

Loviisan alueen ruokamatkailukartoitus

Kirsi Makkonen

Opinnäytetyö
Hotelli- ja ravintola-alan
koulutusohjelma (keittiömestari)
2016



Tekijä(t) Kirsi Makkonen	
Koulutusohjelma Hotelli- ja ravintola-alan (keittiömestari) koulutusohjelma, Helsinki	
Opinnäytetyön otsikko Loviisan alueen ruokamatkailukartoitus	Sivu- ja liitesivumäärä 58+13
<p>Tämä toiminnallinen opinnäytetyö on tehty toimeksiantona Malmgårdin Kartanolle. Työn tavoitteena on kartoittaa osallistuvaa havainnointia apuna käyttäen Loviisan alueen potentiaalisen ruokamatkailun mahdollisuus ja lisätä alueellista yhteistyötä luomu- ja lähiruokatuottajien kesken. Rajaus työlle tehtiin valitun kohderyhmän ja alueellisen kriteerin mukaan.</p> <p>Tällä työllä vaikutetaan myös Suomen ensimmäiseen ruokamatkailustrategian jalkautumiseen tuomalla esiin Loviisan alueen ympärivuotiset ruokamatkailutilat ja valmiit ruokamatkailutuotteet. Strategian käynnistäjinä on ollut maa- ja metsätalousministeriö sekä Visit Finland. Hanketta koordinoi Haaga-Helia ammattikorkeakoulu.</p> <p>Opinnäytetyön tietoperustassa käsitellään Suomen ensimmäisen ruokamatkailustrategian tarkoitusta ja tuotekehityksen kannalta tärkeitä strategisia tuoteiteemoja sekä tuotteistamisen ja kärkituotteiden esiin tuomisen tärkeyttä. Tietoperusta käsittelee kansainvälisesti tunnistettuja ruokailmiöitä ja ruokamatkailun kehityksen suuntaa globaalisti sekä pohjoismaiden menestymistä ruokamatkailussa.</p> <p>Tietoperustassa kerrotaan myös luomu- ja lähiruokan määrätykset ja miksi ne ovat tärkeässä asemassa ruokamatkailussa. Tietoperustassa käsitellään myös miksi pohjolan ruokavalio mielletään kuuluvaksi skandinaaviseen ympäristöön ja miksi Suomi hyötyy Nordic Kitchen -ajattelusta. Lisäksi tietoperustassa kerrotaan mihin tilaisuuksiin kartoituskäyntejä on tehty. Näihin tilaisuuksiin osallistumisella saatu tieto hyödyntää toimeksiantajaa sekä Suomen ensimmäistä ruokamatkailustrategian jalkauttamista.</p> <p>Opinnäytetyön kartoitusosuus koostuu luomu- ja lähiruokaselvityksestä, jonka päätavoitteena on kartoittaa Loviisan alueen ruokamatkailuyritykset. Selvityksen avulla tuodaan esille sellaiset yritykset, jotka pystyvät tarjoamaan elämyksellisiä ja autenttisia kokemuksia matkailijalle. Yritysten tulee pystyä myös tuotteistamaan ruokamatkailutuotteita. Selvityksen pohjalta syntyneen tuotoksen; Ruokamatkailukierros- tuotteen toivotaan vahvistavan ryhmä- ja yksilömatkailua Loviisan alueella. Selvityksen tuloksista paikallisille toimijoille vastaa toimeksiantaja ja ajan saatossa Suomen ensimmäinen ruokamatkailustrategian jalkautuminen ja siitä viestiminen.</p>	
Asiasanat Ruokamatkailu, Kartoitus, Yhteistyö, Tuotteistus, Paikallisuus, Lähiruoka, Luomuruoka	

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Suomen ruokamatkailun strategia	5
2.1	Ruokamatkailutuotteet	6
2.1.1	Hyvinvointimatkailu	8
2.1.2	Kulttuurimatkailu	9
2.1.3	Kesän luonto- ja talvimatkailu.....	9
2.1.4	Ruokamatkailun tuotteistaminen ja kärkituotteet	10
2.2	Kansainvälisesti tunnistetut ruokailmiöt ja ruokamatkailun kehitys	12
3	Lähi- ja luomuruoka ruokamatkailussa	15
3.1	Lähi- ja luomuruoan määritelmät	15
3.2	Miksi lähi- ja luomuruoka on tärkeässä asemassa ruokamatkailussa?	15
3.3	Pohjolan ruokavalio.....	17
3.4	Yhteenveto ruoan ravitsemussuosittelujen hyödyistä ja mahdollisuudesta ruokamatkailijalle.....	18
4	Loviisan alueen ruokamatkailun kartoittaminen	20
4.1	Tavoitteiden asettelu ja kartoituskäyntikohteet	20
4.2	Triangeli-hanke	21
4.3	Kartoituskokous lähiruokatuottajista	23
4.4	Ruokamatkailutyöpaja.....	24
4.5	East East Local-tapahtuma	25
4.6	Kartoitusvaiheen yhteistyökumppanit	27
4.7	REKO- lähiruokarengas	29
5	Ruokamatkailukierroksen kehittäminen	30
5.1	Tutustuminen alueelliseen antiin	31
5.2	Malmgårdin kartano	33
5.3	Labby Gårdin tila.....	35
5.4	Rutumin Kartano	36
5.5	Hultgård Luomutila.....	38
5.6	Huhtasrinteen kotihunaja	39
5.7	Villa Mandala	40
5.8	Lillymaris Luomutila	41
5.9	Strömforsin Ruukki.....	42
5.10	Kal´s Specialty Foods	44
5.11	KomKom Ky.....	45
6	Pohdinta ja yhteenveto.....	47
6.1	Tavoitteiden saavuttaminen ja johtopäätökset.....	47
6.2	Yhteenveto kartoituskäynneistä	48

6.3 Kehittämis- ja jatkotutkimusehdotukset	50
Lähteet	54
Liitteet.....	59
Liite 1. Malmgård.....	59
Liite 2. Labby Gård.....	60
Liite 3. Rutumin Kartano.....	61
Liite 4. Hultgård.....	62
Liite 5. Huhtasrinteen kotihunaja	63
Liite 6. Villa Mandala	64
Liite 7. Lillymaris Luomutila	65
Liite 8. Strömforsin Ruukki	66
Liite 9. Kal's Specialty Foods	68
Liite 10. KomKom Ky.....	69
Liite 11. Loviisan alueen ruokamatkailua edistävät ravintolat,.....	70
kahvilat, majoituspalvelut ja kokous- ja ohjelmapalvelut 2016	70
Liite 12. Ruokamatkailukierros, -tuote	73
Liite 13. Yhteenveto Loviisan alueen kärkituotteista	74

1 Johdanto

Opinnäytetyön toimeksiantajana tälle työlle on Malmgårdin Kartano Loviisasta. Tässä työssä tehdyn kartoituksen avulla kehitetään yhteistyömahdollisuutta toimeksiantajan ja muiden paikallisten yrittäjien kanssa. Yritysten verkottumisen kautta he yhdessä pystyvät edistämään Loviisan alueen ruokamatkailua ja paikallisesti tuotetun skandinaavisen tuoreen ruoan esille tuomista. Toimeksiantajan toiveena oli että, kartoituksessa saatu tieto ja tuotos lisäisi potentiaalista ryhmämatkailua Loviisan alueella.

Tällä prosessilla vaikutetaan myös Suomen ensimmäiseen ruokamatkailustrategian jalkautumiseen ja tuotteistamiseen. Hanketta koordinoi Haaga-Helia ammattikorkeakoulu. Sen on käynnistänyt ja rahoittanut maa- ja metsätalousministeriö ja Visit Finland. Suomi tarvitsee tulevaa ruokamatkailustrategiaa, jotta se pystyy lisäämään matkailun vetovoimaa, parantamaan paikallisten yritysten kilpailukykyä ja houkuttelevuutta. Lisäksi sen halutaan vaikuttavan yritysten tulokselliseen yhteistyöhön ja parhaimmillaan ruokamatkailusta saadaan strategian avulla alueellisen matkailubrändin yksi keskeinen elementti.

Ruokamatkailustrategialla pyritään edistämään kotimaan- ja ulkomaanmatkailua siten, että sen avulla tuodaan esille paikallisesti tuotettuja laadukkaita raaka-aineita, lähi- ja luomuruokaa, tarinoita, historiaa, kärkituotteita ja ruokakulttuuria. Matkailijoille halutaan tuottaa kulinaarinen ja kulttuurinen kokemus suomalaisesta puhtaasta, ekologisesti ja eettisesti tuotetusta sekä terveellisestä ruoasta.

Ruokamatkailun kehittämisessä käytetään strategisia keihäänkärkiä eli temaattisia painopistealueita hyödyksi, koska ne ovat juuri niitä suomalaisen ruokamatkailun vahvuuksia, jolla pystytään lisäämään kansainvälistä kilpailukykyä. Taste of place; alueellinen ruokakulttuuri, jossa suomalaisuus näkyy kulttuurina ja elämäntapana. Pure pleasure; Suomalaista puhdasta ruokaa luonnosta joka mahdollistaa vahvan luontokokemuksen. Cool and creative from Finland mahdollistaa ruokailmiöiden kansainvälisen näkyvyyden. Painopistealueiden avulla kehitetään ja tuotteistetaan suomalaisia paikallisia ruokamatkailutuotteita sekä tehdään niistä houkuttelevia ja ostettavia. Painopisteiden avulla nostetaan ruoan ja ruokailun asemaa matkailutuotteen kehittämisessä. Lisäksi strategiassa pyritään vahvistamaan liiketoiminnallista matkailun kehittämistä. Työssä kuvataan myös matkailun tuoteteemoja, joita ovat hyvinvointi-, kulttuuri-, kesän luonto ja talvimatkailu. Kaikkien teemojen yhteinen painopistealue on suomalainen paikallinen lähi- ja luomuruoka.

Tämän opinnäytetyön päätavoitteena on kartoittaa Loviisan alueen luomu- ja lähiruokamatkailuyritykset ja lisätä yhteistyömahdollisuutta niiden kesken. Opinnäytetyön

haasteeksi on muodostunut paikallisesti ja vastuullisesti tuotetun suomalaisen ruoan ja matkailun kokonaiskuvan luominen Loviisan alueen ruokamatkailusta. Selvitettäväksi jää syntykö tarjonnasta sellaista. Kartoituksen avulla pyritään saamaan selville myös jo olemassa olevat ruokamatkailuverkostot ja valmiit ruokamatkailutuotteet.

Selvityksessä on listattuna Loviisan alueella ympärivuotisesti toimivia ruoka- ja ruokamatkailutiloja. Tilaselvityksen kautta autetaan toimeksiantajaa löytämään paikallisia ruokatai ruokamatkailutuotteita Loviisan alueelta. Tuottajien esiintuominen kartoituksen kautta lisää alueellista liiketoimintaa yritysten välillä ja antaa yrittäjille mahdollisuuden linkittyä keskenään. Yritysten on myös helpompi aktivoitua tekemään markkinointiyhteistyötä ja nostaa alueellisesti tuotetun suomalaisen ruokamatkailun arvoa. Loviisan alueen ruokamatkailun kokonaiskuvan kartoittamisella lisätään alueellista tuotekehitysyhteistyötä tilojen välillä. Sen tarkoitus on helpottaa paikallisten lähi- ja luomutilojen yhteistyötä matkailun tuotteistamisessa ja kärkituotteiden esiin tuomista ruokamatkailijoille. Tekemällä yhteistyötä tuotteistamisessa tehostetaan ruokamatkailun houkuttelevuutta kotimaisille ja kansainvälisille matkailijoille. Paikalliset tuottajat ja heidän asiakkaat saadaan tekemään yhteistyötä verkostumalla. Sen tekeminen kasvattaa samalla koko alan kilpailukykyä. Toimenpiteillä lisätään ja vahvistetaan tuottajien välistä tiedonvaihtoa ja työnjakoa.

Opinnäytetyön tuotososuus koostuu Ruokamatkailukierros -nimisestä tuotteesta, jonka kehittämiseen on käytetty kartoittamalla saatua tietoa luomu- ja lähiruokatuottajaselvityksestä. Tuotos ei ole pitkä, mutta prosessi on ollut monivaiheinen ja sen tekemiseen on käytetty osallistuvalla havainnoinnilla, internetistä ja yrittäjiltä itseltään puhelimitse saatua tietoa. Tuotteen on tarkoitus palvella ja edistää Malgårdin Kartanon, Rutumin Kartanon, KomKom Ky kotieläintilan ja Lillymaris luomutilan ruokamatkailua. Tuote on tämänhetkinen tuoteaihio, jonka toteuttaminen tapahtuu matkatoimisto Porvoo Toursissa vuonna 2017.

Tässä työssä tehdään lisäksi pienimuotoinen katsaus Ruotsin maakuntien menestymisestä ruokamatkailustrategiassaan ja kansainvälisiin tunnistettuihin ruokailmiöihin sekä ruokamatkailun kehitykseen globaalisti. Yrityksen kilpailukykyyn kehittämisessä ja ylläpitämisessä on tärkeää seurata muuttuvaa toimintaympäristöä muun muassa teknologian ja prosessien osalta. Havainnoimmalla muiden innovaatioita voidaan auttaa omaa liiketoimintaa kehittymään kilpailukykyisemmäksi. Tämä puolestaan saattaa lisätä koko Loviisan alueen ruokamatkailua, jopa kansainvälisesti kiinnostavaksi ruokamatkailukohteeksi.

Rajaus tälle opinnäytetyölle tehdään alueellisen ja valitun kohderyhmän tarpeiden sekä toimeksiantajan toiveen mukaan. Aineistoa rajaukselle hankittiin käymällä Itä-Uusimaalaisissa

hanketilaisuuksissa ja ruokamatkailutiloilla. Käyntien kautta pystyttiin arvioimaan, miten ruokamatkailu on kehittynyt jo nyt Itä-uudellamaalla ja miten sitä kehitetään.

Tässä työssä kartoittamisesta saatua tietoa ja tavoitetta pohditaan lopuksi ruokamatkailustrategian määrittelemällä ruokamatkailun kehittymisen seurannan ja tavoitteiden kautta. Arvioimiseen käytetään strategian kolmea erilaista mittaria, joista määrällisillä tavoitteilla seurataan kansainvälisesti kiinnostavien kärkituotteiden lisääntymistä, Visit Finlandin tuoteteemojen; hyvinvointi-, kulttuuri-, kesänluonto- ja talvimatkailu, ruokamatkailutuotteiden- ja ruokamatkailuverkostojen sekä yhdistysten lisääntymistä. Imagollisilla ja viestinnällisillä tavoitteilla mitataan sosiaalisen median näkyvyyttä ja sen vaikuttavuutta. Laadullisilla tavoitteilla tuetaan suomalaisen ruokakulttuurin Taste of Place-ajattelun kehittymistä. Näitä haasteellisia mittatavissa olevia asioita arvioidaan havainnointitutkimuksilla, yhteistyön ja verkottumisen kehittymistä alueellisesti ja kansallisesti sekä ruokamatkailun kehittymistä kansalliselle tasolle ja yhteisen toimintaverkon vakiintumista. (Havas, Adamsson & Sievers 2015, 25.)

Työn toimeksiantaja Malmgårdin Kartano Itä-Uudeltamaalta on laittanut tavoitteekseen kehittää skandinaavista paikallista ruokamatkailua ja tehdä yhteistyötä Loviisan seudun matkailuyrittäjien sekä muiden lähialueen ruokatoimijoiden kanssa. Vuonna 2015 järjestettiin Suomessa kansallinen ruokamatkailukilpailu, jolla haluttiin hakea parhaita ruokamatkailukohteita ja samalla kehittää ruokamatkailua Suomessa. Kilpailuun osallistui 77 yritystä, joista Malmgårdin Kartano palkittiin kolmen muun yrityksen kanssa parhaana sarjassa ruokamatkailuteko. Kriteereinä valituksi tulemiseen vaikuttivat, että kartanon toiminta on asiakaslähtöistä ja se kehittää alueellista yhteistyötä. Lisäksi se on tuotteistanut historiansa, kulttuurinsa ja perinteensä sekä toimii lähi- ja luomutilana. Kriteereiden täyttymisen myötä Malmgårdin Kartano antaa asiakkaalle mahdollisuuden ainutlaatuiseseen ruokamatkailukokemukseen.

Malmgårdin kartanolla on pitkä historia takanaan alkaen 1606-luvulta, jolloin kuningas Kaarle IX läänitti 30 tilaa silloisessa Pernajan kylässä ja hyvitti ne soteleskeksi jääneelle virolaiselle Catharina Hess Von Wichdorffille. Catharinan mentyä naimisiin Ernest (Larsson) Creutzin kanssa vuonna 1614 siirtyi läänitys miehen omistukseen. Vuonna 1625 kuningas Kustaa II Aadolf laajensi läänityksen lahjoitukseksi. (Malmgårdin historia ja tarina.)

Malmgårdin tilan rakennus on ollut tavanomainen herraskartano aina 1880-luvulle asti. Alkuperäinen päärakennus oli empiirityylinen kaksikerroksinen puutalo, joka sai Kreivi Carl Mangus Creutzin aikana vuonna 1882- 1885 uuden päärakennuksen, linnan. Tyyliiltään se oli hollantilaista uusrenessanssia. Linnan oli suunnitellut F.A. Sjöström. Tänä päivänä kaksikerroksinen kartano on muurattu peittämättömästä tiilestä ja on tyyliiltään harvinaista

pohjoisranskalaista renessanssia. Linnaa ympäröi englantilaistyylinen maisemapuisto, joka on saanut ilmeensä kahden suunnittelijan puutarhuri M. G. Steniuksen 1884 ja maisema-arkkitehti A. F. Rydbergin 1890 piirrusten mukaan. (Malmgårdin linna.)

Käydessäni ensimmäistä kertaa Malmgårdin tilalla pyysin Henrik Creutzia kertomaan kartanon mission ja vision Creutz kuvaili Malmgårdin missiota luomutilaksi, joka haluaa jatkaa vanhaa viljaperinnettä ja kasvattamalla alueellisesti sopivaa viljaa. Malmgårdin visioksi hän kertoi olevan luomutuotteiden kehittämisen ja tuotekehityksen tekemisen asiakkaiden avulla. Kartano kuvaa omaa strategiaansa olemalla viljatila, joka haluaa jalostaa omista raaka-aineista ja omilla resepteillä kärkituotteita. Tavoitteena on yhdistää korkea laatu sekä tuoreus Malmgårdin brändiin.

Omistajasuku Creutz on ollut kartanon herrana sen koko pitkän historian ajan. Omistajina on ollut suvun 16 miespuolista jäsentä. Tämän hetken omistaja Henrik Creutz on 17. sukunsa edustaja. Malmgårdin kartano sijaitsee Koskenkylänjoen varrella Loviisassa. Tila on vastuullinen ja ekologinen toimija - sen sähkökin tuotetaan oman kosken vesivoimasta. Sillä on peltopinta-alaa lähes 500 hehtaaria ja se onkin erikoistunut luonnonmukaiseen viljelyyn ja tuotteidensa jalostamiseen.

2 Suomen ruokamatkailun strategia

Suomen ensimmäisen ruokamatkailustrategian tarkoitus on lisätä suomalaisen ruoan merkitystä matkailussa. Positiivinen Suomi-kuva halutaan saada kehittämällä ympärivuotisia ruokamatkailutuotteita ja ruokaelämyksiä ulkomaalaisille ja suomalaisille matkailijoille. Ruoalla on iso merkitys matkailuelämyksen tuottajana. Ruokakulttuurin positiivinen kuva parantaa suomalaisen ruoan tunnettavuutta, imagoa ja houkuttelevuutta. Strategian käynnistäjinä ja rahoittajina on ollut maa- ja metsätalousministeriö sekä Visit Finland. Haaga-Helia koordinoi ja kehittää tätä hanketta eteenpäin. (Visit Finland 2015a.)

Hankkeen keskeinen tavoite on määritellä kehittämisen ja roolien yhteinen päämäärä. Strategisilla toimenpiteillä saavutetaan suomalaisia laadukkaita ja houkuttelevia kärkituotteita matkailijoille. Matkailutuotteiden kehitettävät painopisteet ovat suomalainen puhdas ruoka ja elämäntapa sekä kansainvälisesti tunnustetut ruokaperinne ja kulttuuri-ilmiöt alueittain. Strategista kehittämistä tehdään juuri tuotekehityksellä: etsimällä kärkituotteita, strategisia kumppaneita ja viestintämahdollisuutta näiden välille. (Havas, Adamsson & Sievers 2015, 2.)

Ruokamatkailun määritelmässä tulee huomioida ruokamatkailuyrityksille tärkeitä osa-alueita kokonaisvaltaisesti (kuvio 1).



Kuvio 1. Ruokamatkailun tärkeät elementit ja osa-alueet eli kivijalat (RUOKA&MATKAILU-hanke 2013.)

Menestyvien matkailuyritysten olisi hyvä hyödyntää ruokamatkailustrategiassa määriteltyjä osa-alueita pärjätäkseen paremmin tällä kasvavalla alalla. Ruokamatkailu parhaimmillaan tarjoaa matkailijalle paikallisuutta, kulttuuriperinteitä, elämyksiä sekä tarinoita. Suomalaisista puhtaista

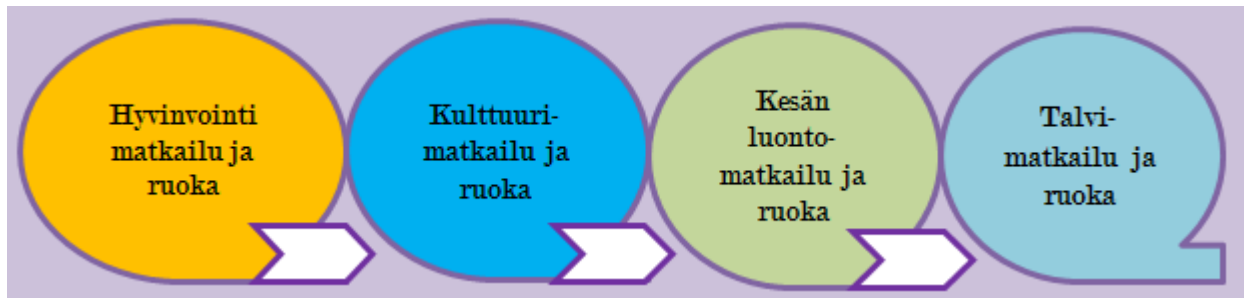
ja sesonkien maukkaista raaka-aineista on mahdollisuus rakentaa räätälöity ruokamatkailutuote. Se osallistaa ja antaa tekemistä matkailijalle, joka voi oppia uutta ja saada ainutlaatuisen suomalaisen matkailuelämyksen. Niitä voidaan tarjota katu-, koti-, tai ravintolaruokailun muodossa sekä ohjattuna ruoan tekemisenä. Matkailijalle ruoan nauttiminen tai tekeminen kulttuuriympäristössä tai luonnon helmassa on elämyksellinen kokemus. Paikallisten yrittäjien pitää enemmän tuotteistaa ja verkostua sekä saada näkyvyyttä markkinoinnissa ja myynnissä. Yhteistyön tekeminen toimijoiden ja heidän logistiikkansa kanssa on välttämätöntä. Tuottajien tulee tuntee arvostusta omaa työtään, kuin tuotettaan kohtaan ja se kannattaa mitoitaa rahallisesti hyvin. (Havas, ym. 2015, 2–4.)

