suomessa on maailman puhtainta ilmaa ja vettä. Suomalainen ruoka on puhdasta, luonnollista ja terveellistä, se tekee hyvää ihmiselle. Suomessa on Euroopan puhtaimmat elintarvikkeet ja maailman suurin luomukeruualue. Puhdas luonto tarjoaa puhtaita, vilttejä marjoja, yrttejä, sieniä, kalaa ja lihaa. Arktinen elinympäristö – talven kylmyys ja kesän valo tuovat kasveihin ainutkertaisia aromeja, flavonoideja ja muita terveysvaikutuksia vähentäen torjunta-aineiden tarvetta. Villiruoka (luonnosta saatava) on Suomen ruokamatkailun vetovoimaisin ulottuvuus. Puhtauteen ja luonnollisuuteen nivoutuu myös vastuullisuus. Se on vastuullista ruoantuotantoa, hävikin minimointia kaikissa ruokaketjun vaiheissa, paikallisten raaka-aineiden käyttöä ja enemmän ilmastoystävällisiä valintoja.



Cool & Creative

-Eat wild and happy in Finland!

Olemme tutkimusten mukaan maailman onnellisin kansa, hyödynnetään ajatusta onnellisten ihmisten ruokavaliosta. Tuotteisiin tarvitaan näkyville rohkeus, omistautuneisuus, omannäköisyys ja välittäminen. Hyödynnetään järviä, metsää, ylipäättään luontoa ja jokamiehen oikeuksia enemmän ja luovemmin. Luodaan omaperäisiä ideoita, rakennetaan ruokaseikkailuita, tehdään arkisistakin asioista tuotteita ja elämyksiä. Hyödynnetään suomalaisia ruokainnovaatioita esim. nyhtökauraa, marjajauheita, super foodeja ja terveysvaikutteisia tuotteita. Tarjotaan huolella ja sydämellä tehtyä, rentoa ja pohjoismaista ruokaa. Suomesta löytyy omanlainen ja suomalainen ravintolatarjonta. Nostetaan esille muitakin vastuullisia tuotekonsepteja lisää. Ruokamatkailu voi olla hyvin monenlaista toimintaa. Uskalletaan!



4 TOIMENPIDE- KOKONAISUUTTA

Valitut 4 toimenpidekokonaisuutta

STRATEGISET TOIMENPIDEKOKONAIUUDET

1. Vastuullinen liiketoiminta
2. Tuotekehitys
3. Strategiset kumppanuudet
4. Myynti, markkinointi ja viestintä



Vastuullinen liiketoiminta

Tavoitteet

- Ruokamatkailutoimijat toimivat vastuullisten periaatteiden mukaisesti
- Ruokamatkailu hyödyntää paikallisuutta niin raaka-aineiden hankinnassa, työvoimassa, alihankinnoissa, kulttuuriperinteissä kuin tarinoissakin
- Vastuullisuus tuodaan harkitusti esille markkinoinnissa ja viestinnässä



Vastuullisuus ruoka- matkailussa

- Ympäristö-
• näkökulma

Ekologisuus
Hiilijalanjälki
Ilmatoruoka
Luonnonvarojen
käyttö

- Sosiaalinen
• näkökulma

Monimuotoisuus
Tapakulttuuri
Yhdenvertaisuus

Kestävä kehitys ruokamatkailussa

- Taloudellinen
• näkökulma

Saavutettavuus
Saatavuus
Hinta-laatu

- Kulttuurinen
• näkökulma

Traditiot
Kehittyminen
Kulttuuriperintö
(hyödyntäminen,
arvostus,
ylläpitämien)

Vastuullisen ruokamatkailun toimenpiteet ja vastuutahot

Käytetään lähiruokaa: hankitaan raaka-aineet paikallisilta tuottajilta, ja käytetään paikallisia tai ainakin suomalaisia ruoka-aineita tai -tarvikkeita (jolloin tuetaan paikallista työllisyyttä ja taloutta ja vähennetään kuljetuksista syntyviä päästöjä)

Yritykset
Aitoja makuja - valtakunnallinen ruoka-alan tietolähde ja elintarvikeyritysten hakupalvelu
Ruokasektorin valtakunnallinen koordinaatiohanke

Käytetään luomua, villikalaa, riistaa, suomalaisia marjoja ja sieniä, villiyrtejä ja nimisuojuja tuotteita ja korostetaan suomalaisen luonnon puhtautta.

Yritykset

Käyttämällä luomutuotteita osoitetaan, että huomioidaan ympäristön, eläinten sekä ihmisten hyvinvointi. Vastuullinen matkailija arvostaa näitä asioita.

Yritykset

Minimoidaan jätteen määrää, kierrätetään ja kompostoidaan. Minimoidaan hävikkiä ja hyödynnetään ylitse jäävä ruoka eri tavoin (esim. ResQ Club). Opastetaan asiakkaita vähentämään lautashävikkiä.

Yritykset

Säästetään energiaa ruuanvalmistuksessa ja säilytyksessä ja pyritään minimoimaan etenkin kylmälaitteiden energiankulutus. Suositetaan uusia energiaa käyttäviä raaka-ainetoimittajia.

Yritykset

Vältetään kertakäyttöisiä astioita ja vähennetään muovin käyttöä.

Yritykset

Tarjotaan hanavettä pulloveden sijaan ja kerrotaan sen puhtaudesta.

Yritykset

Lisätään kasvisruokien osuutta.

Yritykset

Suositaan sesonkeja: kaikilla raaka-aineilla, myös tuontituotteilla, on sesongit. Tällöin raaka-aineet ovat maukkaimpia, laadukkaimpia ja edullisempia. Näin saadaan myös ruokalistalle luonnollista vaihtelua. Annetaan Suomen, alueen ja sesongin tyypillisten piirteiden näkyä ruokalistalla ja aamiaisella.