Ruokamatkailuun keskittyvän yrityksen tulisi huomioida ajankohtaiset ja olennaiset trendit. Tällä hetkellä ollaan autenttisilla jäljillä ainutlaatuisia elämyksiä haettaessa. Matkailijat hakevat yksinkertaisia ja ainutkertaisia elämyksiä. He haluavat tutustua kohdemaan kulttuuriin ja paikallisuuteen osallistumalla ja oppimalla. Pohjoismaalainen terveellinen, puhdas ekologisesti ja eettisesti tuotettu lähiruoka itse valmistettuna vähäisillä raaka-aineilla on trendikästä. Ruoasta saadut elämykset yhdistettynä, vaikka musiikkiin tai tuoksuihin ja ääniin ovat ainutkertaisia ja haluttuja kokemuksia matkailijoille. (Havas, ym. 2015, 5.)

Kansainvälisillä vaikutteilla on oma merkityksensä ruokamatkailussa. Globalisaation ja lokalisaation vuorovaikutus vaikuttaa matkakohteen ruokatarjontaan positiivisesti. Heterogenisoitumisen ja autenttisuuden on todettu lisäävän paikallisesti tuotettujen tuotteiden suosiota. Tietoisuus alueellisesta ja paikallisesti tuotetusta ruoasta sekä kulttuurista on globalisaation myötä voimistunut, mutta nämä eivät kuitenkaan ole uhkana toisilleen. Ruoan autenttisuus, onko se lähellä tuotettua vai itse tehtyä on asia, jota kuluttajat haluavat. Suomalainen ja täällä tuotettu ruoka on Euroopan puhtainta ja todellinen vetovoimatekijä ulkomaalaisille matkailijoille. Suomalaiset elämäntavat maaseutumatkailussa on nidottava kiinnostavaksi laadulliseksi kokonaisuudeksi luonnon, ruoan ja kulttuurin osalta. (Havas, ym. 2015, 6–7.)

2.1 Ruokamatkailutuotteet

Suomen ensimmäinen ruokamatkailustrategia antaa suuntaviivat yrityksille, jotka haluavat kehittyä kasvavalla ruokamatkailualalla. Visit Finlandin laatimissa matkailun tuoteteemoissa (kuvio 2) on neljä kehittämisstrategista aihepiiriä.



Kuvio 2. Ruokamatkailutuotteen tuoteteemat. (Hungry for Finland 2015.)

Matkailun tuoteteemat antavat suunnan yritykselle siitä, kuinka ruokatuotteessa huomioitaisiin ainakin paikallisuus, aitous ja alkuperä. Paikallisesti tuotetussa ruoassa tulisi esille lähi-, villi- ja luomuruoka sekä EU:n myöntämät nimisuojuustuotteet. Yrittäjän ylpeys omasta tuotteestaan ja sen tekijöistä olisi näkyvä osa asiakasvierailuiden yhteydessä. Yritysten kannattaisi hyödyntää maantieteellistä sijaintiaan, tarinoita, vuodenaikoja ja paikallisuutta saaden näin enemmän vaihtoehtoja tarjontaan ruokamatkailijoille. Matkailijoille tulisi kuvata paremmin omia yrityskohtaisia tuotteita teema huomioiden. Henkilökunnan olisi hyvä osata kertoa, miten tuote on valmistettu tai mitä raaka-aineita siihen on käytetty. (Hungry for Finland 2015.)

Tuotteiden tilamyynnillä lisätään yrityksen näkyvyyttä paikallisesti, kansainvälisesti ja alueellisesti. Tuotteethan ovat matkailijalle yrityksen ydinviesti, jolla se kertoo tuotteen ensiluokkaisuuden, juuret ja omaleimaisuuden sekä tuotetun tuotteen alueellisesta hyvinvoinnista ja elämyksellisyydestä. (Aitoja makuja.) Tuottajien tulisi keskittyä tuotteen markkinointiin ja visuaalisuuteen verkkokauppamyynnissä. Asiakkaille pitäisi saada houkuttelevia ja nopeasti hahmoteltavissa olevia kuvia tuotevalikoimasta, jotta se lisäisi ja helpottaisi tuotteen ostettavuutta. (Hungry for Finland 2015.)

Kansainvälinen näkyvyys saavutetaan kehittyvien jakelukanavien (place) kautta, joissa näkyä tyytyväisen asiakkaan käyttäytyminen markkinointikanavissa yrityksen eduksi. Markkinoinnin onnistuminen edellyttää, että asiakkaat pitävät tuotteista ja saavat mielenkiintoisen kokemuksen. Palvelujen tuottajat toimivat asiakkaille kauppapaikkana, joten kansainvälinen kauppa tulisi hoitaa matkailijoille jakelukanavien kautta. Jakelukanavat ovat 4P-mallin mukaan jaoteltuja eli tuote (product), hinnoittelu (price), jakelukanavat (place) ja markkinointiviestintä (promotion). Kansainvälistä näkyvyyttä markkinoinnissa kannattaa hyödyntää Visit Finlandin alueellisten markkinointitapahtumien kautta. (Saari, Oksanen & Ruokamo 2014, 4–5.)

Visit Finlandin tuoteteemoissa on muutamia tärkeitä asioita, joita yrityksen olisi hyvä huomioida ruokamatkailutuotteessaan. Ruoan esillelaittoon ja tarjoiluun kannattaa panostaa hyödyntämällä suomalaisia luonnontuotteita niin tarjoilussa, kuin ruokateemoissa. Ruoan siistiin ja esteettiseen esillepanoon sekä kirjalliseen ja suulliseen esittelyyn olisi hyvä kiinnittää huomiota. Yrittäjän

tulisi tuntee asiakas niin hyvin, että tunnistaa hänen tarpeensa ja toiveensa. (Hungry for Finland 2015.)

2.1.1 Hyvinvointimatkailu

Hungry for Finland hankkeessa on laadittu hyvinvointimatkailulle teemakohtaiset tuotesuosituksset määrittelemällä ruoan terveellisyys, alkuperä ja ruoan nautinnollisuus. Tuotesuosituksessa halutaan hyödyntää puhtaasta luonnosta saatavia ja kerättäviä raaka-aineita. Vuodenajat huomioiden suunnitellaan terveellinen ruokavalio, jossa hyödynnetään kasviksia, marjoja, hedelmiä, kalaa, täysjyväviljaa sekä puhdasta suomalaista hanavettä juomana. Suomen luonnosta saatavat villiyrtilit ja luonnonmarjat ovat parasta antia hyvinvointimatkailussa. Myös terveellisyydellä on suuri merkitys. Ruokatuotteen suunnittelussa huomioidaan suomalaiset ravitsemussuosituksset. (Hungry for Finland 2015.)

Hyvinvointimatkailu on ennaltaehkäisevää kokonaisvaltaista sielun, ruumiin ja mielen hyvinvointia. Matkailijalle pyritään antamaan fyysistä ja psyykkistä hyvää oloa. Hyvinvointimatkailussa halutaan hyödyntää Suomen järviä ja metsiä (Visit Finland 2014a). Hyvinvointimatkailu on matkailumuotona globaalisti kasvanut 10 prosentin vuosivauhtia tehtyjen matkojen osalta. Matkailijat ovat yleensä kokeneita 55 vuotta täyttäneitä perheen kanssa tai yksin maailmaa kiertäneitä. (Visit Finland 2014b.)

FinRelax on teemapohjainen hyvinvointimatkailuohjelma, jonka Visit Finland on käynnistänyt edistääkseen alueellista matkailuun liittyvää kehittämistyötä ja suunnittelua. Ohjelma on suunniteltu yrityksille, joilla on mahdollisuus kehittää ja räätälöidä mielellään ympärivuotisia hyvinvointimatkailutuotteita kansainvälisille matkailijaryhmille ja yksittäismatkailijoille. Yritysten tulisi sijaita matkailullisesti vetovoimaisella alueella. Ohjelman tarkoitus on tehdä Suomesta hyvinvointimatkailun kärkimaa. FinRelax on asettanut ohjelman kohdemaiksi Venäjän, Saksan ja Japanin. Lisäksi muita seurattavia maita ovat Ruotsi, Ranska, UK ja Kiina. (Visit Finland a.)

Itä-Uusimaa halutaan saada kansainvälisesti näkyville houkuttelemalla paikallisia yrityksiä alueelliseen STAR –projektiin. Sen avulla on mahdollista liittyä mukaan Visit Finlandin laatimiin kolmen kärkiohjelman; Merellinen saaristo, FinRelax ja Stopover Finland hankkeisiin. Näiden hankkeiden avulla pystytään edistämään alueellista näkyvyyttä ja matkailijoiden määrää. Visit Finlandin laatiman ohjelman avulla halutaan Itä-Uudenmaan saaristossa ja rannikolla sijaitsevat matkailuyritykset mukaan kansainvälisille matkailumarkkinoille. Yritysten toiminnan pitäisi täyttää Visit Finlandin asettamat laadulliset ja saavutettavuustavoitteet. Projekti tarjoaa tukea yrityksille ja auttaa kehittämään sekä jo olemassa olevia, että uusia palvelukokonaisuuksia. (Andersson, Ekman & Weckman 18.11.2015.)

Visit Finlandin teemapohjaiseen kasvuohjelmaan FinRelax on kehitetty uusi konsepti, johon on lanseerattu tuotekehityskilpailu WinRelax 2015. Pidetyt tuotekehityskilpailun tulokset on kerrottu matkamessuilla vuoden 2016 tammikuussa. Voittaneita tähtituotteita oli 25 kappaletta ja kunniamaininnan saaneita 10. FinRelax on valinnut messuilla voittaneiden 25:den yrityksen hyvinvointimatkaluotteen edustamaan ja lisäämään tunnettavuutta Suomelle hyvinvointimatkalumaana. Yksi voittajista oli Itä-Uudeltamaalta Loviisasta. Saaristo- ja rannikkosarjassa kilpaillut retriittikeskus Villa Mandala valittiin stressinhallintaan erikoistuvilla superruokilla edustamaan Suomea hyvinvointimatkalukohteena. (Visit Finland 2016a.)

2.1.2 Kulttuurimatkailu

Kansainvälistä kilpailukykyä pyritään lisäämään strategisilla keihäänkärjillä, joista yksi on temaattinen painopistealue- Taste of place. Tämän alueen vahvuuksiin kuuluu olennaisesti alueellinen suomalainen ruoka ja ruokailu. Tällä ruokamatkailustrategian keihäänkärjellä keskitytään ruokamatkailun vahvuuksiin, joiden avulla pyritään vahvistamaan tuotteistamista ja nostetaan esille ruoan ja ruokailun asemaa matkailutuotteena. Kulttuurimatkailija voi kokea suomalaisen alueellisen ruokaperinteen- ja elämäntavan, meidän ruoanlaittotavat ja skandinaavisen persoonallisen elämyksien eroja. (Havas, ym. 2015, 12–13.)

Olemme matkailullisesti vetovoimainen ja imagollinen maa. Matkailu Suomessa perustuu meidän luonnon voimavaroihin ja sen perintöön niin idän, kuin lännen vastakohtiin, teknologiaan, asioihin ja luovuuteen. Matkailupalveluiden tulisi hyödyntää globaalit modernit humanistit, jotka arvostavat elämäntapaamme, suomalaisuutta, kulttuuriperinnettämme ja ruokakulttuuria, joka saa matkailijan tekemään ja näkemään erilaisen mahdollisuuden. (Visit Finland b.)

2.1.3 Kesän luonto- ja talvimatkailu

Ruokamatkailua voidaan kehittää myös kesä- ja talvimatkailun osalta. Suomen brändi matkailussa tukeutuu meidän luontoon, joka on vahvuutemme. Siellä saatu elämyksellinen kokemus ja ruokailu luonnossa sen antimilla sekä meidän kulttuurilliset perinteet, antavat matkailijalle mitä parhaimman hyvinvointivaikutuksen. Temaattisia painopistealueita yhdistelemällä saadaan luontomatkailusta vieläkin vetovoimaisempi tekijä. Talvimatkailun avulla pyritään antamaan matkailijalle tekemistä osallistamalla. Yrityksien tulisi hyödyntää sesonkiajattelua lähiruoan valmistuksessa ja jakaa kulttuurillisia perinteitä juhlapyhien osalta esimerkiksi jouluruokien ja siihen liittyvien traditioiden noudattamisessa. (Havas, ym. 2015, 9.)

2.1.4 Ruokamatkailun tuotteistaminen ja kärkituotteet

Ruoka & matkailu -hankkeen vuonna 2013 teettämien tutkimusten mukaan matkailijalle on tärkeää suomalainen puhdas, yksinkertainen, terveellinen ja turvallinen ruoka. Siinä halutaan näkyvän paikallisuus, aitous ja perinne tarinoineen. Matkailijat arvostavat suomalaista hyvää ruoan laatua ja palvelua, luontoa sekä rentoa elämäntapaa. Tuotteistaminen kulkee perinteiden mukaan, jossa matkailijat suosivat kala- ja äyriäisruokia, vihanneksia, hedelmiä ja marjoja. Paikallisuus on joka toiselle matkailijalle tärkeä elementti. Tutkimuksien avulla saatu tieto kertoo, että heille olisi hyvä tarjoilla variaatioita jo traditionaalisista tuotteistamme. Tuotteistamista tulee tehdä yhteisvoimin, jotta saadaan kansainvälistä näkyvyyttä ja ruokamatkailun kehittymistä. Sen tekeminen vaatii myös muun muassa asiakasymmärrystä, logistiikan toimivuutta, toimintamallin, paikallisen lähiruoan, tarinan ja vuodenaikojen hyödyntämisen. (Ruokatieto Yhdistys ry 2013a.)

Visit Finlandin julkaiseman hyvinvointimatkailustrategian mukaan ruokamatkailun tuotteistaminen tulisi aloittaa tavoitteiden asettamisesta. Niiden kehittämisessä yhteistyön tekeminen kulttuuri- ja matkailutoimijoiden kanssa on välttämätöntä. Tarjolla olevan tuotteen sisältö tulee olla matkailullisesti tuotteistettu niin, että siinä on monta elementtiä valittuna, esimerkiksi ruoka, kohde, aktiviteetti, tarina, elämäntapa, alue, luonto- tai hyvinvointipalvelu yhdistettynä. (Visit Finland 2014b.)

Aitoja Makuja.fi (2014) -sivustolla kerrotaan, kuinka he ovat tehneet yhteistyötä maa- ja metsätalousministerin, maa- ja metsätaloustuottajain keskusliiton ja svenska lantbruksproducenternas centralförbundi:n kanssa ja tuottaneet oppaan, jossa mahdollistetaan tuotteistaminen jatkojalostamisen kautta. Ohjeiden, oppaan ja selvitysten kautta halutaan auttaa ja tukea yrityksiä heidän toiminnan kehittämisessä. Paikallisruoan arvoketjua kehittämässä -hankkeen myötä on kehitetty myös tuotekortti, jonka avulla halutaan lisätä myyntineuvottelutilanteisiin yrittäjien ja ostajien välistä yhteistyötä. (Aitoja Makuja 2014.)

Ruotsi on halunnut nostaa ruoan maansa kärkituotteeksi vuonna 2010 alkaneen hallituksen koordinoiman hankkeen avulla, ja on sen pohjalta lähtenyt hakemaan strategista vetovoimaa ja tunnettavuutta kansainvälisesti. Sweden, the new culinary nation -hanke, on lähtenyt VisitSweden toimesta, mutta nimensä se on saanut kansainväliseltä lehdistöltä. Ruotsin kulinaarinen kansakunta -hankkeella on saatu nostettua ruokamatkailun kiinnostavuutta kansainvälisesti. Matkaoppaita julkaiseva Lonely planet, julisti Ruotsin neljänneksi kiinnostavimmaksi matkakohteeksi vuonna 2014. Kiinnostavuus perustui ruokaan, tarinoihin ja kulttuuriin. Ruoan tuotteistamisesta haluttiin tehdä visio tulevaisuudesta, jossa tuodaan esille maan ruokakulttuuri, juuret ja fantastiset raaka-aineet. Ruokavisio määrittelee, että Ruotsi

haluaa olla paras ruokamaa vuonna 2020 ja sen avulla myös mahdollistetaan ruokaturismi ja vienti. (Ruokatieto Yhdistys ry 2013b.)

Tuotteistaminen vaatii kehittymistä kokonaisvaltaisesti ja sen aloittaminen vaatii alkujuurille lähtemistä, tarinaa ruoasta ja sen vahvistamista, jotta se jää mieleen. Ruotsissa tuotteistamiseen on panostettu valitsemalla alueellisia ruokalähteläisiä, jotka edistävät asiaa intohimoisesti puhumalla sen puolesta. Tärkeää on saada paikallisesti tuotettu ruoka ja sen tarina esille eri kanavien kautta. Tuotteistamisen kehitystyötä pyritään helpottamaan hallinnollisesti ja lainsäädännöllisesti sekä erilaisten määrärahojen turvin, jotta VisitSweden saa yhtenäisen ja kohdennetun viestin matkailijoille. Kehitystyön seurauksena on ollut käsityömäisen paikallisen pientuottajien ruokatuotannon arvon ja määrän nousu. Ruotsissa onkin listattu tärkeimmäksi tuotteistamisen tekijöiksi yhteistyön tekeminen ja vision noudattaminen paikallisesti, alueellisesti ja valtakunnallisesti. (Ruokatieto Yhdistys ry 2013b.)

Ruokamatkailun tuotteistamisen kehitystyötä tehdään myös Pohjoismaista yhteistyötä hyödyntäen. Kehitystyötä johtaa Pohjoismaista koottu ministerineuvosto, joka viidentoista eri teeman kautta haluaa edistää kestävään kehitykseen tähtäävää matkailua. Siihen tähtäämällä säilytetään alueellinen ympäristö, sosio-kulttuurinen yhteisö ja paikallistalouden tasapaino niin, että siitä on alueellista hyötyä sekä sen tuoma resurssipohja säilytettäisiin pidemmällä aikavälillä. Yksi tärkeimmistä teemoista on ruoka ja sen mahdollisuudet ruokaelämyksille. Matkailijat hakevat autenttisia kokemuksia ja mahdollisuuksia aktiviteettien muodossa; sitä mitä ruokamatkailu on parhaimmillaan. Ruokaelämyksistä halutaan tehdä jokaisen alueen oma ainutlaatuinen kokemus olosuhteisiin nähden, eikä kenenkään toisen alueen ole tarkoitus kopioida niitä. Pohjoismaat haluavat luottaa laadullisiin alueellisiin menukonsepteihin ja gastronomiaan, jotka tehdään kestävään kehitykseen ja innovatiivisuuteen perustuen. (Ruokatieto Yhdistys ry 2013c.)

Suomen ensimmäisessä ruokamatkailustrategia -hankkeessa on asetettu tavoitteeksi tehdä tuotekehitystä Suomen kärkituotteiden osalta siten, että sillä vahvistetaan maakuntien brändejä ja kansallisia matkailuteemoja. Kärkituotekyselyn (2014) perusteella kategorisoitiin suomalaisia ruokamatkailutuotteita, jotka heijastavat alueellisesti tyypillisiä raaka-aineita, historiaa, tarinoita ja elämäntapaa. Tuotteet olivat suomalaisittain monipuolisia ympäri vuoden hyödynnettävissä olevia kärkituotteita. Menestyäkseen tuotteen ominaisuudelta vaadittiin muuan muassa hyvää makua laadullisesti, tuoreutta, aitoutta, puhtautta ja paikallisuutta. Palvelun merkityksen ominaisuudelta vaadittiin menestyäkseen rentoutta, iloisuutta ja luonnollisuutta sekä ammattimaista otetta työhön. Ruokamatkailutuotteen markkinointi ja kohteen myynti tulisi tehdä tunnetuksi, tunnistettavaksi, helposti ostettavaksi ja luotettavaksi. Hyvällä tuotteella on tarjota elämyksellisyyttä sen ainutlaatuisuuteen ja idyllisyyteen pohjautuen. Menestyäkseen yrittäjällä

tulee olla valmius tuotteistaa ja erilaistaa tuotteensa siten, että he tuovat koko alueellisen tarjonnan esille eri toimijoiden kanssa yhdessä. (Havas, ym. 2015, 15–36.)

2.2 Kansainvälisesti tunnistetut ruokailmiöt ja ruokamatkailun kehitys

Benchmarkkaamalla eli vertailemalla esimerkiksi länsinaapurimme matkailijoille suunnattua sivustoa, voidaan arvioida matkailun tämänhetkisiä hyödynnettäviä trendejä. Ruotsin Visit Sweden (2016) matkailusivustolla on nähtävillä kokonaiskuva tämän hetkisistä trendeistä hyvinvointimatkailussa. Etelä-Ruotsin Skånessa hyödynnetään kokonaisvaltaisesti koko paikallista historiaa tarinoiden ja kartanoiden muodossa. Luonnon monimuotoisuutta korostetaan metsien ja järvien puhtaudella sekä runsaudella. Alueellista historiaa myydään paikallisuutta korostaen niin ruoan, kuin käsityötaitojenkin osalta. Akviteettejä luonnon helmassa on tarjolla jokaiselle jotain-periaatteella. Alueen monimuotoisuutta on osattu hyvin hyödyntää ekomatkailijoitakin ajatellen. Matkailijoille annetaan mahdollisuus valita tuotteensa oman hyvinvoinnin ja periaatteen mukaan.

Ekomatkailijalle annetaan mahdollisuus edistää omia vihreitä arvoja. Visit Sweden ”Go Green”-alisivusto tarjoaa Ruotsiin matkaa suunnittelevalle alusta asti mahdollisuuden toimia ekologisesti. Mahdollisuus omien arvojen noudattamiseen on molemminpuolinen, jossa Win-Win tilanne halutaan jakaa. Ruotsille on tärkeää säilyttää maan villit osat villoin ja maaseutu elinvoimaisen vihreänä. Matkailijallekin halutaan antaa mahdollisuus siihen jo matkan varaamisesta alkaen. Ekologisuutta halutaan edistää erilaisilla ajattelumalleillakin, jotta matkailijalle syntyy mielikuva siitä, miten se vaikuttaa kokonaisvaltaisesti kaikkeen tekemiseen ennen matkaa ja matkalla. (Visit Sweden 2016.)

Suomen kannattaa hyödyntää maailmalla jyräävää trendiä, jossa ruokamatkailun osuus on kasvavassa osassa. Siihen liittyy olennaisesti ruoka, joka houkuttelee hyvinvointimatkailijaa erilaisiin tapahtumiin. Niissä matkailija saa uuden aspektin ruoasta maistelemalla tai kokkaamalla siitä elämyksellisen kokemuksen. Tilavierailut, messut ja ruokavierailut ovat myös saaneet sijaa matkailussa. Hyvinvointimatkailutrendi, jossa ruokamatkailulla on iso osa, tunnetaan maailmalla monella nimellä; food tourism, culinary tourism, gastronomic tourism tai tasting tourism ja foodie travel. Ruokamatkailun sisälle on muodostunut omia trendejä, kuten luomun ja pientuottajien suosiminen matkaillessa. (Matkailu.org. 2014.)

Ruokamatkailutrendi saa ihmiset ympäri maailmaa yhdistymään ja tekemään ruokailusta yhteisen kokemuksen. Matkailija haluaa tietää miten ja missä hänen ruokansa on kasvatettu, kuinka se tarjoillaan, miltä se maistuu ja mitä se saa hänet tuntemaan. Paikallisesti tuotettu

ruoka on tärkeässä asemassa, koska matkailija pääsee kokemaan kohdemaan kulttuurin ja siellä tuotetut raaka-aineet. (The Foody Traveller.)

Victoria University School of Management:in apulaisprofessori Ian Yeoman on erikoistunut tutkimaan ruokamatkailun tulevaisuutta. Kirjoittamassaan artikkelissa hän listaa asioita ruoan tärkeydestä matkailualalla ja ihmisten käyttäytymisessä havaittuja muutoksia. Nykyajan matkailija on huolissaan terveydestä, hyvinvoinnista ja ympäristöstä. Ruokamatkailijan individualismi on, että ruoan tuomat paikalliset, kulttuurilliset, laadulliset, eettiset ja autenttiset yksilölliset kokemukset ovat tärkeässä asemassa. Ruoan tulee olla laadukasta, aitoa ja terveellistä sekä matkailutuote. Matkailija haluaa siitä sosiaalisen tapahtuman, johon hän pääsee itse osalliseksi. (Hospitality net 2008.)

World Food Travel Association (2015) on organisaatio, joka julkaisee vuosiraportteja ruoan ja juoman trendeistä ja suuntauksista maailmalla. Raportissa olevan ennusteen mukaan ruokamatkailija (foodie) valitsee matkansa kymmenen trendin mukaan. Valintaan vaikuttavat maan taloudellinen tila ja teknologian kehitys. Trendit takaavat matkailijalle paremmat mahdollisuudet löytää ruokamatkailukohde.

Ennusteen mukaan tämän päivän foodie-matkustaja on aasialainen nuori tai pohjoisamerikkalainen vanhempi matkustaja. Matkaltaan he haluavat tutustua valitun kohdemaan ruokakulttuuriin ja olla aktiivisesti mukana ruoan valmistamisessa. He viipyvät keskimäärin 5,3 päivää matkallaan. Teknologiakehityksen myötä he tekevät useimmiten matkavarauksensa verkossa. Ruokamatkailijalle on tärkeää ekologinen ja kestävä kuluttaminen. Tästä syystä he haluavat vähentää mahdollisuuksien mukaan pakkausjätteitä ja kierrättää matkailun yhteydessä syntyneen jätteen. (The World Food Travel Association 2015.)

Heidän saapuessa kohdemaahan heidän kiinnostuksensa paikalliseen ruokakulttuuriin alkaa jo lentokentältä tai rautatieasemalta. He toivovat, että paikallinen ruoka näkyy ja on ostettavissa helposti asemilla olevista kaupoista, koska he haluavat saada enemmän erilaisia ja uusia kokemuksia heti maahan tullessaan. Elintarvikkeiden, raaka-aineiden ja kärkituotteiden välityksellä he kokevat saavansa aitouden tunteen ja halun tutustua paremmin kohdemaan paikallisiin ruokamatkailukohteisiin, joissa on myös mahdollisuus osallistua aktiviteetteihin. Heille kulinaarinen ”seikkailupaketti” tarjoaa sitä hyvänolon (wellness) tuntua, mitä he matkaltaan odottavat. Jotta he pääsevät näihin kohteisiin helposti, tulee teknologia mukaan kehitykseen. He haluavat itse tilata mobiiliverkon kautta matkallensa jatkumon, esimerkiksi maailmalla tällä hetkellä olevien palveluiden kautta, kuten EatWith, Feastly, MealSharing ja CookApp. Tänä päivänä mobiilimaksaminen (Mobile Pay) on yksi markkinoinnin ja myynnin työkaluista. Matkakokemuksiaan he jakavat mielellään Instagramin kautta, joka on hyvä

ilmainen markkinointityökalu matkakohteelle silloin, kuin se on ollut mieluinen matkailijalle. (The World Food Travel Association 2015.)

World Tourism Organization (UNWTO) -raportissa 2016 kerrotaan, kuinka kansainvälisten matkailijoiden saapumiset ovat lisääntyneet peräti neljä prosenttia viime vuoden kymmenen ensimmäisen kuukauden aikana. Suhteellisilla luvuilla mitattuna Eurooppa oli viiden prosentin kasvullaan maailman nopeimmin kasvava alue matkailussa. Tämä merkitsee 51 prosentin osuutta kansainvälisissä saapumisissa. Tämä johtuu monien maiden hyvästä taloudellisesta tilanteesta. Pohjois-Euroopasta Islanti on kasvattanut eniten kävijämääriään vuonna 2015, kasvua oli peräti 29 prosenttia. Muista maista Irlanti ja Ruotsi pääsivät 10 prosentin kasvuun edellisestä vuodesta, Norja seitsemän ja Tanska viiden prosentin kasvuun. Suomi ei pärjännyt vertailussa hyvin, koska itänaapurimme Venäjän kävijämäärät olivat merkittävästi vähentyneet.

3 Lähi- ja luomuruoka ruokamatkailussa

Lähi- ja luomuruokaohjelma koordinaattori Kirsi Viljanen maa- ja metsätalousministeriöstä pitää ruokaa osana matkailun kokonaiskuvaa. Ruokamatkailu kannattaa jatkokehittää kannattavaksi liiketoiminnaksi ja houkuttelevaksi tuotteeksi matkailijalle. Lähi- ja luomuruoka eli paikallisesti tuotettu on helppo profiloida maakuntien omaksi tuotteeksi, jolloin se mahdollistaa paikallisten elämyksien tavoittelun. Ruokamatkailu on tutustumista ruoan makuihin ja sen kulttuuriin. Matkailija arvioi matkan onnistumista ja laatua usein juuri ruoan kautta. Lähi- ja luomuruoka on ruokamatkailussa ekologista toimintaa, joka on osana laadukasta matkailutuotetta. (Viljanen 1.11.2013.)

3.1 Lähi- ja luomuruoan määritelmät

Lähi- ja luomuruoalle ei ole yhtä selkää määritelmää niin, kuin luomuruoalle on. Lähi- ja luomuruoka on paikallisesti tuotettua ruokaa. Lähellä tuotettu ruoka edistää alueellista työllisyyttä, paikallistaloutta ja ruokakulttuuria. Lähialueen raaka-aineista tuotettua ja jalostettua tuotetta markkinoidaan ja kulutetaan omalla alueella. Valmiilla tuotteilla on näin lyhyet kuljetukset paikallisiin elintarvikeliikkeisiin. (Lähi- ja luomuruokaa 2016.) Lyhyet jakeluketjut lisäävät tuottajien ja kuluttajien yhteyksiä niin sosiaalisesti, kuin maantieteellisesti. Samalla se ehkäisee väärinkäytöksiä, mutta lisää elintarvikkeen turvallisuutta (Maa- ja Metsätalousministeriö 2013a, 5.)

Luomutuotteet on aina sertifioitu EU:n luomutunnuksella. Tämä takaa tuotteelle globaalisesti arvoa ja tiukat vaatimustasot luonnonmukaisesta viljelystä. (Elintarviketurvallisuusvirasto Evira 2015.) Luomuruoan määrittelyssä keskeisenä asiana voidaan pitää tuotantomenetelmien luonnonmukaisuus, ei niinkään tuotteen sijainti (Sitra 2010b, 6). Luomutuotteet ovat kaikki korkealaatuisia kestävän kehityksen mukaisesti tuotettuja ja terveellisiä ravitsemukseltaan. Luomu ei sisällä torjunta-aineita eikä lisäaineita. Sen valmistaminen tapahtuu ilman muuntogeenisiä aineosia. Luomutuotanto ottaa huomioon myös kotieläinten hyvän hoidon. (Luomutietopankki).

3.2 Miksi lähi- ja luomuruoka on tärkeässä asemassa ruokamatkailussa?

Kuluttajat ovat vastuullisesti ja ekologisesti valveutuneita, lisäksi he voivat kuluttaa tänä päivänä enemmän rahaa lähi- ja luomuruokaan. Urbanit kuluttajat etsivät lähi- ja luomuruoan kautta uutta kulttuurillista yhteyttä maaseutuun. Eettisesti ajattelevat kuluttajat hakevat siitä arvoa kulutustottumuksilleen. Tottumusten pitää olla terveellisiä ja turvallisia valintoja itselle. (Sitra 2010, 11.)

Paikallisesti tuotetussa lähi- ja luomuruoassa on hyviä valtteja tulla valituksi kuluttajien keskuudessa. Sen on oltava tuoretta, kotimaista, korkealaatuista ja terveellistä. Sitä ostamalla tuetaan tuottajia

ilman monia välikäsiä, jolloin ruoan alkuperän tiedostaminen on myös helppoa. Se on tuotettu eläin- ja ympäristöystävällisesti, ja siitä saa makuelämyksiä. (Sitra 2010, 44-45.)

Lähiruoka antaa kuluttajille enemmän mahdollisuuksia elintarvikevalintoja tehdessään. Raaka-aineiden kestävä kehitys alkutuotanto ja jäljitettävyyttä lisäävät markkinamahdollisuuksia sekä antavat lisäarvoa kaupan valikoimiin ja matkailulle. Lähellä tuotettu ruoka edistää kestäväällä pohjalla tehtyä yritystoimintaa. Tämä kertoo, että se on tuotettu vastuullisia toimintatapoja noudattaen. Sen avulla pystytään edistämään alkuperäisrotujen ja -lajien säilyminen sekä rikastuttamaan luonnon monimuotoisuutta ja suomalaisen alueellisen ruokakulttuurin kehittymistä. (Maa- ja Metsätalousministeriö 2013, 5.)

Suomalainen paikallinen lähiruoka on hyvä lisä laadukasta matkailutuotetta tuoden lisäarvoa ja parantaen kannattavuutta maakuntien ruokamatkailuyrittäjille. Suomen luontaiset vahvuudet vesien, maaperän ja raaka-aineiden puhtaudessa nostavat lähiruoan arvoa ja houkuttelevuutta matkakohteena. Vihreä talous on ollut globaali trendi jo vuosia. (Maa- ja Metsätalousministeriö 2013, 7-11.)

Pro Luomu ry:n julkaisemassa artikkelissa (Pro Luomu 2016) on vuoden 2014 luomututkimuksessa todettu globaalin luomutuotannon nousseen kymmenen prosenttia edellisestä vuodesta. Luomun talouskehitys on vakaalla pohjalla tulevaisuudessakin. Markkinat ovat pääosin keskittyneet Pohjois-Amerikkaan 38,5 miljardilla dollarilla ja Eurooppaan 35,5 miljardilla dollarilla. Kiinan, Japanin ja Korean paikalliset markkinat ovat myös hyvässä noususuhdanteessa. Eniten luomumyynti on kasvanut Ruotsissa; siellä myytiin luomua vuonna 2014 peräti yli 40 prosenttia enemmän, kuin vuonna 2013. Globaalin luomutuotannon tiellä on muutamia kitkakohtia myönteisen kehityksen esteenä. Luomutuotannolta puuttuvat yhtenevät luomustandardit ja luomun kysyntä on keskittynyt vain rikkaisiin maihin. Köyhät maat tuottavat paljon luomua, mutta eivät sitä myy maassaan, vaan ne laittavat kaiken vientiin. Luomua markkinoitaessa tuottajamaat ovat sopineet ekvivalessisopimuksella, että he käyttävät yhtä oman maan standardoitua merkkiä myytäessä tuotteita muihin kuin EU:n maihin.

Maa- ja metsätaloudella laajuisesti luomutuotanto oli vuonna 2015 yli 60 miljardia dollaria. Tuotannossa on mukana 172 valtiota ja luomutuottajia oli peräti 2.3 miljoonaa. Suomessa vuonna 2015 luomuviljelysalaa oli yli kymmenen prosenttia. Rahaa luomutuotteisiin käytetään asukasta kohden vuodessa eniten Sveitsissä 221 euroa/asukas. Pohjoismaista pääsi kolmanneksi Tanska 162 euroa/asukas ja Ruotsi neljänneksi 142 euroa/asukas. (Luomuliitto.)

Suomessa järjestetyssä Luomufoorumi-seminaarissa on todettu, että luomulla on kasvumahdollisuuksia. Tuotannon ja tuottavuuden tulee kasvaa enemmän, kuin menekin.

Päivittäistavarataloissa luomun myynti lisääntyi 6,7 prosenttia vuonna 2015. Tähän on vaikuttanut luomun hinnoittelu ja valikoiman laajeneminen. Luomumyynnin kasvun povataan nousevan nykytilanteesta 70 prosenttia vuoteen 2020 mennessä. Tähän tilanteeseen pääsemiseksi täytyy tehdä töitä tuotteistamisen ja markkinoinnin eteen. Luomutuotteista lisäkysyntää löytyy tällä hetkellä kasviksille, leiville, lihoille ja maataloustuotteille. (Proluomu 2016.)

3.3 Pohjolan ruokavalio

Suomi mielletään kuuluvaksi skandinaaviseen ympäristöön matkailumarkkinoilla. Se hyötyy Nordic Kitchen -ajattelusta. Tämä ajattelumalli mielletään pohjoismaalaiseen puhtaaseen, terveelliseen, luonnolliseen ja yksinkertaiseen ruokaan. Pohjoismaiden ministerineuvoston yhteinen hanke on saada pohjoismaalainen ruoka esille ja kehittää alalla toimijoiden yhteistyötä hankkeen edistämiseksi. Hankkeen tavoitteena on muun muassa alueellinen brändäys, jossa halutaan vahvistaa yhteistyötä alueen ruoka- ja matkailualalla toimijoiden ja viranomaisten kanssa. Hankkeen avulla pyritään saamaan pohjoismaisesta keittiöstä houkuttelevampi, innostavampi ja liiketaloudellisesti kannattavampi. Toinen hankkeen tehtävistä on selvittää kulttuuri-identiteetin yhteys pohjoismaalaisiin arvoihin ja ruokakulttuuriin sekä sen tuomat markkinointimahdollisuudet kehitysyhteistyölle, innovaatioille ja palveluille. (New Nordic food 2016.)

Suomen pohjolassa tuotetaan terveellistä puhdasta ruokaa ja elintarvikkeita. Harvaan asutuilla alueilla luonto on säästynyt vesistöjen ja maaperän saastumiselta. Vaihtuvat vuodenaajat ja varsinkin kylmän talven ansiosta meidän ei tarvitse käyttää kasvinsuojeluaineita niin paljon kuin lämpimien maiden. Pohjolan superruokaa ovat puhtaat marjat ja sienet sekä järviemme kalat. Lisäksi puhtaan ruoan terveysvaikutukset näkyvät esimerkiksi viljassa niiden kasvukuitujensa ansiosta. (Superruokaa Pohjolasta.)

Pohjoismaalaista ruokaa tulee suosia sen yksinkertaisuuden ja etiikan, alueemme ominaispiirteiden takia. Vaihtuvat vuodenaajat on pohjoismaalaisten rikkaus sekä etuoikeus aterioiden suunnittelussa. Raaka-aineistamme tekee erinomaisia ilmaston vaihtelut, puhtaat vesistömmä ja luontomme. Näiden asioiden avulla päästään nykyaikana vaadittaviin terveellisyys- ja hyvinvointikriteereihin. Skandinaavinen ruoka tukee tuottajia ja valmistajia, paikallistaloutta omavaraisuudessa sekä maan kulttuuriperinnettä. (Uusi pohjoismaalainen ruoka.)

Pohjoismaalaisille ruokavalioille tehdään ravitsemussuositukset kahdeksan vuoden välein, ja niillä pyritään antamaan kansalaisille tietoa ruoan terveellisyydestä ja ravintopitoisuuksista.

Suosituksissa pyritään huomioimaan myös suomalaiset kansanperinteet ja ruokatottumukset. Nämä vaikuttavat olennaisesti ruoka- ja ravitsemuspolitiikkaamme, joten niillä pyritään ohjaamaan suosituksia oikeasuuntaiseksi ottamalla huomioon samalla kestävän kehityksen merkitys. (Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2014.)

3.4 Yhteenveto ruoan ravitsemussuosittelun hyödystä ja mahdollisuudesta ruokamatkailijalle

Newcastlen yliopiston ekologisen maatalouden professori Carlo Leifertin mukaan luomustandardin mukaisesti tuotettu ruoka on ravitsemuksellisempaa ja sen syöminen vähentää olennaisesti kroonisia sairauksia muun muassa sydän- ja verisuonitautia. Pohjoismaalainen ja paikallinen luomu- ja lähiruoka on vitamiini- ja kivennäisainepitoista sekä terveellistä ja monipuolista skandinaavista ruokakulttuuria parhaimmillaan. Luonnonmukaisesti ja paikallisesti tuotetun ruoan merkitystä ei voi väheskyä ravitsemussuosituksissa niiden sisältämien ravintoaineiden vuoksi, koska ne sisältävät jopa 60 prosenttia enemmän monia tärkeitä antioksidantteja, kuin tehotuotettu ruoka. (Newcastle University 2016.)

Hungry for Finland on laatinut ruokavalioiden tueksi uuden mukaillun ruokakolmion (kuvio 3), jossa pohjoismaisesta ruokavaliosta on tehty terveyttä edistävämpi ja kiinnostavampi sekä kilpailukykyisempi. Näillä ruokamatkailun tuotesuosituksilla painotetaan pohjoismaissa perinteisesti käytettäviä terveellisiä raaka-aineita, kuten kalaa, rypsiöljyä, marjoja ja juureksia, täysjyväviljaa, rasvattomia ja vähärasvaisia maitovalmisteita.



Kuvio 3. Suomen ruokamatkailun Suomalaiset ravitsemussuosittelut (Suomen ruokamatkailun tuotesuosittelut 2016, 4.)

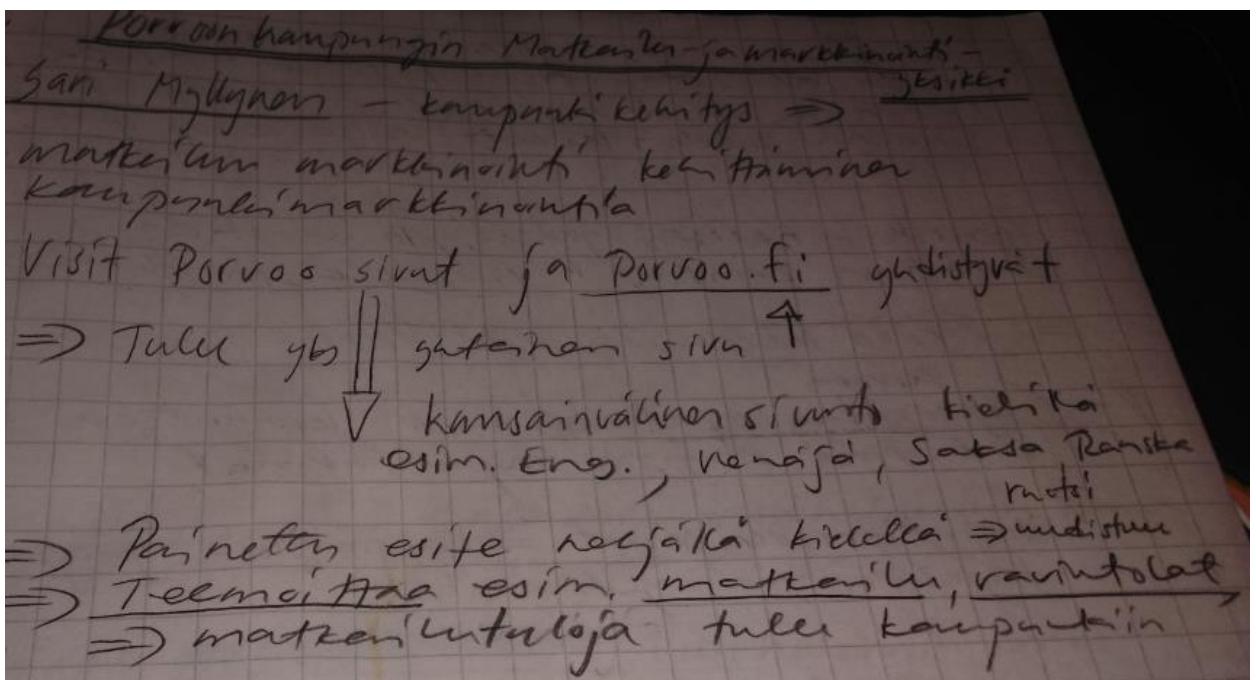
Paikallisesti tuotetun lähi- ja luomuruoan edut ravitsemissuosituksissa on nostettu ensimmäisen kerran esille valtion ravitsemisneuvottelukunnan julkaisemassa suosituksissa. Niissä mitataan ravitsemuksellisten suositusten lisäksi kestävän kehityksen vaikutusta ekosysteemissä. (Pro Luomu 2014.)