Yritykset

Koulutetaan henkilökunta vastaamaan asiakkaiden kysymyksiin ruokaketjun ja valmistuksen vastuullisuudesta.

Yritykset ja koulutusorganisaatiot ja ruokamatkailuhankkeet

Paikallisuuden ja vastuullisuuden tulisi näkyä myös asiakastiloissa niin sisällä kuin ulkona ja mahdollisten myytävien tuotteiden pakkauksissa.

Yritykset

Hyödynnetään tarinoita lähiruuan takana, sillä alkuperä osoittaa arvostusta paikallisia tuottajia kohtaan ja tuo lisäarvoa asiakkaalle

Yritykset, ruokamatkailuhankkeet ja alueelliset matkailutoimijat

Koulutus vastuullisesta liiketoiminnasta, myös online-kursseja.

Visit Finland / Sustainable Travel Finland ja koulutusorganisaatiot, yrittäjät

Tuotekehitys

Tavoitteet

1. Kaikilla Suomen matkailualueilla on kärkituotteita ja laadukkaita ruokamatkailutuotteita, jotka heijastavat alueen raaka-aineita, historiaa, perinteitä, tarinoita ja elämäntapaa. On syntynyt yhdistelmätuotteita, ruokareittejä ja ruokamatkailuverkostoja. Yhteistyöhön on saatu vahvasti mukaan myös elintarviketuottajia.
2. Kansainvälisten matkanjärjestäjien tuotannossa ja My Stay-palvelussa (tai sen tuleva vastaava palvelu) ruokamatkailutuotteiden määrä on kasvanut. Periaatteessa Visit Finlandin My Stayn listaukset tuotteista toimivat sellaisinaan myös kotimaisille matkailuasiakkaille.
3. Kansainvälisesti kiinnostavat ja luovat ruoka- ja ruokamatkailutuotteet ovat vahvistuneet ja niitä on tullut lisää.



Strategiset kumppanuudet

Tavoitteet

- Vahvistaa ruokamatkailun asemaa kehittämisverkostoja hyödyntäen
- Yritykset, organisaatiot ja alueet aktivoidaan vahvemmin mukaan ruokamatkailun kehittämistoimintaan.
- Selvitetään Hungry for Finland ruokamatkailun pysyvän yhteistyöorganisaation toiminnan käynnistämistä.
- Luodaan kumppanuuksia, yllättäviäkin, toimialarajoja ylittäviä, tuetaan uusia avauksia ja rohkeita kokeiluja.



Tavoitteena rakentaa aktiivinen kansallinen ruoka- matkailu- verkosto



Myynti, markkinointi ja viestintä

Tavoitteet

- Vahvistetaan ruokamatkailun ydinteemojen käyttöä ruokamatkailutuotteissa ja viestinnässä (**Taste of Place, Pure & Natural, Cool & Creative**). Näin tuoteteemat näkyvät selkeästi tuotetarjonnassa ja yritysten omassa viestinnässä.
- Ruokamatkailun yhtenäisen ydinviestin, tarinan saattaminen edelleen yrittäjien ja kehittäjien käyttöön.
- Vahvistetaan matkailun suuralueiden (Helsinki Region, Lakeland, Coast & Archipelago ja Lapland) ruokamatkailun profilointia ja brändäystä (sovittuja tekoja) sekä sitä tukevaa viestintää.
- Lisätään ruokamatkailun kärkituotteiden kansainvälistä ja kotimaista tunnettuutta tehokkaalla monikanavaisella viestinnällä.
- Lisätään ruokamatkailutuotteiden saatavuutta ja myyntiä online-kanavissa.



Neljä pääaluetta Suomen ruokamatkailun markkinoinnissa

ARCHIPELAGO

People of the coast and archipelago have always lived off the sea. The world's largest archipelago is home to thousands of seafood dishes, all with their own regional character. However, marinated Baltic herrings and black archipelago bread are available nationwide.



LAPLAND

Arctic Lapland is a land of extremes. The frigid, dark winters make way for summers of endless days and midnight sun. These harsh conditions nurture some truly exceptional nature. Cloudberries, reindeer, lichen and other wild foods are the taste of Lapland.

LAKELAND

The Land of a Thousand Lakes is obviously known for its fish delicacies and pure water. But where forests blanket the land, hunting and game have deep roots. The forest is a trove of wild food, and berries and mushrooms can be found in some form at any feast. Bread is also deeply ingrained in Lakeland culture.

HELSINKI

The nation's capital is enjoying something of a culinary boom at the moment. New restaurants offering Nordic cuisine are popping up constantly. They all share a passion for clean, local ingredients and seasonal cooking. The people of Helsinki do their part on Restaurant Day, when citizens and travelers take up the streets and their neighbours' homes to sample dishes from pop-up restaurants put up by their fellow citizens.

Lisätietoja

www.hungryforfinland.fi

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

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

Kristiina Havas, projektipäällikkö

kristiina.havas@haaga-helia.fi

Kristiina Adamsson, projektiasiantuntija

kristiina.adamsson@haaga-helia.fi

Teemu Moilanen, projektiasiantuntija

Teemu.moilanen@haaga-helia.fi



HUNGRY FOR FINLAND!

PUHDAS, TURVALLINEN, AITO, LAADUKAS JA POHJOINEN!

Valokuvat:

Elisa Manninen - Netta Pitkänen – Tiina Arponen



Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutualueisiin



Haaga-Helia
ammattikorkeakoulu Oy



Hungry
for
Finland

in association with Visit Finland