Kestävyyttä on mitattu esimerkiksi lihan syönnin vähentämisellä, joka onkin nostettu kuviossa toiseksi korkeammalle paikalle eli sen määrää olisi hyvä vähentää ja lihan syönnin tilalle toivotaan enemmän kasviksia (Pro Luomu 2014).

4 Loviisan alueen ruokamatkailun kartoittaminen

4.1 Tavoitteiden asettelu ja kartoituskäyntikohteet

Tavoitteiden asettelu on lähtenyt toimeksiantajan toiveesta kehittää alueellista yhteistyötä ja verkottumista Loviisan alueella toimivien yrittäjien kesken. Kehittäminen lähti liikkeelle kartoittamalla Loviisan alueen ruokamatkailumahdollisuudet. Osallistuvaa havainnointia apuna käyttäen kartoitettiin paikallisia Itä-Uudenmaan lähi- ja luomuruokayrityksiä. Lisäksi havainnoitiin ja kartoitettiin alueella toimivat ruokamatkailuverkostot ja niiden kanssa yhteistyötä tekevät yhteistyökumppanit. Tämä tehtiin osallistumalla Itä-Uudellamaalla pidettäviin hankkeisiin tai kartoitustilaisuuksiin keväällä ja kesällä vuonna 2016. Kartoitustilaisuuksissa tullut tieto kirjattiin muistioon (kuva 1), josta se on tähän työhön avattu ymmärrettävään muotoon.



Kuva 1. Triangeli-hankkeen muistinpanoja Porvoossa 15.2.2016.

Ensimmäinen tapaaminen oli toimitusjohtaja Henrik Creutzin kanssa Malmgårdin Kartanolla. Malmgårdin Kartano on mukana monissa organisaatioissa, joissa edistetään Itä-Uudenmaan ruokamatkailua sekä lähi- ja luomuruokatoimintaa. Sain käynnillä hyviä vihjeitä ihmisistä tai tahoista, joihin kannattaa olla yhteyksissä lähi- ja luomuruokaselvitystä tehtäessä. Yksi tahoista on Premium Visit -matkailuyritysten laatuverkosto.

Premium Visit perustettiin vuonna 2000 EU-matkailuhankeprojektissa, jonka tarkoituksena on olla laadukkaiden matkailuyritysten verkosto. Verkosto valvoo Itä-Uudenmaan alueella toimivien matkailualan yritysten etuja ja parantaa niiden yhteistä toimintaa. Laatuverkoston tarkoituksena on lisäksi parantaa alan yleisiä toimintaedellytyksiä ja vastata kehityshaasteisiin muun muassa

huolehtimalla yhteismarkkinoinnista, laadunvarmistamisesta ja tuotekehitystyöstä sekä järjestämällä koulutuksia ja seminaareja yrittäjille. Sen verkkomoottorina toimii matkailualan mainostoimisto Porvoo Tours. (Premium Visit.)

Toinen mahdollinen yhteistyötaho on Loviisan kaupungin matkailutoimisto ja siellä matkailusihteeri Lilian Järvinen. Matkatoimisto kehittää alueen toimijoiden ja Loviisan kaupungin yhteistyötä Visit Loviisa verkkosivustolla. (Visit Loviisa 2016a.) VisitLoviisa.fi tarjoaa matkailupalveluja ja tietoa matkailijoille. Matkailusivusto parantaa loviisalaisten yrittäjien näkyvyyttä ruokamatkailukohteenä. Yhteistyö lisää molempien tahojen näkyvyyttä sosiaalisessa ja sähköisessä mediassa sekä antaa mahdollisuuden matkailun kasvuun. (Visit Loviisa 2016b.)

4.2 Triangeli-hanke

Triangeli-hankkeen yrittäjä-ilta Edupolissa Porvoossa 15.2.2016 oli mielenkiintoinen kokonaisuus Itä-Uudenmaan ruokamatkailuteeman kehittämiseen liittyen. Tilaisuuden veti Sinikka Pollari, joka toimii Triangeli-hankkeen projektipäällikkönä. Liikelaitos Edupoli hallinnoi kaksivuotista Triangeli-hanketta. Hankkeen kokonaisbudjetiksi on muodostunut noin 250 000 euroa, ja sen tavoitteeksi on laitettu ”Porvoo - Suomen paras ruokakaupunki”. Paikalla oli yrittäjiä ja yhteistyötahoja, jotka haluavat edistää alueellista ja alueen ulkopuolista yhteistyötä tulevaisuudessa keski-uusimaalaisten kuntien kanssa kuten Tuusulan ja Mäntsälän. Alueellisen toiminnan toivotaan laajentuvan 80–100 yritykseen vuonna 2016. Tällä hetkellä matkailuyrittäjiä on noin 40–50 kappaletta. Kansainvälistä verkostoitumismarkkinointia toteutetaan Visit Finlandin ja Visit Helsingin kanssa. Tilaisuus oli oiva mahdollisuus verkostua ja päästä tekemään yhteistyötä eri yritysten kanssa sulassa sovussa, sekä samalla tuotteistamaan ja paketoimaan omia tuotteita muiden tuottajien tai palveluntarjoajien kanssa.

Tilaisuudessa esittäytyi muutamia yhteistyötahoja, joista mainittakoon ensimmäisenä Premium Visit eli Itä-Uudenmaan matkailuyritysten laatuverkosto, joka voi hankkia yrityksille maksavia asiakkaita järjestämällä erilaisia tilaisuuksia Itä-Uudellamaalla. Niitä voivat olla esimerkiksi messut tai tapahtumat, joihin lähiruokayrittäjät ottavat osaa. Premium Visit luo mahdollisuuden yhteistyölle paikallisten ravintoloiden ja lähiruokatuottajien kanssa. Jotta tähän ryhmittymään pääsee mukaan, vaaditaan verkostoitumista ja liittymistä Premium Visit:n jäseneksi 135 euron vuosimaksulla.

Premium Visit esitteli uusimman verkkoportaalihankkeen HelsinkiEast/Ost, joka on kohta käynnistymässä. Hankkeelle halutaan tulevaisuudessa näkyvyyttä mediassa tekemällä tiivistä yhteistyötä Helsinki Markkinointi Oy:n kanssa, jonka seurauksena se yhdistäisi samalla myös paikallisia ruokamatkailuyrityksiä. Hankkeen toivotaan lisäävän tuotteistamista ja

pakettitarjontaa matkailijoille sekä olla näkyvänä osana ulkomaalaisille matkailijoille. Verkkoportaalihankkeen avulla luodaan toimialalle laaja palvelukonsepti, jonka toteutuksesta vastaa Edupoli ja Haaga-Helian ammattikorkeakoulu Porvoosta. Edupolin vastuualueeseen kuuluu opettaja-, asiantuntija- ja oppilasyhteistyön luominen. Haaga-Helian roolina on kouluttaminen ja koulutuksen mahdollistaminen.

Toinen alkavista hankkeista on IntraPremiumVisit. Sen toiminta tapahtuu vielä salaisina olevilla Facebook-sivuilla. IntraPremiumVisit:n Facebook-sivuston käyttäjäksi pääsee kuulumalla Tringeli-verkostoon. Yrityksen tulee olla ruokamatkailu-, ravintola-, taidekäsityö-, hyvinvointi-, tai lähiruokayrittäjä.

Matkailualan laatuverkostona Premium Visit haluaa tehdä ja kehittää yhteistyötä Visit Helsingin ja Visit Finlandin kanssa kansainvälisissä uusissa hankkeissa olemalla mukana muun muassa ITB-matkamessuilla vuonna 2017, Sales Run-myyntikiertueella Euroopassa (2016–2017) ja mediavierailuilla sekä Stopover Finland-hankeessa (2016–2017). Yhteistyön tekeminen matkailumarkkinoinnissa vahvistaa kotimaista ja kansainvälistä yhteistyöverkostoa.

Visit Helsinki eli nykyisin Helsinki Markkinointi Oy esittäytyi tilaisuudessa markkinointiyhteistyökumppanina markkinoimalla omia strategisia, taktisia ja operatiivisia kumppanuusmahdollisuuksiaan yrityksille vuodeksi 2016. Helsinki Markkinointi tarjoaa yrityksille näkyvyyttä Helsingin markkinointikanavissa ja matkailuneuvonnassa muun muassa lentoasemalla jaettavissa matkailuesitteissä sekä siellä sijaitsevilla infonäyttöillä. Visit Helsingin matkailun markkinointiyhteistyöstä vastaava kumppanuspäällikkö on Leena Lassila. Visit Finlandin Stopover Finland -hankkeesta vastaa ohjelmajohtaja Heli Mende. Teemapohjaisen hankkeen avulla keskitytään Aasian matkailijoihin tarjoamalla heille paketteja muutaman tunnin kestävästä välilaskusta muutamien päivien mittaiseen stopover-matkailuun.

Toinen yhteistyökumppani oli Porvoon kaupungin matkailu- ja markkinointiyksikkö. Sen vetäjänä toimii Sari Myllynen. Porvoon kaupunki haluaa olla mukana kaupungin markkinoinnin ja matkailun kehittämisessä. Matkailutulosten saaminen on tärkeä asia Porvoon kaupungille, minkä vuoksi yhteistyö paikallisten toimijoiden kanssa on välttämätöntä. Porvoon matkailu- ja markkinointiyksikkö vastaa kaupunkiin kohdistuvan matkailun kehittämisestä, sähköisestä neuvontapalvelusta ja henkilökohtaisesta asiakaspalvelusta sekä kaupunkimarkkinoinnista (VisitPorvoo). Yksikölle kuuluu myös matkailupalveluiden ja -tuotteiden kokonaisvaltainen markkinointi (Talousarvion käyttö- ja toimintasuunnitelma 2016). Kaupunki on yhdistänyt VisitPorvoo.fi ja Porvoo.fi sähköiset sivustot vuonna 2015, jotta matkailijoiden ja asukkaiden on helpompi löytää tarvitsemansa palvelut Porvoon alueelta. Sivustoja uusitaan siten, että ne

tehdään vuonna 2016 kansainvälisestikin kiinnostaviksi, jolloin ne tarjoavat palveluita myös englanniksi, venäjäksi, saksaksi, ranskaksi ja ruotsiksi.

Yksi kaupungin uusista kehittämishankkeista on vuoden 2016 alueellinen ruokamatkailuhanke. Tämän hankkeen toteutukseen on kutsuttu avuksi Timo Santala, joka on toiminut aiemmin Helsingin kaupungin Ravintolapäivien isänä ja samalla ollut yhtenä perustajajäsenenä tapahtumassa. Tässä hankkeessa on mukana sekä Loviisan kaupunki ja toimeksiantajani Malmgårdin kartano. Toisena hankkeena kaupunki suunnittelee ottavansa käyttöön sähköisen liiketoimintamallin verkkokaupan tekemiseen shop in shop -periaatteella. Jukka Punamäki Länsi-Uudenmaan Lumomatkailu Oy:tä suunnittelee ja myy tämän mallin Porvoon, Loviisan ja Sipoon kaupungeille. Porvoon kaupunki ottaa mukaan sähköiseen verkkokauppaan Itä- ja Länsi-Uusimaan alueet. Hanketta hallitsee jokainen kaupunki omilla verkkosivuillaan. Palvelu toimii siten, että yrittäjä syöttää omat tiedot itse kaupungin hallinnoimaan verkkosivustoon. Siellä yrittäjät pystyvät kertomaan tuotteistaan tai palveluistaan asiakkaille. Omaan sivustoon pystytään linkittämään muitakin yrittäjiä mukaan, ja sivuston pystyy yhdistämään yrityksen omille verkkosivuille. Palvelun tai tuotteen ostajan rahat menevät ilman välikäsiä suoraan yrittäjälle. Verkkokaupasta ostamisen voi tehdä myös mobiililaitteella. Kaupungit maksavat kaikki kiinteät kustannukset kahden ensimmäisen vuoden aikana ja yrittäjä maksaa vain komission tulleesta kaupasta.

Kolmas yhteistyötaho oli Porvoon Haaga-Helia ammattikorkeakoulu ja siellä palvelumuotoilusta vastaava opettaja Jarmo Ritalahti. Tarjoamalla palvelumuotoilua yhteistyökeinona, halutaan sillä kehittää palvelukokemusta, jonka käyttäjälähtöinen suunnittelu lisää palvelun innovointia, kehittämistä ja luovuutta. Käyttäjälähtöisellä suunnittelulla on mahdollista paremmin ymmärtää asiakaskäyttäytymistä ja päästä yhteistyöhön eri sidosryhmien kanssa. Vuosina 2016–2017 Haaga-Helia järjestää palvelumuotoilukoulutuksen yrityksille, jotka ovat mukana Tringeli-hankkeessa. Palveludesing-pajoissa kehitetään verkossa myytäviä joko uusia tai olemassa olevia tuotepaketteja tai tuotteita.

4.3 Kartoituskokous lähiruokatuottajista

Käydyn puhelinkeskustelun (Hirvonen 7.3.2016) johdosta sain kutsun kokoukseen Porvoon Grand-kulttuurikeskukseen. Kokouksen aiheena oli kartoittaa Itä-Uudenmaan lähiruokatuottajat. Paikalla oli minun lisäksi Kari Hirvonen, tapahtumatuottaja ja valmentaja Laura Pulkkinen Luovia-yrityksestä Porvoosta. Ongelmana Itä-Uudellamaalla on ollut verkostoitumisen puute ja laaja kirjo paikallisia tuottajia, joilla ei ole ollut hyviä logistisia jakelu- ja myyntikanavia.

Tässä kartoituksessa huomioitiin vain laadulliset, ympärivuotiset toimijat. Tilaisuuden selvityksessä syntyneiden ongelmien löytymisen myötä aletaan rakentamaan lähiruokaverkostoja, joiden on tarkoitus palvella kaikkia Uudenmaan lähi- ja luomuruokayrittäjiä. Verkottumisella pyritään saamaan toimintaa ilman kuntarajoja. Siihen tarvitaan yksi yhteinen tukkuri, joka toimittaa paikallisesti tuotetut tuotteet myyntipisteille. Tukkuriksi lupautui Porvoon Peruna, koska yrityksellä on hyvät resurssit hoitaa alueen toimitukset. Yrityksellä on käytössään 15 autoa ja 30 työntekijää tekemässä tukkutoimintaa paikallisten viljelijöiden kanssa. Nimestään huolimatta Porvoon Peruna on Porvoon alueella ainut iso elintarviketukku, jolla on mahdollisuus laajentaa alueellisia kuljetuksia jo valmiin kapasiteetin myötä.

4.4 Ruokamatkailutyöpaja

Tilaisuuden järjesti Suomen ensimmäistä ruokamatkastrategiaa jalkauttamassa oleva työryhmä, johon kuuluvat Haaga-Helia AMK:n projektipäällikkö Kristiina Havas, Kristiina Adamsson ja Kristian Sievers. Ruokamatkailupajan tarkoitus ja miksi niitä pidetään, on edistää Suomen ruokamatkailua ja ruokamatkailutarjontaa. Pajojen tavoitteena on saada ruoka tärkeäksi ja elämykselliseksi osaksi matkailua. Lisäksi ruokamatkailussa pyritään tekemään paikallisista tiloista, reiteistä ja tapahtumista, viinitiloista ja pienpanimoista, katu-, koti- tai ravintolaruoasta elämyksellisiä kokemuksia matkailijoille. Ruokamatkailutyöpaja määrittelee suomalaisen ruokamatkailutuotteen tavoitteeksi järjestää matkailijalle osallistamista ja tekemistä, joista tämä voi oppia jotain uutta. Ruokamatkailutyöpajojen myös toivotaan lisäävän yrityksissä aktiivisesti tuotteistamista.

Haaga-Helian kampuksella pidetyssä tilaisuudessa mukana oli organisaatioita ja yrittäjiä, joiden odotukset työpajan annista olivat korkealla. Moni osallistuvista yrityksistä on jo omalla tavallaan panostanut ruokamatkailuun muun muussa kehittämällä uusia ruokamatkailutuotteita ja lisännyt verkottumista sekä markkinointia asian tiimoilta. Yhtenä mahdollisuutena on tarjota matkailijoille omia koteja majoitukseen sekä ruokailumahdollisuuden siellä. Tällöin samalla vierailulla alueellinen ja persoonallinen kulttuuri tulisi tutuksi.

Pajan antia oli, että

- Itä-Uusimaa alueena on jo nyt erottuva tekijä muista Pohjoismaista
- Suomalaisten tulisi panostaa aamiaisiin ruokamatkailussa
- Ruokamatkailustrategia järjestää Suomen satavuotisen itsenäisyyden kunniaksi uuden ruokamatkailukilpailun vuonna 2017. Kilpailun annilla pyritään nostamaan esiin kärkituotteita matkailijoille
- Kansainvälisten ruokailmiöiden toivotaan lisääntyvän

- Islantilainen ruokafestivaali Food and Fan järjestetään kolmannen kerran Turussa 5.-9.10.2016. Tapahtumassa ravintolat tekevät oman Food and Fan -menun vieraille.
- Suomalaista ruokaa ei vielä tunneta maailmalla (Visit Helsinki)
- Keski-Uudellamaalla järjestetään ravintolatapahtuma Villiä luonnosta. Tapahtumassa valmistetaan annos, jossa tulee olla mukana jotain villiä luonnosta.
- Uudenmaalla ja ruokamatkailuyrityksillä on tarjota ruokamatkailijoille omaleimaisia, yllätyksellisiä, terveellisiä ja rohkeita makuja vuodenajat ja ruokakulttuuri huomioiden.

4.5 East East Local-tapahtuma

Tilaisuuteen oli kutsuttu koolle lähiruoan tuottajia ja siitä kiinnostuneita ravintoloita sekä suurkeittiöammattilaisia. Tilaisuus pidettiin Porvoon Grandissa 13.6.2016 Premium Visit ry:n markkinoiman ja edustaman Triangeli-hankkeen toimesta. Tilaisuuden tarkoitus oli keskustelemalla ja kuulemalla yhdistää tuottajat ja lähiruokaa haluavat käyttäjät. Samalla yritettiin kartoittaa tarve logistiikan järjestämistä alueen tuottajien ja tilaajien kanssa. Tälläkin tapahtumalla oli Triangeli-hankkeen tarkoituksena laajentaa Itä-Uudenmaan matkailualanverkostoa ja tehdä yhteistyötä lähiruokaa tuottavien yrittäjien kanssa. Näkyvyyden ja tunnettavuuden sekä markkinaraon saaminen on yhtä tärkeää kuin uusien tuotteiden tarvekartoitus ja kehitystyö hankkeen osalta. Tavoitteena on myös Premium Visit -verkoston laajentuminen yhteistyön tekeminen ja tuotteistaminen keski-uusimaalaisten yrittäjien kanssa.

Premium Visit on rakentanut Triangeli-hankkeeseen verkostoitumisen helpottamiseksi uusia markkinointipaketteja, joita se tässä tilaisuudessa esitteli. Triangeli-bagejä on kolmea eri kokoa, joista pienin Small-bag tarjoaa 600 eurolla 2,5 vuodeksi taidekasityöyrityksille sekä lähiruokatuottajille mahdollisuutta osallistua muun muassa erilaisiin tapahtumiin ja tuotteistamiskoulutuksiin, matkailualan seminaareihin sekä matkailutuotteiden rakentamiseen. Liittyessään yritykset saavat myös näkyvyyttä Helsinki-East -verkkosivustolla ja PR-yhteistyö mahdollisuuden lehdistövierailuiden ja bloggareiden kanssa.

Middle Bag -paketti tarjoaa muille toimijoille, kuten kartanoille, ravintoloille ja kokouspalveluja tarjoaville yrityksille 1 100 eurolla kahdeksi ja puoleksi vuodeksi samat mahdollisuudet kuin edellä olevassa pienemmässä paketissa. Lisäksi tämä paketti mahdollistaa pääsyn Taste of Porvoo -tapahtumaan ja nuorten toimittajien blogeihin pääsyn ulkoministeriön Foreign Correspondents' Programme -ohjelman myötä. Bloggaajat kertovat Suomesta ja suomalaisesta kulttuurista sekä elämäntavoista. Toimittajanuoret ovat opiskelijoita 18 eri maasta ja iältään 20–25 vuotiaita. Premium Visit järjestää tämän paketin ottajille näkyvyyttä myös Study Tourit / Fam Tripit -tutustumisvierailupaketteja neljä kertaa vuodessa omalle alueelle. Yrityksille annetaan mahdollisuus ottaa vastaan kutsuttuja vierailijoita ja saada näin lisää näkyvyyttä sekä

kannattavuutta omalle toiminnalleen. Lisäksi yrityksillä on mahdollisuus osallistua kaksipäiväiselle Visit Finlandin kansainvälistymistyöpajan toimintaan. Työpaja tarjoaa apuvälineitä kansainvälistymisen tueksi esimerkiksi kotimajoitusta tarjoaville yrityksille, kansainvälisessä markkinoinnissa sekä konkreettisia vinkkejä hinnoitteluun, tuotteistamiseen ja jakeluteihin.

Big Bag -paketti on suunnattu myös muille toimijoille, ja on hinnaltaan 2 000 euroa / 2,5 vuotta. Paketti tarjoaa samoja etuja kuin edellä mainituissa pienemmissä paketeissa, mutta lisäarvoa annetaan ulkomaille suunnatuilla messumatkoilla Visit Finlandin kanssa. Tuotepohjaisessa yhteisesiintymisessä, joka ei sisällä yritysesitystä, on mahdollista saada ostajille esille mielenkiintoisia muista Pohjoismaista erottuvia tuotepaketteja hintoineen. Tuote-esitys ulkomailla antaa myös asiakkaille paremman Suomi-tuntemuksen, ja takaa mahdollisen pidemmän viipymisen matkakohteessa tai alueella sekä mahdollistaa tuotannon monipuolistamisen.

East East Local -lähiruokan ja ravintoloiden yhteinen tulevaisuus -tilaisuudessa jaettiin puheenvuoroja alueellista yhteistyötä kehittämässä olleille tahoille. Yksi puhujista oli Eija Lipasti Laurea Ammattikorkeakoulusta Espoosta. Laurea esitteli oman Lähiruokaa Uudeltamaalta-hankeensa, jota se hallinnoi kolme vuotta. Hanke on Uudenmaan elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskuksen Euroopan maaseudun kehittämisrahaston myöntämä. Hankkeen tarkoitus on avustaa ja koordinoita tuottajia siten, että kuluttajat löytävät lähiruokan paremmin. Samalla sen avulla halutaan lisätä lähiruokayritysten kannattavuutta ja toimijoiden verkostoitumista. Tavoitteeksi hankkeeseen on laitettu uusien tuottajien löytäminen ja vanhojen tuottajien aktivoiminen. Tarkoitus olisi saada kysynnän reaalisoituminen lähiruokaliiketoiminnaksi yhteistyötä lisäämällä lähiruoka-alalla toimivien kanssa. Hankkeen avulla pyritään muodostamaan ”arvoverkko-yhteistyötoimintaa”, jossa lisätään hyötyjä verkostoitumisen eri vaiheissa. Käytännössä se näkyy muun muassa yhteistyön tekemisenä HoReCa-tukkujen kanssa, REKO:n eli reilun kuluttamisen lisäämisellä ja Herkkujen Suomi -tapahtumaan osallistumisella ja järjestämisellä Rautatientorilla elokuussa 2016. Kaikkien toimenpiteiden avulla tuodaan esille uusmaalainen lähiruoka ja sen alkuperä. Viestimisen vaikutuksella on tarkoitus saada kuluttajatkin kiinnostumaan siitä.

Tilaisuudessa puhui myös Porvoon Perunasta Hans Nyqvist. Hänen mukaansa lähiruoka on helposti logistettavissa. Sen tuottaminen ja tukkuun toimittaminen tulisi olla ympärivuotista, koska se takaa paremman kysynnän saatavuuden takia. Yritys on lupautunut löytämään asiakkaan tukkuun myytäväksi toimitettaville raaka-aineille, mutta tilojen tulee itse tarjota tuotteitaan tukkuun myytäväksi. Tulevalla asiakkaalla tulee olla vakaumus, halu ostaa lähellä tuotettua ruokaa. Porvoon Peruna on lupautunut hoitamaan tuottajien kuljetuslogistiikan.

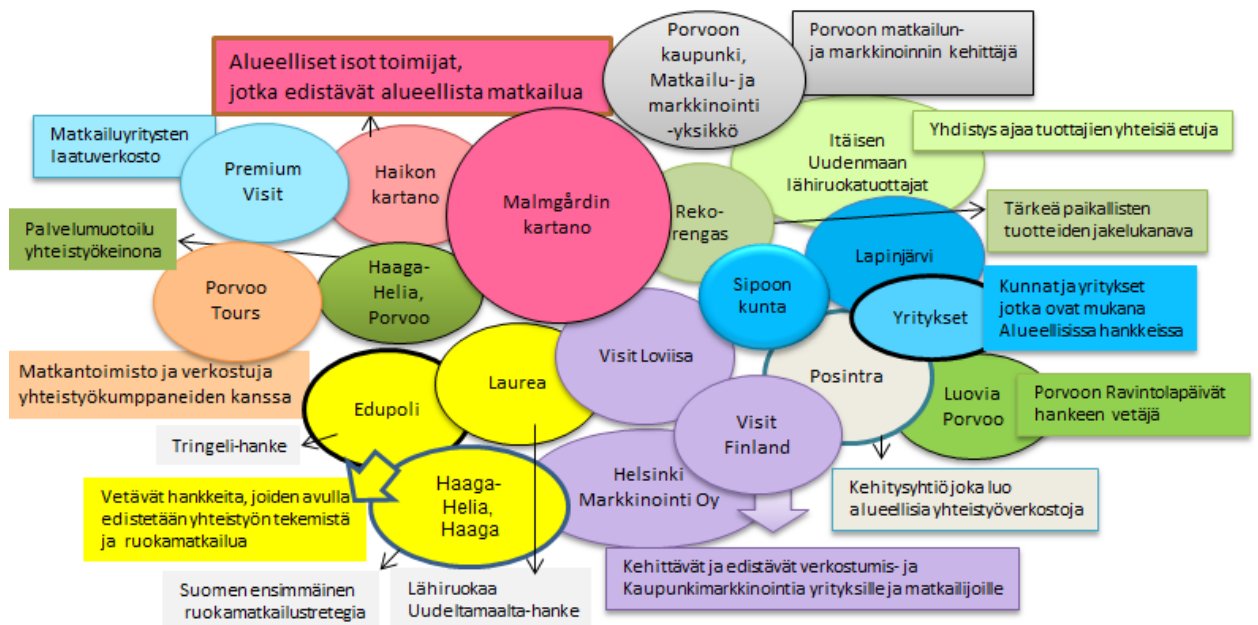
Tuotteet haetaan tiloilta tukkuun, kunhan asioista sovitaan yrittäjien kanssa. Porvoon Peruna eli elintarviketukku toimittaa koko Uudellemaalle ja pääkaupunkiseudulle tuotteita säännöllisesti ja päivittäin.

Toiseksi tärkeäksi asiaksi Nyqvist katsoo, että tuottajien tulisi tehdä toiminnastaan niin laaja-alaista, että se tuottaa tulosta tuotteen hinnan ollessa kohdallaan, koska sillä on ratkaiseva vaikutus kuluttajien ostokäyttäytymiseen. Tukku markkinoi lähiruokaa kuluttajille tilauslistassa olevan ”lähiruoka”-merkinnän kautta, joten samalla tilat saavat laaja-alaista markkinointia tuotteilleen ilmaiseksi. (Nyqvist 13.6.2016.)

Viimeisen puheenvuoron yhteistyön mahdollisuudesta lähiruokatuottajien kanssa käytti ravintola Bistro Sinne:n keittiömestari Niko Lehto. Lähiruokatuottajille haluttiin viestittää mahdollisuudesta tehdä yhteistyötä suoraan tilan ja ravintolan välillä ilman välikäsiä. Samalla yrittäjällä on mahdollisuus antaa myös kasvot ja tarina tuotteellensa, saadun tiedon jälkeen se on helppo myydä asiakkaalle. Ravintolalle tulee mahdollisuus markkinoida tuotetta paremmin ruokamatkailijoille, ja asiakkaalle se tuo arvon lähellä tuotetusta ruoasta.

4.6 Kartoitusvaiheen yhteistyökumppanit

Loviisan alueen kartoituksessa tutustuin moniin eri ruokamatkailua edistäviin tahoihin (kuvio 4). Jokainen toimija haluaa olla mukana jalkauttamassa ruokamatkailua ja sen tuotteistamista matkailijoille.



Kuvio 4. Kartoituksessa tavatut ruokamatkailua edistävät yhteistyökumppanit ja niiden roolit

Jokainen yritys tai toimija kuviossa 4 vahvistaa ruokamatkailun asemaa kansallisia matkailun verkostoja hyödyntäen. Aktiivinen toiminta kehittää alueellista matkailua ja antaa mahdollisuuden linkittyä sekä tuotteistaa palveluita tai tuotteita.

Premium Visit on matkailualanverkostona mukana lähes kaikissa Itä-Uudenmaan ruokamatkailun kehityshankkeissa, ja pyrkii edistämään yhteistyötä esimerkiksi ravintoloiden ja lähi- ja luomutuottajien kanssa. Verkosto on toiminut noin 15 vuoden ajan. Premiumin toimesta on perustettu ravintolaryhmä, jonka tarkoitus on lisätä yhteistyötä kilpailevien ravintoloiden välillä. Pilottihankkeen avulla järjestetään Ravintolapäivät Porvoossa, jossa on mukana kaikki ravintolat, jotka ovat tuotteistaneet tuotteensa. Hanketta vetää Laura Pulkkinen Luovia Porvo -yrityksestä. Ravintolaryhmään on valittu viidestä kuuteen porvoolaista ravintolaa, joista mainittakoon Bistro Sinne, Fryysarinranta, El Albario, Eloisa Wine Food. Nämä yritykset muodostavat osan ydinryhmästä ideariihestä, jossa tuotteistaminen Ravintolapäiviin on tehty.

Itä-Uudenmaan suurin matkanjärjestäjä ja verkostoituja on Porvoon Tours, joka hallitsee lähes kaikkea matkailuun liittyvää, ja haluaa olla paras matkanjärjestäjä Itä-Uudellamaalla. Se tekee yhteistyötä lähes kaikkien toimijoiden kanssa yhteismarkkinoinnilla ja korkealaatuisia matkailutuotteita kehittämällä.

Posintra toimii Itä-Uudellamaalla kehitysyhtiönä, joka haluaa auttaa pk-yrityksiä liiketoiminnan kehityksessä ja alueellisten verkostojen luomisessa. Sillä on laaja yhteistyöverkosto asiantuntijaverkostojen kanssa niin julkisella kuin yksityisellä sektorilla. Posintra tekee yhteistyötä Visit Finlandin kanssa STAR-projektin myötä. Projektilla halutaan sparrata Itä-Uudenmaan yrittäjiä Sipoon, Porvoon ja Loviisa alueella täyttämään Visit Finlandin antamat kriteerit. Se haluaa kehittää jo olemassa olevia ja uusia palvelukokemuksia niin, että se lisäisi matkailijoiden määrää Uudellamaalla kotimaan ja kansainvälisen matkailun osalta. (Posintra.)

Visit Finland, Visit Helsinki, joka on nykyisin Helsinki Markkinointi Oy ja Visit Loviisa hoitavat ja kehittävät alueellista kaupunkimarkkinointia sekä kansainvälistä verkostoitumismarkkinointia. Matkailusivustot parantavat yrittäjänäkyvyyttä ja tarjoavat palveluita ja tietoa matkailijoille sekä antavat mahdollisuuden matkailun kasvuun. Yhteistyötä tehdään markkinoimalla, tuotteistamalla ja paketoimalla omia tuotteita muiden tuottajien tai palveluntarjoajien kanssa. Esimerkiksi By the sea –blogista on luettavissa kuinka Visit Finlandin FinRelax -ohjelma lanseerasi FinRelax Top 25 - tähtiyrittäjäkilpailun 16.11.- 31.12.2015. Kilpailussa palkittiin kaksi itä-uusimaalaista yritystä luonnollisen suomalaisen hyvinvoinnin edistämiseksi. Statuksen vei Porvoosta Haikon Kartano ja Loviisasta Villa Mandela. Nämä yritykset ovat mukana FinRelax-markkinointitoimenpiteissä eri yritysverkostoissa. (Andersson, ym. 26.1.2016.)

Alueellista yhteis- ja kehittämistyötä tehdään erilaisten hankkeiden kautta, joita vetämässä ovat Laurean ja Haaga-Helian ammattikorkeakoulut sekä Liikelaitos Edupoli. Hankkeiden kautta edistetään alueellista- ja alueen ulkopuolista yhteistyötä yritysten ja kuntien tai kaupunkien kanssa. Lisäksi niiden avulla halutaan edistää ruokamatkailua ja ruokamatkailutarjontaa sekä paikallisten toimijoiden yhteistyötä.

4.7 REKO- lähiruokarengas

REKO-rengas eli Rejäl konsumtion on yksi tärkeistä jakelukanavista, jonka kautta paikalliset yrittäjät pystyvät toimittamaan tuotteita ja palveluitaan asiakkailleen. Samalla sitä voidaan hyödyntää oman alueen brändimarkkinointiin. Loviisan alueen tuottajille tämän kanavan löytyminen on tehokas väline asiakassegmentin lisäämiseksi. Internetin käyttö myyntikanavana on tämän päivän tuotemarkkinoinnissa ja myynnissä tärkeässä asemassa yrityksille. Rengas saa Facebookin kautta asiakkaita, jotka haluavat tilata suoraan tiloilta paikallisesti tuotettua puhdasta lähi- tai luomuruokaa ilman välikäsiä. REKO-toiminta yhdistää paikalliset pientuottajat tekemään yhteistyötä. He toimittavatkin omia tuotteitaan myytäväksi toisille yrittäjille, jotta tuottajat pystyvät vuorottelemaan myyntipäivissä. Näin toimissaan he säästävät jakamalla kustannukset, logistiikan ja ympäristövaikutukset. Yhteistyön tekeminen takaa kaikille myytävälle ja tilatuille pientuotteille parempaa näkyvyyttä ja tuottoa, jota ei välttämättä saa marketin hyllyllä. Saatu tuotto menee myös suoraan yrittäjille.

Asiakassegmentin ajankohtainen seuraaminen menekin suhteen onnistuu REKO-renkaassa Facebookin kautta tehtyjen ennakkotilauksien kautta. Jos tilattuja tuotteita ei esimerkiksi noudeta jakopaikalta ja tämä toistuu useaan kertaan saman asiakkaan kohdalla, voidaan kyseinen henkilö erottaa Facebook-ryhmästä. Renkaaseen kuuluvalla asiakkaalla on vastuu tilatun tavaran noutamisesta sovitusta jakelupaikasta. Ryhmän keräämä asiakaskunta, joita olisi hyvä olla alueellisesti noin 5–10% eli 5000 jäsentä, turvaa sekä mahdollistaa REKO:n toiminnan käyttämällä oman alueen rengasta (Hoffström 25.8.2016). Asiakaskunta on yleensä uskollisia ostajia, koska he tietävät saavan tuoretta ja lähellä sekä ekologisesti tuotettua ruokaa. REKO-kuluttaja haluaa tukea aluetaloutta ja saada uusia sosiaalisia kokemuksia. Samalla he vaikuttavat ympäristöön, kestävän kehityksen mahdollistamiseen paremmin.

5 Ruokamatkailukierroksen kehittäminen

Suunnittelutyö produktista käynnistyi jo valittuani tämän opinnäytetyöaiheen. Aiheen työlleni oli antanut Malmgårdin Kartano Loviisasta. Toimeksiantajan toiveena oli, että jotain uutta kehitettäisiin, jotta ruokamatkailua saataisiin lisättyä alueella. Koin tärkeäksi olla mukana kehittämässä Loviisan ruokamatkailua, koska sitä ei oltu aiemmin tutkittu tai tuotteistettu ryhmä- tai yksilömatkailuun. Aiheen teki kiinnostavaksi myös ruokamatkailun hyvät mahdollisuudet maassamme. Lisäksi koin tärkeäksi myös itse olla konkreettisesti mukana Itä-Uudenmaan tai Uudenmaan hankkeissa, koska silloin pystyin paremmin tutustumaan yrittäjiin ja tahoihin, joilla on vaikutusvaltaa ja mahdollisuuksia hoitaa alueellista verkottumista, tuotteistamista, jalkautumista ja yhteistyön tekemistä.

Kartoituksessa saatujen tietojen avulla tähän työhön on tuotekehitetty tuotos, joka on tarpeellinen ja ajankohtainen koko Loviisan ja Itä-Uudenmaan ruokamatkailun tuotteistamisessa ja jalkautumisessa. Tuotoksen suunnitteluvaihe eteni nopeasti. Kartoituksen lisäksi tutustuin ja hankin tietoa alueen yrityksistä vieraillemalla niissä ja soittamalla yrityksiin sekä internetin välityksellä. Suunnitteluvaiheen tueksi tutkin ja luin ruokamatkailu- ja kulttuuriin liittyviä artikkeleita ja kirjoituksia, joista oleellisimmat ja ajankohtaisimmat tiedot olen referoinut tietoperustaan. Kartoitusvaiheen aikana löytyneiden yhteistyökumppaneiden esitteet olivat myös tärkeässä osassa tietojen keräämisessä. Opinnäytetyön tavoitteeksi muodostui lopulta kehittää jokin konkreettinen apuväline Loviisan alueen ruokamatkailun edistämiseen ja yrittäjien välisen yhteistyön mahdollistamiseen.

Ruokamatkailukierros niminen tuote (liite 12.) on kehitetty palvelemaan ruokamatkailuyrityksiä, joilla on mahdollisuus tarjota elämyksellisiä ympärivuotisia ruokamatkailukokemuksia. Olen aiemmin kuvannut tässä työssä mitä ruokamatkailuyritysten tulisi huomioida ruokamatkailutuotteen kehittämisessä, jotta niistä saadaan matkailijaa palveleva elämyksellinen tuote. Yritysten tulisi huomioida ajankohtaiset ja tämänhetkiset trendit jotka ovat olennaisia. Elämyksiä haetaan tällä hetkellä autenttisilla, ainutlaatuisilla ja yksinkertaisilla kokemuksilla. Kohdemaahan tutustumisessa on tärkeää kokea maan kulttuuri ja paikallisuus sekä osallistua ja oppia tekemällä. Lisäksi he hakevat pohjoismaalaista terveellistä, puhdasta, ekologisesti ja eettisesti itse valmistettua ruokaa, johon on käytetty vähän raaka-aineita. Elämyksellisyyttä lisää musiikki, tuoksut ja äänet. (Havas, ym. 2015, 5.)

Tietoperustassa olen kuvannut myös kansainvälistä ruokamatkailun kehityksen suuntaa. Tällä hetkellä ruokamatkailutrendi on, yhdistää ihmiset ja ruokailu siten, että siitä tehdään yhteinen kokemus. Lisäksi matkailijat haluavat tietää miten heidän ruokansa on kasvatettu, kuinka se tarjoillaan, miltä se maistuu ja mitä tuntemuksia se herättää nautittaessa. Matkailijalle on myös

tärkeää paikallisesti tuotettu ruoka, sitä arvostetaan, koska matkailija kokee samalla kohdemaan alueellisen kulttuurin ja raaka-aineet. (The Foody Traveller.)

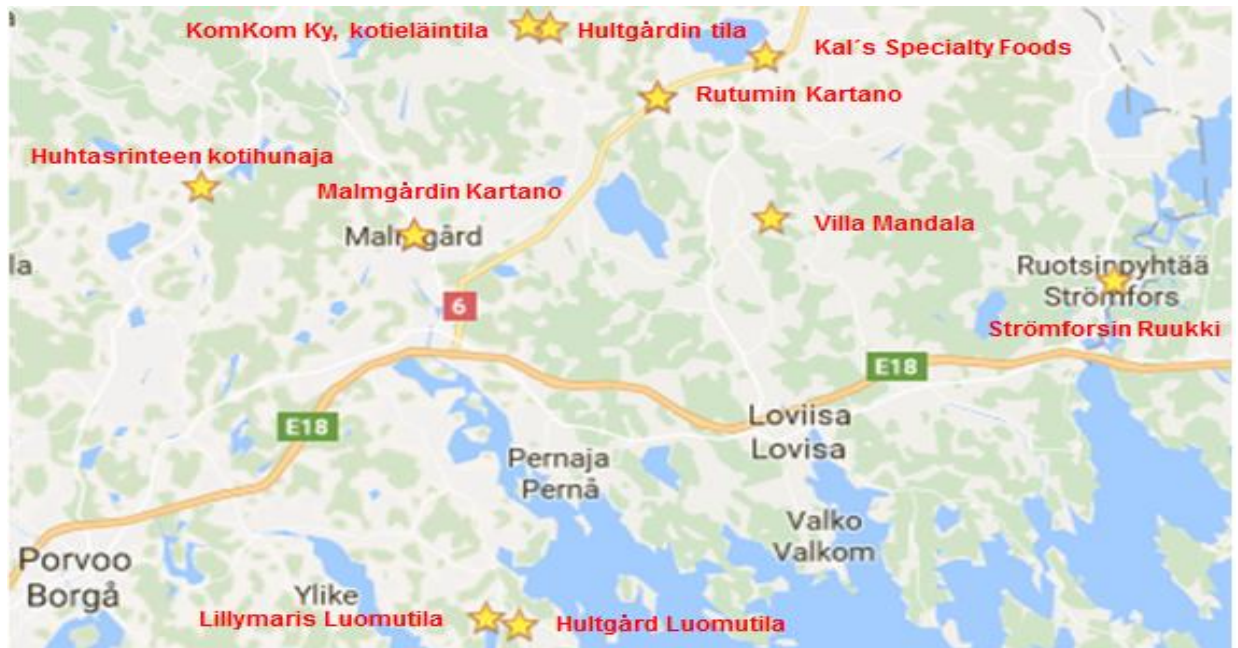
Ruokamatkailukierros niminen tuote on tällä hetkellä tuoteaiho, jota on tarkoitus muuttaa sopivammaksi tuotepaketiksi myöhempänä ajankohtana. Produkti on työstetty ja kehitetty matkatoimisto Porvoon Toursille, jonka on tarkoitus laittaa se myyntiin yrityksen omille sivuille vuonna 2017. Tällä hetkellä ruokamatkakierroksen tuoteaihiossa on mukana neljä yritystä. Tuoteaihioon on nyt valikoitunut seuraavat yritykset; Malmgårdin Kartano, Lillymaris Luomutila, Rutumin Kartano ja KomKom Ky kotieläintila. Tuotteelle on määritelty alustavaksi hinnaksi 71 euroa per henkilö. Hinnassa on mukana alv ja jokainen mukana oleva yritys on itse määritellyt oman yrityksensä hinnan parhaaksi katsomalla tavallaan. Hintaan ei kuulu bussikuljetus, mutta asiakkaalle pystytään räätälöimään hinta myös sen kanssa. Bussikuljetuksen hinta määräytyy henkilömäärän mukaan eli 30 paikkainen linja-auto maksaa 669 euroa ja 49 paikkainen bussi 740 euroa per Ruokamatkailukierros. Kierroksen on katsottu alkavan ja päättyvän Helsingistä. Kokonaishinta on ulosmyyntihinta, johon on lisätty myös Porvoon Toursin provisio. Tuotteen on tarkoitus palvella Porvoon Toursin sivuilla ryhmämatkalaisia, joiden koko voi vaihdella 20–55 henkilön välillä. Se on suunnattu kotimaan- ja ulkomaan matkailijoille. Sen avulla halutaan tarjota pohjoismaalaista puhdasta, tuoretta, terveellistä, eettisesti ja ekologisesti tuotettua ruokaa maisteluiden ja tekemisen kera. Maisteluiden lisäksi tuote mahdollistaa kaksituntisen lähiruokalounaan nauttimisen Rutumin Kartanolla. Tuotetta on helppo räätälöidä asiakkaan toiveen mukaiseksi ja se voidaan myös muuttaa vuodenaikaan nähden sopivaksi kokonaisuudeksi. Lisäksi se on helppo tehdä yrityskohtaiseksi tai muuten kohderyhmälle sopivaksi. Tuote on monikäyttöinen, koska siinä pystytään huomioimaan alueellinen vaihtelevuus. Siitä voidaan kehittää myös Porvoon ruokamatkailuyritysten kanssa yhteinen tuote, jolloin yhteistyö tekeminen laajenee Itä-Uudellamaalla. Tuotoksen ylläpito ja päivittäminen tapahtuu Porvoon Toursin toimesta.

5.1 Tutustuminen alueelliseen antiin

Tässä luvussa esitellään 10 ruokamatkailuyritystä, jotka on valittu Loviisan alueen ruokamatkailun kokonaiskuvan kartoittamisen tuloksena. Kartoituksen tavoitteena oli saada kokonaiskuva ruokamatkailuyrityksistä (kuvio 5), jotka pystyisivät alueelliseen yhteistyöhön tilojen välillä ja toisivat esille tämän alueen kärkituotteita ja jo olemassa olevia matkailutuotteita. Valituilla yrityksillä on ruokamatkailutuote tai tuotteita, jotka lisäksi takaavat tuotteistamismahdollisuuden yhdessä muiden tilojen kanssa.

Yritysten tuli olla lähi- ja luomuruokaa tarjoavia ruoka- tai ruokamatkailuyrityksiä. Niiden tuli sijaita Loviisan alueella ja niiden piti mahdollistaa matkailijan vierailu yrityksessä. Valitut tilat

ovat jo nyt tuotteillaan hyvin laadukkaan ja houkuttelevan ruoan asemassa matkailussa valtakunnallisesti, jopa kansainvälisesti. Kaikki kartoitetut tilat tarjoaa ympärivuotisia ruokaelämyksiä ja ruokamatkailutuotteita.



Kuvio 5. Kartoitetut luomu- ja lähiruokamatkailuyritykset

Alueena kaupunki on pieni, 44,52 km², mutta tarjoaa Itä-Uudellamaalla suuria elämyksiä. Loviisassa asuu noin 15 000 asukasta. Nähtävyyksiä on tarjolla historiallisesti monipuolisesti kartanoista, vanhoista tehdasalueista ja puutalokaupunginosista merilinnoituksiin. Paikallisesti tuotettuja tuotteita voi ostaa monilta tiloilta suoraan, REKO-renkaan, lähikauppojen, tapahtumien tai toisten yrittäjien kautta. Itä-Uudellamaalla on monipuolinen lähiruokatuotanto, jonka kasvuille ja monipuolisen tarjonnan kehittämiseksi on kysyntää. Kysyntä ja tarjonta eivät vielä valitettavasti kohtaa riittävästi.

Olen kerännyt tietoa myös Loviisan alueen muista toimijoista, jotka myös tavallaan edistävät alueellista ruokamatkailua omalla toiminnallaan (liite 11.) Liitteessä on listattuna varteenotettavat ravintolat, kahvilat, majoitus-, kokous- ja ohjelmopalvelua tarjoavat yritykset vuonna 2016. Kaikilla näillä yrityksillä on mahdollisuus lisätä Suomen matkailun vetovoimaa ja kilpailukykyä toimimalla yhdessä muiden paikallisten tuottajien kanssa muun muassa käyttämällä heidän tuotteitaan tai palveluitaan. Moni näistä yrityksistä tarjoaa hyvän matkailutuotteen, joka on paketoitu ruoan tai palvelutarjonnan ympärille.

Luomu- ja lähiruokaselvitykseen keräämäni tiedot eivät yksinomaan ole julkisista lähteistä. Lisätietoa ja täydennystä yrityksen kotisivuihin saatuihin tietoihin on saatu soittamalla yrittäjälle itselle tai toisen paikallisen yrittäjän kautta.

5.2 Malmgårdin kartano

Ensimmäiseksi tilaksi valikoitui toimeksiantajani yritys ja koti Malmgårdin kartano (liite1.) Malmgårdin tilan (kuva 2) alkuhistoria alkaa jo vuodesta 1606, jolloin kuningas Kaarle IX hallitsi maata. Tilan toiminta on hyvin laaja-alaista matkailijaa ajatellen. Tilalla on tarjota monipuolisesti matkailijaa kiinnostavia ja hyödynnettäviä paikallisia kärkituotteita. Matkailullisesti se tarjoaa paljon palveluita historiaa myöten. Palvelua saa suomen-, ruotsin- ja englannin kielellä. Tilalla vaalitaan pohjoismaista hyvinvointi-ajattelumallia niin, että vastuullisesti, puhtaasti, ekologisesti ja ravitsemuksellisesti tuotettu ruoka tuodaan esille luomuna, perinteinä ja kulttuurina. Historiaa pääsee ikuistamaan kartanossa tehtävillä kiertokäynneillä. Käynnit tulee varata etukäteen ja ne ovat maksullisia.



Kuva 2. Malmgårdin kartanon pihapiiriä



Kuva 3. Malmgårdin Kartanon logo

Malmgård (kuva 3) tekee kansainvälistä yhteistyötä muun muassa ruotsalaisten, virolaisten ja amerikkalaisen kanssa. Tila vie pieniä määriä omaa olutta näihin maihin myyntiin. Lisäksi yhteistyö on voimakasta Facebook-sivuilla, REKO-renkaassa, verkkokaupassa ja suoramyynä

toimintana tilapuodissa. Vastuullisesti ja ekologisesti tuotettu luomuvilja vaalii perinteisiä ja jo vähän unohduksiinkin jääneitä viljalajeja. Tilapuodista on mahdollista ostaa puhtaasti viljeltynä ruista, emmer-riisiä, spelttiä, vehnää, kauraa, maalaisvehnää (kuva 4), rypsiä ja kylmäpuristettua rypsiöljyä, viinietikkaa sekä muita tiluksilla tuotettuja ja jalostettuja ruokaherkkuja muun muassa hilloja ja mehuja. Viljanjyvät voi jauhatta puodissa. Kartanopuodissa on myynnissä myös muiden yrittäjien paikallisesti tuotettuja tuotteita. Lisäpalveluita tarjotaan mahdollisuutena ostaa Malmgård Park-tontti tai lahjakortteja. Myytävillä tuotteilla on mahdollista saada toimitus myös ulkomaille.



Kuva 4. Luomu maalaisvehnälese myynnissä kartanopuodissa

Malmgårdissa pannaan olutta (kuva 5). Sitä voi ostaa mukaan kartanopuodista, Alkosta ja hyvin varustetuista vähittäismyymälöistä, ruokaravintoloista ja USA:sta, Virossa sekä Ruotsista. Oluen valmistukseen tarvittava sähkö tuotetaan omasta koskesta ja oluen tarvittava vesi saadaan omasta lähteestä. Oluen lisäksi on tänä vuonna (2016) panimotiloissa alettu valmistamaan omenasiideriä kahtena makuna; Arctic siideriä, joka on katajalla maustettua ja omenasiideriä. Panimossa järjestetään kiertokäyntejä ja oluenmaisteluita sekä panimomestarin oppitunteja. Näitä tehdään ennakkotilauksesta ja -maksusta.



Kuva 5. Malmgårdin oluita lahjapakkauksessa

Malmgårdin kartanon kahvila-ravintola on auki ryhmille ennakkotilauksesta. Siellä tarjotaan esimerkiksi kartanon hirvipiirakkaa ja hirvigulassikeittoa sekä omalla tilalla tuotetusta speltistä

tehtyä pannukakkua kartanon hillolla. Hinnat vaihtelevat 9,50–25,00€ välillä. Kahvila-ravintola noudattelee kartanopuodin aukioloaikoja. (Malmgård.)

5.3 Labby Gårdin tila

Labby Gårdin tila (liite 2.) Kartano on erikoistunut biodynaamiseen viljelyyn ja luomutuotteiden valmistamiseen. Historiallinen tila 1691-luvulta, jolloin se oli säterinä eli rälssitalona, suurkartanona. Rälssitalona toimiessaan tilan isäntä oli vapautettu suorittamasta ratsupalvelusta. Suurkartano on alun alkaen todennäköisesti ollut aatelissuvun omistuksessa oleva pää- ja sukukartano Ruotsin vallan aikana. Tämänhetkinen päärakennus on siirretty nykyiselle paikalleen 1865-luvulla Suomenlinnasta juustomestarin asunnoksi. Rapistunut kartano kunnostettiin 1900-luvun alussa (kuva 6).

Tilalla on maisemallisesti ja valtakunnallisesti tärkeitä niittyalueita, joita hoidetaan laiduntamalla. Luomuviljana tuotetaan spelttiä, vehnää ja kauraa. Tilalla kasvaa myös luomuhedelmäpuita, juureksia, yrttejä ja villiyrttejä sekä vihanneksista sipulia sekä perunaa. Maanviljelyn lisäksi siellä kasvatetaan niittyluomukarjaa – Herefordnautaa/sonnia, lihaa myydään nettikaupassa ja tilalta suoraan. Tilapuodissa myydään sekä tilan omia, että lähitilojen luomutuotteita. Osa myytävistä tuotteista on prosessoitu valmiiksi tuotteiksi. Lobbyn tilalla on myös oma verkkokauppa, jossa on myytävänä tilan kaikkia tuotteita, verkkokaupan tuotteet kotitoimitetaan Uudenmaan alueelle. Isommat tilaukset koko Suomen alueelle sovitaan etukäteen ja toimitetaan Postin Termo-kuljetusten kautta.



Kuva 6. Labbyn kartanon luomuviljelyksiä (Labbyn kartano 28.5.2016.)

Labbyn kartano tarjoaa ohjattuna tai omatoimisena monipuolisesti ja ympärivuotisesti alueellisia kärkituotteita matkailijalle suomen-, ruotsin- ja englannin kielellä. Tilalla on mahdollisuus yöpyä vuosisadan alun sahamiljöössä Bed & Breakfast -periaatteella, hoitaa maatilaneläimiä ja tutustua luomuviljelyyn. Maisemapoluilla voi pyöräillen tutustua kartanomiljööseen. Tila tarjoaa

cateringpalveluita asiakkaille valmistamalla lähi-, luomu- ja kausiruokaa, johon he käyttävät muidenkin lähitilojen tuotteita muun muassa villiä kalaa ja lammasta. He järjestävät illallis-, brunssi- ja kokousmahdollisuuksia maksimissaan noin 50 henkilölle.

Labby Gård tarjoaa tilojaan galleristeille sekä vierailumahdollisuuden vanhaan juustokellariin ja viljamakasiiniin, jossa on nähtävillä vanhoja museotyökaluja. Tilalta voi ostaa tontin ekologiseen, nykyaikaiseen rakentamiseen Edesby-alueelta. Tonteilla on valmiina kunnallistekniikka sekä palstaviljely- ja harrastamahdollisuudet. Päätilalta on mahdollisuus ostaa polttopuita ja opetella puutarhanhoitoa, puunhoitoa sekä leipomista.

Tila ylläpitää ravintolatoimintakonseptia Itä-Uudellamaalla esimerkiksi osallistumalla katukeittiönä Taiteiden yöhön Helsingissä ja Porvoon Pop Up -tapahtumaan. Lisäksi tänä vuonna 2016 tilalla pidetään jokavuotiset pohjoismaita kiertävät Nordic Permaculture -festivaalit (4–7.8.2016). Tilaisuus on pohjoismaalainen Permakulttuuri ja festivaalitapahtuma. Siellä yhdistyvät ihmiset, jotka haluavat jakaa käytännöntaitojaan työpajoissa ja oppia uusia taitoja luennoilla sekä käytännössä. He välittävät, juhliivat ja tukevat toisiaan sekä paikallista taloutta lähi- ja luomuruoan merkeissä. Lisäksi he välittävät luonnon ja maailman ekosysteemistä haluamalla minimoida siihen liittyvän kulutuksen yli sukupolvien ajan. (Labby Gård 2016.)

5.4 Rutumin Kartano

Rutumin Kartano (liite 3.) Lapinjärven kunnassa Loviisassa on historiallinen kartanomiljöö jo 1743-luvulta (kuva 7). Tämä tila on myös rälssitila, jonka on isonvihan jälkeen haltuun ottanut kapteeni Henrik Sebastian Hasselblatt. Myöhemmin tila siirtyi Gabriel Gyllingin haltuun, jolloin sen päärakennusta on osittain laajennettu vuonna 1794, ja lisälaajennettu 1850-luvulla kartanon silloisen emännän Laura Gyllingin (os. Wallgreen) toimesta. Kartano on täysin kunnostettu ja avattu vieraille 2000-luvulla nykyisen isäntäpariskunnan Marja ja Kari Hirvosen toimesta.



Kuva 7. Rutumin Kartano (Rutumin Kartanon kotisivut-kuvagalleria 2016.)

Kohderyhmäkseen tila luokittelee ryhmä- ja yritysmatkailijat ympärivuotisesti. Omistajapariskunta palvelee asiakkaita suomen-, ruotsin- ja englanninkielellä. Kartanossa on mahdollista järjestää kokouksia noin 50 henkilölle pihapiirin entisessä ja vuonna 2006

entisöidyssä modernissa navetassa. Kokousnavetassa on mahdollista myös sauna sekä uida. Tilalla on myös toinen perinteinen ”mummolan sauna”, johon mahtuu kerralla 10–25 henkilöä. Kartanossa voidaan järjestää kaikenlaisia juhlia 10–60 henkilölle, ja tilaisuudet hinnoitellaan tarjouspyyntöjen perusteella, jotka sisältävät useasti lounaan, päivällisen tai iltapalan ja kokoustilan. Marja Hirvonen emäntänä vastaa ja valmistaa tarjottavan ruoan itä-uusmaalaisesta lähiruoasta perinteitä kunnioittaen (kuva 8). Kartanokäyntiin sisältyy usein myös lisäksi tarinankerrontaa historiasta ja ulkona tapahtuvaa toimintaa esimerkiksi luontopolkukierros pyöräillen (kuva 9). Tulevaisuuden suunnitelmiin kuuluu toiminnan laajentaminen luontomatkailua lisäämällä hyödyntämällä siihen Loviisan jokea.



Kuva 8. Rutumin Kartanossa tehtyä lähiruokaa (Rutumin Kartanon kotisivut-kuvagalleria 2016.)



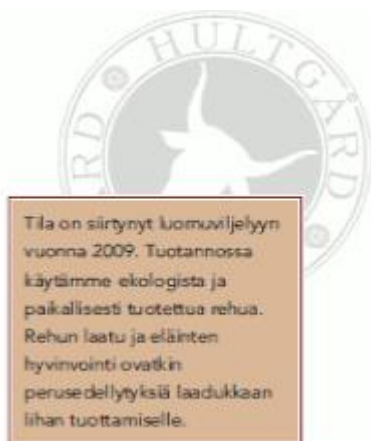
Kuva 9. Rutumin Kartanon pihapiiri (Rutumin Kartanon kotisivut-kuvagalleria 2016.)

Rutumin Kartano tarjoaa lisäpalveluita matkailijoille majoituspalvelun muodossa. Marja ja Kari Hirvosen omistuksessa oleva kiinteistö Arponen mahdollistaa yöpymisen kolmelle henkilölle

30–40-luvulla rakennetussa rakennuksessa ihanassa maalaismaisemassa. Kartanossa häätjuhliin viettävä pari voi halutessaan vuokrata hääsviitin käyttöönsä 200 eurolla/yö. (Rutumin kartano 2016.)

5.5 Hultgård Luomutila

Hultgårdin tila (liite 4.) Mickelspiltomissa on ollut Pieter & Natalia van den Hoek omistuksessa vuodesta 2001. Sonneja tilalla on ollut vuodesta 2005, mutta se on siirtynyt täysin luomuviljelyyn vuonna 2009 (kuva 10), ja luomulihan tuotantoon vuonna 2013. Nykyisin siellä kasvatetaan ja myydään suoraan tilalta laadukasta ja vähärasvaista (<10 %) ruoholla kasvatettua luomusonninlihaa. Lisäksi sieltä on saatavilla ruskeita luomukanoja (ei haettu luomusertifikaattia) ja niiden munia sekä spelttijauhoja. Tilan eläinten kasvatus perustuu täysin luonnonmukaisuuteen ja eläinten hyvinvointiin, ei niiden maksimointiin. Luomutuotannossaan he eivät käytä mitään geenimanipuloituja tuotteita esimerkiksi rehua, keinolannoitteita tai myrkkijä. Hultgårdin tilan tuotteet jalostetaan ja pakataan lähialueen asiantuntevien yhteistyökumppaneiden kanssa.



Kuva 10. Tilan oma logo eettisyydestä ja ekologisuudesta (Hultgård Luomutilan kotisivut 2016.)

Kartono myy suoraan tuotteitaan tilalta ja verkkokaupan kautta. Hinnat sisältävät alv:n (14 %) ja toimitusmaksut. Myytävät raaka-aineet on tarkoitettu arki- ja juhlaikäyttöön. Tilan myyntitoiminta on ympärivuotista ja palvelua on mahdollista saada suomen-, ruotsin- ja englannin kielillä. Tila toimittaa tilatut prosessoidut tuotteet sovitun hinnaston mukaan määrätyille Etelä-Suomen alueille. Alueen poiketessa sovitusta, tilalla on oikeus tarkistaa tuotteen hinta, ja ilmoittaa siitä asiakkaalle ennen kotiinkuljetusta.

Lisäpalveluinaan tila myy muiden paikallisten yrittäjien tuotteita omassa puodissaan. Tilalla on mahdollista tehdä ryhmävierailuja ennakkotilauksesta. Lisäksi he tarjoavat internet-sivuillaan asiakkailleen ruokaohjeita ja opastusta lihan eri osien käytöstä. Verkkokaupasta voi ostaa lahjakortteja määrittelemällä itse sen arvon. (Hultgård 2016.)

5.6 Huhtasrinteen kotihunaja

Huhtasrinteen kotihunaja (liite 5.) Askolan Journaankylässä on pieni tila, joka on tuottanut luonnonmukaisesti tuotettuja hunajatuotteita jo vuodesta 2010 (kuva 11). Tilalliset Timo Paakkunainen ja Seija Virkkunen haluavat valmistaa aitoja Suomen luonnosta saatavilla olevista raaka-aineista puhdasta, lisäaineettomia, aromi- ja uutevapaita tuotteita kuluttajille. Marja-, yrtti-, glögi-, mauste- ja karkkimaustetut hunajat ovat täysin vapaita kaikista lisäaineista. Oman tilan mehiläisten tuottamaan luonnonhunajaan he valmistavat makuhunajia, jotka ovat saaneet makunsa sataprosenttisesti suomalaisista marjoista ja yrteistä. Maustehunajien valmistuksessa tila joutuu käyttämään ulkomaalaisiakin mausteita. Huhtasrinteen kotihunaja tuottaa yli kahtakymmentä eri laatua hunajatuotteita aina mustikka-, tyrni-, kukkais- ja kuningatarhunajaa myöten sekä siitepölyrakeita. Lisäksi he valmistavat mehiläisvahakynttilöitä.



Kuva 11. Huhtasrinteen kotihunajatuotteita (Marjo Aaltonen 21.9.2013.)

Kotipuodissaan he myyvät kaikkia tilalla tuotettuja tuotteita mielellään niin, että asiakas ilmoittaa ennakkoon tulostaan, jotta ovat varmasti kotona. Lisäksi tilalla voidaan järjestää vierailuja, jossa

saa tutustua mehiläistilaan pienimuotoisesti. Isäntäpariskunta järjestää mielellään maistatustilaisuuksia ja tarjoavat kahvituksen 30–40 asiakkaalle ympärivuotisesti. Palvelua saa suomen-, ruotsin-, ja englannin kielillä.

Tila on verkostoitunut monen lähialueen tuottajien ja jälleenmyyjien kanssa, ja he tekevätkin paljon yhteistyötä keskenään esimerkiksi myymällä ja toimittamalla toisensa tuotteita eri tapahtumiin, lähiruokarenkaaseen ja markkinoille. Tilan kansainvälinen verkostoituminen on laajentunut Tukholmaan ja siellä kolmeen eri liikkeeseen. (Huhtasrinne 2013.)

5.7 Villa Mandala

Villa Mandalan (liite 6.) hyvinvointikeskuksen entinen päärakennus Solvilla on vanha hirsirakennus vuodelta 1928. Nykyinen Villa Mandala valmistui vuonna 2012, ja se on palkitun Arja Lehtimäen suunnittelema kansallisromantiikkaa edustava, vanhoista orgaanisista valmistusmateriaaleista, tehty 11 metriä korkea rakennus. Hyvinvointikeskuksen yhteyteen kuuluu myös kunnostettu saunarakennus, kuivaamo ja vanha rengintupa 1800-luvulta, joka on tuotu lähikylältä nykyiselle paikalleen.

Villa Mandala tarjoaa ympärivuotisesti asiakkailleen henkistä ja fyysistä hyvinvointia sekä stressinhallintaa. He haluavat tukea paikallistaloutta siten, että he valmistavat puhtaasta, eettisesti ja paikallisesti tuotetusta lähi- ja luomuruoasta asiakkailleen ruokaa (kuva 12). Näin he samalla minimoivat ruoan tuottaman ympäristörasituksen. Hyvinvointikeskuksen filosofia asiakkailleen on hiljaisuutta, läsnäoloa, kehon- ja mielen puhdistumista, valkoista kohinaa, välittämistä, luontoyhteyttä, aitoja kohtaamisia ja pysyviä elämänmuutoksia.



Kuva 12. Villa Mandalan tuotetarjonta aamupalalla (Villa Mandala 9.10.2016.)

Palveluvalikoima tuotepaketeissa on laaja ja sitä on mahdollista saada suomen, ruotsin ja englannin kielillä. Retriitit eli arjesta vetäytymiset tai stressinhallintakurssit tarjoavat asiakkaille mielenrauhaa esimerkiksi detox- ja joogaretriiteissä. Polttarit tai hyvinvointipäivien järjestäminenkin on mahdollista Villa Mandalassa. Yrityksille tarjotaan virkistymis- ja kokouspaketteja sekä luentotiloja omien kurssien pitämiseksi. Kurssipaketit sisältävät tilavuokran, saunan, ruokapalvelun, kylpyaljun ja mahdollisia sisältöpalveluita. Henkilökunnan ja puhujien tilaaminen/saaminen omiin täällä pidettäviin tilaisuuksiin on mahdollista. Valikoimaan kuuluu myös erilaisten koulutusten järjestäminen muun muassa joogaopettajan koulutus ja 21 päivän verkkovalmennus stressin hallinnasta.

Villa Mandalassa on mahdollista yöpyä yksilöllisissä maalaisromanttisissa stress-free -ideologian mukaisissa huoneissa. Majoittumaan pääsee kerralla 12–26 henkilöä. Tarjolla on myös sisältöpalveluita, esimerkiksi ohjattuna liikuntana vaeltamalla, kävellen lumikengillä, hiihtäen suksilla tai pyöräillen lähimaastossa. Lisäpalveluina Villa myy lahjakortteja, jotka ovat henkilökohtaisia ja voimassa vuoden verran. Huomioitavaa palvelutarjonnassa on, että paikka ei tarjoile alkoholia, mutta sitä voivat asiakkaat tuoda Mandalaan sovittaessa. Villa Mandalan toimintaa on myös Helsingissä joogastudion Urban Mandalan merkeissä. (Villa Mandala.)

5.8 Lillymaris Luomutila

Lillymaris Luomutilan (liite 7.) tilan historia alkaa jo 1700-luvulta, jolloin se oli yksi Fasarbyn viidestä ratsutiloista. Nykyiseen omistukseen se siirtyi vuonna 1967, ja siellä on vieläkin jäljellä 11 perinnerakennusta. Tila on siirtynyt osittaiseen luomuviljelyyn vuonna 1993, ja kokonaan luomuviljelyyn vuonna 1998. Maria Lilly Zuluagan on tullut tilalle vuonna 2000, ja rupesi silloin kasvattamaan siellä yrtejä ja vihanneksia. Tällä hetkellä he kasvattavat yrtilajikkeista muun muassa karjalan-, viher-, pipar- ja vuoriminttuja, tavallista tinjampia ja sitruunatinjampia, rosmariinia, salviaa, oreganoa, kehäkukkaa, laventelia, ruohosipulia, ruusunterälehtiä ja liperiä. Tila viljelee myös valkosipulia ja siellä on mehiläistarhausta.

Tänä päivänä he tarjoavat paljon paketoituja ruokamatkailutuotteita historian, tarinoiden, luomun, elämäntavan ja raaka-aineiden muodossa. Tilalla pidetään villiyrtti ja kasvatetuista yrteistä ruoanvalmistuskursseja kauden antimista luonnon monimuotoisuuden keskellä, kauniissa miljöössä. Opetusta saa suomen-, englannin- tai espanjan kielillä. Kurssilla opitaan käyttämään ja jalostamaan yrtejä ruoanlaitossa sekä terveydenhuollossa. Osallistujat saavat yleistietoa yrteistä, ja kuinka niistä käytännössä tehdään voiteita, ruokia ja rohtoja (kuva 13). Lillymarissa on mahdollista viettää virkistyspäiviä tilauksesta. Ne on tarkoitettu erikokoisille ryhmille. Virkistyspäivillä tutustutaan mehiläisten hoitoon, viljelymenetelmiin,

perinnerakentamiseen ja yrttitarhoihin. Samalla käynnillä saa kuulla tilan historiasta ja nautia keittolounaan.



Kuva 13. Lillymaris aterian raaka-aineena ruiskukkia (Kuva Lillymaris kotisivut 2016.)

Tilalla pidetään myös taidekursseja, joissa kaikenikäiset pääsevät tekemään ympäristötaidetta (kuva 14). Kurssien avulla oppijat saadaan havahtumaan luonnon monimuotoisuuden ja kokemaan käytännössä, kuinka luonto itsessään on taideteos.



Kuva 14. Lillymaris Luomutila elävää taidetta metsässä (Kuva Lillymaris Luomutilan kotisivut 2016.)

Tilapuoti palvelee asiakkaita mielellään tilauksesta, mutta ystävällisesti he ottavat vastaan tulijoita, jos vain ovat kotona. Puodissa on myynnissä liperia- ja valkosipulisuolaa, luomuhunajaa, yrttejä, jotka ovat kokonaisina kuivattuna, kausituotteina kesäisin; pesto- ja yrttitahnoja ja talvisin; hilloja, sieniä ja hedelmäjalosteita. (Lillymaris Luomutila 2012.)

5.9 Strömforsin Ruukki

Strömforsin Ruukki (liite 8.) on lomailukohde ja ruokamatkailutuotteita kattavasti tarjoava yritys Ruotsinpyhtäällä (kuva 15). Osa palveluista on ympärivuotisia, osa toteutuu vain kesäisin. Tila on historiallinen nähtävyys, jossa on vaalittu perinteitä ja niistä syntyneitä tarinoita. Historia alkaa jo 1698-luvulta, jolloin Uudenmaan ja Turun läänin maaherra Johan Creutz perusti ruukin kymijoen läntisempään haaraan. Ruukki sai uudet omistajansa Anders Nohrstömin ja Jakob Forsellin (aateloituna af Forselles) 1744, ja samalla myös uuden nimen Strömforsin ruukki. Sitten, vuonna 1790 ruukki siirtyi Virginia af Forsellin haltuun sekä johtoon noin 60 vuodeksi aina vuoteen 1847 asti. Nykyiset nähtävillä olevat rakennukset ruukin alueella ovat tämän "rautarouvan" aikakaudelta.

Ruukki tarjoaa paljon tuotteita matkailijoille. Alueella voi vierailla vanhassa pajamuseossa ympäri vuoden. Kymijoessa virtaava vesi pyöritti entisaikaan vesirattaita noin 250 vuoden ajan, jotta pajan sepät ja sällit saivat vesivasaroihinsa liikettä. Alueella on myös ympärivuotisesti toimivia käsityöläisiä, joiden puodeissa voi vierailla ja ostaa lahjatavaroita sekä seurata taontanäytöksiä. Ravintoloista Ruukinmylly on rakennettu vanhaan myllyyn, ja se tarjoaa idyllisen vaihtoehdon juhlien- ja makuelämysten sekä tyky-päivien järjestämiseen enintään 60 henkilölle. Ravintola tekee yhteistyötä muiden paikallisten yrittäjien kanssa. Myllyn kellarissa on mahdollisuus järjestää kokouksia, viinin maistelutilaisuuksia ja perhejuhlia noin 30 henkilölle. Molemmat paikat ovat auki ympärivuotisesti, mutta talvisin vain lounasaikaan. Samalla alueella toimiva pajakahvila on tarkoitettu myös ryhmille ja siellä on a-oikeudet. Kahvila on auki vain kesäisin.



Kuva 15. Strömforsin Ruukki (Pietarinen 6.10.2016.)

Strömforsin Ruukissa on paljon aktiviteetteja matkailijoille. Siellä on mahdollista tutustua lapsille- ja aikuisille suunnatuilla opastetuilla Ruukki- ja Sepän Sälli kävelykierroksilla rouva Virginia af Forsellin luomaan ruukin historiaan suomeksi ja ruotsiksi. Kesäteatteri ruukinmylly tarjoaa tulijoille naurutakuut kaupan päälle. Talinvintillä eli vintti- ja aulagalleriassa on mahdollisuus tutustua monen eri taiteilijan taiteeseen pitkin kesää. Ruukki Picnik harrasteajoneuvotapahtumaan pääsee osallistumaan ja katsomaan vanhoja entisöityjä autoja kerran kesässä. Brannin trail- polkujuoksu ja kulttuurivaellus on 10 kilometrin pituinen tapahtuma, jossa juostaan Ruotsinpyhtään arvokkaissa maisemissa kesäisin. Kulkemalla Kulkuljärven vaellusreitit on reitin varrella mahdollisuus makkaran paistoon ja uintiin. Reitti kulkee soiden ja kallioiden lomassa 8 kilometrin matkan. Kesätapahtuma Rootsinyhtää Bluesgrass & Roots Festival on vuosittainen, tänä vuonna jo 27. kerran järjestetty. Festivaalin sisältö koostuu pohjoiseurooppalaisten siirtolaisten lauluista ja sävelmistä sekä Amerikan mustien blues- ja gospelmusiikista. Roots´n Boots- juurimusiikkifestivaalit ovat myös suosittu kesätapahtuma ruukin alueella. Uutena aktiviteettina on tänä vuonna Kymijoen risteily jokilautalla. Risteilyjä voi tilata ennakkoon ryhmille, mukaan mahtuu 12 henkilöä.

Lisäpalvelun muodossa ruukissa voi kuulla historiaa markkinalaulaja Marjut Ståhlsin kanssa, joka laulaa arkkiveisuja ja kansanlauluja asiakkaille erillisestä maksusta. Hän tekee myös räätälöityjä opastuksia, draamaopastuksia ja ohjelmakokonaisuuksia yhteistyössä ravintolan ja muiden yrittäjien kanssa. Ruukissa on tarjolla käsityöläisille maksullisia myynnissä olevia tai vuokrattavia työtiloja. Myyntipaikkoja Ruukin alueella on mahdollista vuokrata Kesätori- ja Pop-Up tapahtumaan. Ruotsinpyhtäällä vuonna 1770 valmistunut kahdeksankulmainen keskeiskirkko on turistinähtävyys. Kirkkossa on mahdollista nähdä Helene Schjerfbeckin maalaama Ylösousemus- alttaritaulu vuodelta 1898. Kesäisin kirkkoon pääsee tutustumaan oppaan kanssa.

Strömforsin Ruukin aito vanhanajan kyläkauppa myy muun muassa omaa olutta, makkaraa, tuoretta leipomon leipää ja muita erikoistuotteita. Roseborgin liiteristä löytyy vanhoja rakennustarvikkeita, joista voi rakentaa uutta tai korjata vanhoja rakenteita tai osia. Liiteri on auki ympärivuotisesti ja heillä on myös verkkokauppa. Loviisan ja Strömforsin Ruukin alueen markkinoinnista, ryhmämatkailijoiden ohjelmista ja opasvälytyksistä välittää Loviisa Tours-Loviisan matkailutoimisto. (Strömforsin Ruukki 2016.)

5.10 Kal's Specialty Foods

Kal's Specialty Foods (liite 9.) tilan päärakennus on rakennettu vuonna 1937. Lapinjärvellä sijaitsevan yrityksen toiminta on ympärivuotista. Tila tekee paljon yhteistyötä muiden paikallisten yrittäjien kanssa muunmuassa myymällä toistensa tuotteita markkinoilla, tilapuodessaan, REKO-renkaissa ja iloisen pojan kauppa-autossa pirkanmaalla. Kauppa-autossa myydään vain lähiruokaa.

Kalevi ja Marina Hoffströmin pariskunta valmistaa tuotteitaan omistamallaan entisellä ruotsinkielisellä Heikinkylän koululla. Tuotevalikoimaan kuuluu sinappeja, mehuja, hyytelöitä, marinaadi- ja salsakastikkeita (kuva 16). Reseptiikka tuotteisiin on itse kehitelty, ja yhtä tuotetta lukuun ottamatta, ne ovat lisääneettomia. Ruokatuotteita on mahdollista ostaa suoraan tilalta. Palvelukielenä heillä on suomi, englantia ja ruotsi.



Kuva 16. Kal's Specialty Foods tuotevalikoimaa (Kal's Specialty Foods 23.5.2015.)

Isäntäpariskunta on järjestänyt vuodesta 2015 tilallaan syksyisin maksuttoman iltatapahtuman Halloween House- Kummitustalo-juhlat. Viime vuonna alkanut traditio oli niin suosittu tapahtuma, että tänä vuonna 2016 se järjestetään uudelleen. Heillä on mahdollisuus järjestää tilallaan ennakkotilauksesta kenkereitä esimerkiksi makkaran-, villisian paistotapahtuman tai kalan loimutusiltoja. Lisäksi he järjestävät kiertokäyntejä linja-autolla muihin paikallisiin tiloihin sovitusti.

Uutena lisäpalveluna asiakkaille järjestetään syyskuussa 2016 Ruoka-klubi tapahtuma. Tilaisuus on tarkoitettu jatkossa vain jäsenille ja sinne on ennakkoilmoittautuminen. Kerran kuussa oleva tapahtuma perustuu aina johonkin teemaan. Tilaisuudessa esiintyy vierailevia kokkeja ja pukeutuminen tilaisuuteen on teeman mukainen. Jäseniltä peritään pieni jäsenmaksu. Ruoka-klubin ruoka on aina paikallisesti tuotettua lähi- ja luomuruokaa. (Kal's Specialty Foods 2016.)

5.11 KomKom Ky

KomKom Ky, kotieläintila (liite 10.) Linjendalissa on monipuolinen luomutila, jonka toiminta on alkanut vuonna 2011. Se on perustettu toimintansa lopettaneelle Backyn maatilan paikalle. Tilalla olevat rakennukset ovat kaikki vanhoja, päärakennus on vuodelta 1914 ja navetta on rakennettu vuonna 1938. Tilan muut käyttörakennukset ovat 1960-luvulta. Kotieläintila haluaa kunnostaa rakennuksia vanhaa kunnioittaen niin, että ne palvelevat kumminkin nykyajan vaadittavia tarpeita.

Tila haluaa tuottaa puhdasta ja hyvää ruokaa suoraan kuluttajille. He tuottavat luonnonmukaisesti avomaankasviksista; porkkanaa, kurpitsaa, fenkolia, sokerihernettä, tomaattia, paprikaa ja tuoreita yrttejä sekä kasvihuonekurkkua tiluksillaan (kuva 17). He viljelevät myös suurimman osan tuotantoeläimilleen menevästä rehusta ja viljasta pelloillaan. Tilan tuotantoeläimiksi ovat valikoituneet lammas ja kana, jotka eivät vielä ole luomutuotannossa, mutta ovat suunnitelleet siihen siirtymistä lähitulevaisuudessa. Eläimiä hoidetaan eettisin arvoin, niistä huolehditaan hyvin ja niiden elinolot pyritään järjestämään mahdollisimman luonnollisiksi. Tilan kananmunatuotantoa ja myyntiä valvoo Evira. Munat pakataan omassa munapakkaamossa.



Kuva 17. KomKom kotitilan tuotantoa (KomKom Ky kotieläintila 3.10.2013.)

Tilalla ei vielä ole omaa tilamyymälää, mutta kaikki tuotettu ruoka myydään suoramyyntinä tilalta tai REKO-renkaan sekä lähikauppojen kautta asiakkaille. Tilapuodin avaamista suunnitellaan vuodelle 2017. KomKom Ky myy tällä hetkellä suurimman osan raaka-aineistaan paikalliselle alkoholiparantolalle.

Vuokko Mäkisen kotieläintilalla on mahdollista käydä. Siellä voi hoitaa, tutustua tai rapsuttaa hevosia, koiria, karitsoja, kissoja ja tipuja. Tilan toiminta on ympärivuotista ja palvelua on mahdollista saada suomeksi ja englanniksi. (KomKom Ky, kotieläintila 2013.)

6 Pohdinta ja yhteenveto

6.1 Tavoitteiden saavuttaminen ja johtopäätökset

Projektin päätavoitteena oli kartoittaa Loviisan alueen luomu- ja lähiruokamatkailuyritykset ja lisätä yhteistyömahdollisuutta ja verkottumista yrittäjien kesken. Sitä edesauttamaan syntyi tuotos: Ruokamatkailukierros -niminen tuoteaihio. Selvitettäväksi jäi myös paikallisesti ja vastuullisesti tuotetun suomalaisen ruoan ja matkailun kokonaiskuvan luominen Loviisan alueen ruokamatkailusta. Lisäksi selvitettäväksi jäi jo olemassa olevat kärkituotteet eli ruokamatkailutuotteet tai niiden puuttuminen. (liite 13.)

Tässä toiminnallisessa työssä kartoitettiin osallistuvalla havainnoinnilla Loviisan alueen ruokamatkailun kokonaiskuvaa toimeksiantajani Malmgårdin tilan toimeksiannosta, koska alueellista kartoittamista ruokamatkailuyrityksistä ei ole aiemmin tehty yhteistyötarkoituksessa. Tekemäni tuotos on tarpeellinen, koska Malmgård haluaa kehittää yhteistyötä lähi- ja luomutilojen kanssa niin, että se samalla lisää Loviisan ruokamatkailun vetovoimaa ja parantaa paikallisten yritysten kilpailukykyä ja houkuttelevuutta.

Valittu havainnointimenetelmä oli tämän toiminnallisen opinnäytetyön kannalta mielestäni ehdoton edellytys, koska sen kautta pääsi kuulemaan ja näkemään juuri tällä hetkellä olevat hankkeet konkreettisesti. Osallistumalla hankkeisiin, kokouksiin tai tapahtumiin auttoi se käsittämään kokonaistilanteen koko Uudenmaan alueella tapahtuvasta toiminnasta.

Sain kartoituksen aikana käsityksen, kuinka yrittäjät keskenään tekevät yhteistyötä. Tehdyn Luomu- ja lähiruokaselvityksen perustella on Loviisan alueelle jo syntynyt potentiaalisia ruokamatkailuverkostoja ja yritysten yhteistyö ruokamatkailuverkostojen kanssa on edistynyt. Lisäksi osa yrityksistä tekee yhteistyötä omien tuotteidensa markkinoinnissa, joka on nähtävissä siten, että moni tila on listattuna Visit Loviisan sivuille tai matkatoimisto Porvoon Tours-sivustolle. Yritysten liittyessä alueellisiin verkostoihin, niillä on paremmat mahdollisuudet tulla näkyväksi osaksi brändiä eli kokonaiskuvaa ruokamatkailusaralla.

Katson projektin onnistuneen, koska olen löytänyt vastauksia laitettuihin tavoitteisiin. Olen saanut kartoitettua lähi- ja luomuruokaa tarjoavia yrityksiä omasta mielestä riittävästi. Lisäksi olen selvittänyt niiden tarjoamat kärkituotteet matkailijalle (liitteet 1–10). Katson löytäneeni tärkeät toimivat hankkeet jotka edistävät ruokamatkailua alueellisesti. Lisäksi yhteistyön tekeminen tulee lisääntymään tekemäni konkreettisen vuonna 2017 toteutuvan tuotteen- Ruokamatkailukierroksen myötä. Tuote otetaan myyntiin matkatoimisto Porvoon Toursille. Tekemäni tuote on helposti räätälöitävissä ja päivitettävissä asiakassegmentin mukaan sekä

toteutettavissa ympärivuotisesti. Sen toteuttaminen kannattaa tehdä pääsääntöisesti ryhmämatkailijoille, koska se tuo alueelle ja yrityksille enemmän ostovoimaa kerralla. Ruokamatkailukierros-tuotteen tekemiselle on löytynyt tekemäni kartoituksen myötä tarve, koska alueellinen yhteistyöntekeminen on tällä hetkellä liian vähäistä. Tutkimusteni tuloksena yhteistyön tekeminen takkuu usein sen takia, kun yrittäjät ovat itse niin kiinni oman tilan tekemisissä, eikä heillä ei ole aikaa tai resursseja tehdä töitä verkottumisen eteen. Verkottumisen puute estää pääsemisen ruokamatkailuverkostojen piiriin, jossa olisi mahdollista saada tietoa juuri oman alueen tilanteesta sekä samalla tuotteistamaan ja paketoimaan omia tuotteita muiden tuottajien tai palveluntarjoajien kanssa.

Olen myös löytänyt Loviisan alueen ruokamatkailutarjonnasta sellaisia tuotteita, joita pystytään tuotteistamaan yritysten välillä ruokamatkailutuotteiksi. Alueelta on löytynyt autenttisia ja ainutlaatuisia tuotteita, jotka voidaan toteuttaa matkailijalle ohjatusti ja osallistamalla.

Tuottamani tuotos on tarpeellinen ja hyödynnettävissä oleva kokonaisuus lähi- ja luomuruokamatkailuyrityksistä, joiden kohderyhmäksi on määritelty suomalainen tai ulkomaalainen ruokamatkailija. Kartoitusosuus koostuu luomu- ja lähiruokatuottajaselvityksestä, jota voi hyödyntää alueen kaikki ruokamatkailuyritykset- ja verkostot sekä paikalliset yhdistykset. Selvityksen tarpeellisuus on kartoitusvaiheenkäyntien perusteella jo tervetullut osa koko Loviisan alueen ruokamatkailun kehitystä ajatellen, koska alueellista yhteistyötä on tehty yllättävän vähän. Tällä tuotoksella pystytään parantamaan verkostoitumista ja lisäämään yritysten ja tuottajien välistä yhteistyötä, joka samalla parantaa myös koko alueen kehittymistä tuotteistamisen ja kärkituotteiden esille saamisessa. Selvityksen avulla yritysten on toivottavasti helpompi aktivoitua tekemään markkinointiyhteistyötä.

6.2 Yhteenveto kartoituskäynneistä

Tehdyn alueellisen kartoituksen perusteella on uusien ravitsemussuosittelujen (kuvio 3) huomioiminen eri raaka-aineiden saatavuuden ja luomutuotannon osalta toteutunut Loviisassa hienosti. Loviisan omavaraisuusaste onkin hyvin korkea tekemäni lähi- ja luomuruokaselvityksen perusteella. Loviisan alueella tuotetaan ekologisesti ja eettisin periaattein naudan-, lampaan- ja kananlihaa. Paikallinen lihantuotanto on hoidettu mallikkaasti ja monipuolisesti kestävään kehitykseen pyrkien. Loviisan alueella kasvavat luomu- ja lähilihaeläimet kierrättävät ja säästävät energiaa syömällä lajilleen ominaista ravintoa ilman keinotekoisia lannoitteita ja torjunta-aineita. Teurastamalla eläimet lähialueella, säästetään ilmakehään tulevia päästöjä lyhyiden kuljetusten avulla.

Alueella tuotetaan suomalaista luomu- ja lähiruokaa ympäristöä säästäen ja sen monimuotoisuutta lisäten. Kasviksien, marjojen, hedelmien, täysjyväviljojen, kalojen, maitovalmisteiden ja kasviöljyjen tuottaminen sekä niiden osittainen prosessointi on hoidettu mielestäni alueellisesti hyvin ja monipuolisesti. Alueen monipuolinen tuotevalikoima täyttää tuotannollisesti kaikki suomalaiset ravitsemussuosituksukset.

Suomessa ruokamatkailija panostaa ruoan osalta sen laatuun eikä mieli paljonko se maksaa, koska laadullisesti ruoan tulee vastata asiakkaan tarpeita. Pohjoismainen ruokavalio on kilpailukykyinen ja kiinnostava kokonaisuus, joka perustuu puhtaaseen kasvuympäristöön ja lisääineettomuuteen sekä ruoan hyvään makuun. Tuotteita ei välttämättä syödä suositusten mukaan, vaan kuluttaja haluaa tuotteiltaan muutakin kuin raaka-ainevaihtoehdot, koska he ajattelevat terveydellisten syiden lisäksi eettisyyttä ja ympäristöä. Päivittäiset suositukset ovat pitkälti kasvisvaihtoehtoja, mutta kuluttajaa ohjaa niiden siirtymiseen pitkälti myös tuotantomenetelmät, ennen kaikkea luomu- ja lähiruokatuotanto. (New Nordic food 2016.)

Tehdyistä ruokamatkailun kartoituskäynneistä jäi mieleeni, kuinka kaikki tapahtumiin osallistuneet tahot ovat olleet mahdollistamassa ruokamatkailun kehitystyötä ja jalkautumista. Jokaiseen tapahtumaan on osallistunut tahoja, joille ruoan merkitys matkailussa on tärkeässä asemassa. Tapahtumissa haluttiin edistää myös yhteistyötä, logistiikkapalvelua, saatavuutta HoReCo:n ammattikeittiöiden tarpeisiin, tuotteistamista, kärkituotteiden esille tuomista, palvelumuotoilua ja lähi- ja luomuruoan ympärivuotista menekkiä niin kotimaisille, kuin ulkomaalaisille matkailijoille.

Kartoituskäyntien perustella tärkeimmäksi määrälliseksi tavoitteeksi nousi ruokamatkailuverkosto Premium Visit, joka edistää alueellista yhteistyötä ja haluaa lisätä kansallisesti ja kansainvälisesti alueellista yhteistyötä, markkinointia ja tuotteistamista. Viestinnällisten ja imagollisten tekijöiden näkyvyys oli vahvinta REKO-renkaan kautta. REKOn kautta yritykset pystyvät toimittamaan sosiaalisen median kautta tilattuja paikallisesti tuotettuja luomu- ja lähituotteita asiakkaille, tämä on oiva tapa saada brändimarkkinointia tuotteilleen (Töyli 19.2.2016.) Toiseksi tärkeimmäksi tekijäksi nousi yrittäjien oma panostus tilan näkyvyydelle lähiruokatilana sosiaalisessa mediassa. Yrittäjät ovat osanneet hyödyntää esimerkiksi Facebookia ja omia kotisivujaan tarjotessaan asiakkailleen tilakohtaisia kärkituotteitaan. Laadulliset tavoitteetkin on toteutuneet tämän tehdyn kartoittamisen aikana hyvin, koska yrittäjät ovat alkeet keskittymään suomalaisen ruokakulttuurin kehittämiseen Taste of Place ajatuksella ja ovat perustaneet toukokuussa 2016 lähiruokayhdistyksen, Uudenmaan lähiruokatuottajat. Yhdistys tekee yhteistyötä paikallisten lähi- ja luomutilojen kanssa. Tavoitteena on saada lisää näkyvyyttä ja synergiahyötyä yhteistyötä tekemällä esimerkiksi kustannussäästöjen muodossa ja ajamalla yhteisiä etuja.

Olen huomannut tutkiessani Loviisan alueen ruokamatkailua, miten tärkeässä asemassa pientuottajille on REKO-renkaan toiminta. (Luomu.fi 2015.) Se saa paikalliset yritykset verkostoitumaan ja he oppivat tuntemaan toisensa paremmin. Renkaaseen kuulumisen etu olisi, että tuottajalla olisi hyvä olla ympärivuotisesti saatava tuote, koska se mahdollistaisi jatkumon ostoksissa.

Keskitetty lähiruokaverkosto eli REKO kaipaa uusia kehittämisideoita markkinoinnin saralla. Kuluttaja ei välttämättä tiedä sanaa REKO ja kuinka siihen liitytään. Renkaaseen liittyminen tulisi tehdä helpommaksi, jotta kaikkien halukkaiden ei tarvitsisi liittyä alueellisiin Facebook -ryhmiin. Alueellisesti tehtävät Facebook -ryhmät vaikeuttavat monipuolisen tuotevalikoiman saantia ja vähentävät niiden menekkiä. Alueellisten ryhmien sivut tulisi olla julkisia, jotta asiakkaat löytävät ne helpommin ja näkisivät mitä milläkin paikkakunnalla on tarjota heille. Tuotteiden valikoima voi alueellisesti vaihdella paljonkin, joka taas johtuu tuottajista, jotka toimittavat omalle Facebook -alueelleen vain sillä seudulla tuotettuja tuotteitaan. Kuluttajan valikoimakokonaisuus voi moninkertaistua, jos he pääsevät muiden alueiden sivuille ilman ensin liittymistä jokaisen alueen omaan Facebook -ryhmään. REKO-rankaan ostaja pääsee kyllä näkemään muidenkin alueiden tuotevalikoiman, mutta ostaminen ilman liittymistä ei onnistu.

6.3 Kehittämisen- ja jatkotutkimusehdotukset

Loviisan alueen ruokamatkailun kehittäminen vaatii vieläkin enemmän yhteistyötä ja alueellista esille tuomista. Tuottajien yhteinen päämäärä tehdä yhdessä laadukkaita, houkuttelevia tuotteita, vaatii vielä jonkin verran tuotekehitystyötä. Kartoittaessani aihe-alueita ja tehdessäni luomu- ja lähiruokaselvitystä tiloista huomasin esimerkiksi, että Loviisa Visit sivuston lähiruokayrittäjälueetelossa on mukana tilallisia, jotka eivät omaa ollenkaan kotisivuja tai ne ovat hyvin huonot. Yhtenä ongelmana on myös pientilalliset, jotka myyvät vain yhtä tuotetta tilallaan, koska silloin asiakkaita saattaa valikoitua pois suppean valikoiman takia. Logistillinen yhteistyön tekeminen lähi- ja luomutuottajien kanssa takkuaa myös yhteistoimitusten osalta, koska lähes kaikki yrittäjät toimittavat omat tuotteensa vain omille asiakkaille. Olisi hyvä kehittää malli jolla saadaan keskitetysti, turvallisesti ja elintarvikesääntöjen mukainen toimitus tuotteille.

Projektin työstämisessä huomasin, että yhteistyön tekemistä voisi kehittää myös sosiaalisen median ja yritysten omien sivujen kautta siten, että ne löydetään helpommin. Yritysten olisi hyvä hyödyntää internetissä jo olevien paikallisten toimijoiden kautta näkyvyyttään esimerkiksi Loviisa.fi sivuston kautta, koska tämä sivusto haluavat edistää paikallisuutta, lähi- ja luomuruoan menekkiä sekä olla mukana ruokamatkailijoille suunnatuissa ja kehitettävissä hankkeissa. Näiden tahojen avulla saadaan luotua houkuttelevampi ja kattava kuva tarjonnasta sekä sen kautta vahvistuva suomikuva pohjoismaalaisesta puhtaasta, terveellisestä,

yksinkertaisesta ja luonnollisesta ruoasta. Lähellä tuotetulla ruoalla on suuri merkitys oman kunnan työllisyyteen ja ruokamatkailuun. Ensi vuonna lähestyvä 100-vuotis itsenäisyyspäivä, voisi olla innoittava tekijä yhdistämään paikalliset yrittäjät ja kehittämään Juhlamenu 2017-Loviisa. Katson, että tästä aiheesta/teemasta voidaan jatkokehittää uusi ruokamatkailutuote Loviisan alueelle. Tuotteesta eli ruoasta on helppo rakentaa visuaalinen kokonaisuus, jossa näkyy paikallisuus, elämyksellisyys, luonto, puhtaus, terveellisyys ja se herättää uteliaisuuden matkailijoissa. Toiseksi jatkotutkimusaiheeksi katson tarpeelliseksi kehittää markkinakohtaista mediakäyttäytymistä kohderyhmän mukaan muun muassa, miten kuluttajat löytävät kohteet, mitä medioita he seuraavat yms.

Lisään vielä muutamia kehitysehdotuksia ruokamatkailutilojen yhteistyölle koskien Loviisan aluetta. Yhteismarkkinointia pitäisi lisätä laaja-alaisesti koko Suomeen ja kansainvälisille markkinoille. Teknologian kehittyessä on internetin suosio noussut räjähdysmäiseen suosioon tiedon etsimisessä esimerkiksi matkailusta ja siihen liittyvistä muista toiminnoista. E-tourism (electronic tourism), suomeksi e-Matkailu tarjoaa mahdollisuuden näkyvyyteen helposti esimerkiksi sosiaalisen median tai mobiililaitteiden kautta. Näiden sovellusten käyttäminen on ratkaisevassa osassa matkailuyritysten menestymisessä markkinoilla. Tietotekniikan hyödyntäminen antaa asiakkaalle enemmän mahdollisuuksia etsiä, kustomoida eli räätälöidä ja ostaa matkailutuotteita. Samalla se antaa yrityksille tehokkaan sekä näkyvän työkalun hyödyntää ja jakaa omia tuotteitaan maailmanlaajuisesti. Suomessa alueellista markkinointia voi vielä hoitaa ilmaiseksi muun muassa Visit Loviisa sivustoilla. Lisäksi Helsinki Markkinointi Oy:n sivustolla haettu markkinarako antaisi mahdollisuuden saada kansainvälistä näkyvyyttä, koska matkailijat saapuvat ensin pääkaupunkiin, mutta hakevat kokonaisvaltaisesti Suomesta ruokamatkailuelämyksiä, eikä pelkästään Helsingistä.

Hyväksi vaihtoehdoksi ehdotan, että Loviisaan valitaan ruokalähtetilat, esimerkiksi Malmgårdin Kartano. Kartanon avustuksella ja yhteistyöllä muiden tilojen kanssa se veisi omaa alueellista ruokakulttuuria, historiaa, matkailua, tarinoita, pohjolan puhdasta ruokaa ja ilmastoa maailmanmaineeseen hyvinvointimatkailun osalta Loviisan alueella.

Oman alueen näkyvyyttä voidaan lisätä myös liittymällä ilmaiseen valtakunnalliseen Aitojamakuja.fi sivustolle yhtenä isona alueellisena verkkosivustona, jolloin luomutuottajat sekä yrittäjät löytyvät helposti ja maanlaajuisesti. Perustetulle sivustolle voidaan linkittää kaikki alueen tuottajat kaikista tuoteryhmistä. Sieltä voi nähdä helposti yrittäjän yhteystiedot ja sijainnin kartalta. Siellä pystyy olemaan mukana myös sellaisia yrityksiä, joiden tuotanto on vain osaksi luonnonmukaista, eikä kokonaan luomutuotantoa.

Ruokatuotantoverkostojen luominen olisi tärkeää ja niiden logististen mallien luominen. Niiden avulla voidaan luoda yhteisiä lyhyitä jakeluverkostoja muitakin kuin REKO-rengas ja yhteisiä niin sanottuja luomulaatikoita, jotka ovat monen yrittäjän tuotteita sisältävä laatikko, joka toimitetaan säännöllisesti rekisteröidyille asiakkaille. Verkostojen avulla pystytään karsimaan kustannuksia, työtunteja ja ympäristövaikutuksia. Samalla se tuottaa hyviä pitkäaikaisia asiakassuhteita ja antaa hyvän kuvan tuotantotavoista sekä tiedon ruoan alkuperästä asiakkaalle. Sillä on suuri merkitys tuottajalle, koska silloin hän kuulee asiakkaan palautteen suoraan. Yhteistyön tekeminen, resurssien jakaminen ja verkostoituminen on ruokatuotannossa tähtää kestävään kehitykseen alueellisesti ajatellen. Verkostojen luomiseen tarvittavaa rahaa voitaisiin hakea vaikka Maaseutuohjelman kautta. Tämä menossa oleva maaseutuohjelma (2014–2020) tukee ja jakaa rahaa maaseudun kehittämiseen (Maaseutu.fi. 2016.)

Tätä työtä pohtiessani on mieleeni tullut, kuinka olenkin lähtenyt tekemään tästä aiheesta opinnäytetyötä. Oma rakkauteni ja mielenkiintoni ruokaan ja sen valmistamiseen, kulttuuriin ja historiaan antoi sysäyksen kartoittaa Loviisan alueen tarjontaa. Toki mielenkiintoni kotimaanmatkailua kohtaan ja sen tarjoamiin aktiviteetteihin, jotka pyöriivät paikallisesti tuotetun ruokakulttuurin ympärillä lisäsivät mielenkiintoani aihetta kohtaan. Tutkimusmatka itä-uusimaalaiseen ruokakulttuuriin ja paikallisiin kärkituotteisiin oli avartava kokemus siitä, mitä alueella on tarjota ruokamatkailijoille ympärivuotisestikin. Omat resurssit kartoittamiseen olivat hyvät, koska pääsin käymään eri tilaisuuksissa omalla autolla ja pystyin osallistumaan tuleviin tapahtumiin mahdollisimman kattavasti.

Tutustumalla alueellisesti tuotettuun ruokaan ja palveluun sekä ruokamatkailutuotteisiin sain olla mukana Suomen ensimmäisessä ruokamatkailustrategian jalkauttamisessa. Strategian kehittäminen ja sen tavoitteet ovat globaalistikin tärkeää kestävää kehitystä ja eettisesti tuotettuja raaka-aineita ajatellen. Ruoan merkitys matkailussa on kasvava tekijä, jonka esille tuominen vaatii verkostoitumista, jalkautumista ja tuotteistamista, jotta Loviisan alue saadaan hyvin profiloitua. Näitä asioita edistävät Suomessa monet ruokaverkostot sekä yhdistykset. Loviisan alueella edistämistä on tehnyt Premium Visit Ry. Toukokuussa 2016 Loviisan alueen lähiruokatuottajat ovat perustaneet oman yhdistyksen, Itäisen Uudenmaan Lähiruokatuottajat, jossa jäseniä/yrityksiä on tällä hetkellä noin 20. Kaikki mukana olevat yrittäjät haluavat edistää alueellista yhteistyötä ja säästää kustannuksissa toimimalla yhdessä (Loviisan sanomat 2016).

Lopuksi arvioin tätä opinnäytetyöprosessia ja omaa oppimistani. Itselleni toiminnallinen opinnäytetyön tekeminen oli mielenkiintoinen kokemus kaikesta työ- ja tietomäärästä huolimatta. Sain olla jalkauttamassa Suomen ensimmäistä ruokamatkailustrategiaa. Opinnäytetyön tekeminen ei tuottanut ongelmia, koska aiheena se oli mielenkiintoinen kokonaisuus ruokamatkailua, joka on työelämää hyödyntävä ja syventävä.

Paikallisia traditionaalisia perinneruokia ei tullut koko kartoituksen aikana esille, mikä oli suuri yllätys. Käymissäni kartoitustilaisuuksissa ei tullut esille alueen omia vaalittavia ja kärkituotteiksi nostettavia perinneruokia, joita kumminkin olisin halunnut saada tietää. Kokonaisuutta ajatellen Loviisassa on hyödynnettävissä ympärivuotisesti suomalaisia ravitsemussuosituksessa olevia raaka-aineita perinteitä vaalien; perinteethän syntyvät juuri niistä. Loviisalaiseen ruokaperinteeseen sisältyy tarinan- ja historiankerrontaa, ruoan valmistustavat, tarjoilu ja sen syömiseen liittyvä tieto, tapa ja osaaminen. Kaikki suomalaiseen perinteeseen liittyvä kulttuuri, historia, omaleimaisuus ja luonnon monimuotoisuudesta hyötyminen siirtyy sukupolvelta toiselle tekemillämme päivittäisillä valinnoillamme. Loviisalainen ruokakulttuuri on itäistä ruokaperinnettä parhaimmillaan, jota muissa pohjoismaissa ei ole. Loviisassa olevat paikalliset pientilalliset ylläpitävät ja rakentavat parhainta moniulotteista ruokamatkailustrategiaa tarjoamalla matkailijalle mieleenpainuvia ruokaelämyksiä ja ruokamatkailutuotteita ympärivuotisesti.

Lähteet

Aitoja makuja a. Ydinviesti elintarvikealan pienyrittäjille. Luettavissa: http://www.aitojamakuja.fi/esite_ydinviesti.pdf. Luettu: 23.3.2016.

Aitoja makuja 2014. Uusi suoramyynnin ohjeistus palvelee yrittäjiä ja kuluttajia. Luettavissa: <http://www.aitojamakuja.fi/yrittajat.php?v=ammattilaiset>. Luettu: 12.6.2016.

Andersson, J., Ekman, J. & Weckman, A. 18.11.2015. Itä-Uusimaa kansainvälisesti näkyväksi. Ikkuna Itä-Uudenmaan saaristoon - By The Sea blogi. Luettavissa: <http://bythesea.fi/blogi/ita-uusimaa-kansainvalisesti-nakyvaksi/>. Luettu: 7.3.2016.

Andersson, J., Ekman, J. & Weckman, A. 26.1.2016. Itä-Uusimaa Archives. Top-25 tähtiyrittäjä. By The Sea blogi. Luettavissa: <http://bythesea.fi/blogi/avainsana/ita-uusimaa/>. Luettu: 15.4.2016.

Elintarviketurvallisuusvirasto Evira 2015. Euroopan unionin luomutunnus. Luettavissa: <http://www.evira.fi/portal/fi/tietoa+evirasta/asiakokonaisuudet/luomu/markkinointi+ja+merkinnat/eu+n+luomutunnus/>. Luettu: 26.4.2016.

Havas, K., Adamsson, K. & Sievers, K. 2015. Suomen ensimmäinen ruokamatkailustrategia 2015-2020. Teoksessa Hungry for Finland. Eat local, eat slow, eat pure & eat wild, s.2–13. Maa- ja metsätalousministeriö, Visit Finland & Haaga-Helian yhteisjulkaisu. Luettavissa: http://www.e-julkaisu.fi/haaga-helia/ruokamatkailustrategia_2015-2020/. Luettu: 6.3.2016.

Hoffström, K. 25.8.2016. Omistaja. Kal's Specialty Foods. Puhelinkeskustelu. Vantaa.

Hospitality net 2008. Industry News. Why food tourism becoming in important? Luettavissa: <http://www.hospitalitynet.org/news/4037197.html>. Luettu: 18.4.2016.

Hirvonen, K. 8.3.2016. Puheenjohtaja. Premium Visit Ry-matkailuyritysten laatuverkosto Itä-Uudellamaalla. Puhelinkeskustelu. Vantaa.

Huhtasrinne 2013. Luettavissa: <http://www.huhtasrinne.fi/>. Luettu: 27.9.2016.

Hultgård 2016. Luettavissa: <http://www.hultgard.fi/>. Luettu: 27.9.2016.

Hungry for Finland 2015. Ruokamatkailun tuotesuosituksset 2016. Luettavissa: http://www.hungryforfinland.fi/sites/hungryforfinland.fi/files/RM_tuotesuositus_net_7.1.2015.pdf. Luettu: 22.3.2016.

Jussi Pietarinen 6.10.2010. Strömforsin Ruukin facebook-sivut. Luettavissa: <https://www.facebook.com/Stromforsinruukki/>. Luettu: 1.11.2016.

Kal's Specialty Foods 2016. Luettavissa: <http://www.gourmetfinn.com/index.html>. Luettu: 2.10.2016.

Kal's Specialty Foods 23.5.2015. Tuotevalikoimaa. - -. Facebook-päivitys. Luettavissa: <https://www.facebook.com/kalsfoods/photos/a.10151875371617238.1073741825.68799627237/10153379938972238/?type=3&theater>. Luettu: 1.11.2016.

KomKom Ky, kotieläintila 2013. Luettavissa: <http://www.komkom.fi/>. Luettu: 2.10.2016.

Kom Kom Ky kotieläintila 3.10.2013. Tilan luomutuotantoa. - -. Facebook-päivitys. Luettavissa: <https://www.facebook.com/komkomkotitila/photos/a.429568713828131.1073741829.429339707184365/429568700494799/?type=3&theater>. Luettu: 2.11.2016.

Labby Gård 2016. Luettavissa: <http://www.labbynkauppa.net/>. Luettu: 27.9.2016.

Labbyn kartano 28.5.2016. Labbyn kartanon luomuviljelyksiä. . - -. Facebook-päivitys. Luettavissa: <https://www.facebook.com/Labbynkartano/photos/a.292418028350.144737.159051748350/10154199797143351/?type=3&theater>. Luettu: 2.11.2016.

Lillymaris Luomutila 2012. Luettavissa: <https://lillymaris.wordpress.com/>. Luettu: 28.9.2016.

Loviisan sanomat 2016. Lähiaruokatuottajat perustivat yhdistyksen. Luettavissa: <http://www.loviisansanomat.net/lue.php?id=8604>. Luettu: 24.9.2016.

Luomu.fi. 2015. REKO-rengaassa lähiruokatuotteet myydään kasvokkain. Luettavissa: <http://luomu.fi/kirjoitus/reko-renkaassa-lahiruokatuotteet-myydaan-kasvokkain/1/>. Luettu: 10.11.2016.

Luomuliitto 2016. Luomumarkkinoiden maailmanlaajuinen kasvu jatkuu. Luettavissa: <http://www.luomuliitto.fi/luomumarkkinoiden-maailmanlaajuinen-kasvu-jatkuu/>. Luettu: 14.3.2016.

Luomutietopankki 2013. Kymmenen hyvää syytä valita luomu- perusteluja Tanskasta. Luettavissa: <http://luomu.fi/tietopankki/kymmenen-hyvaa-syyta-valita-luomu-perusteluja-tanskasta/#more-3400>. Luettu: 3.3.2016.

Lähiaruokaa 2016. Aitoja makuja, paikallisruokaa. Luettavissa: <http://www.aitojamakuja.fi/lahiruoka.php?sm=1>. Luettu: 3.3.2016.

Maa- ja Metsätalousministeri 2013. Miksi lähiruokaa. Luettavissa: <http://mmm.fi/documents/1410837/1890227/L%C3%A4hiruokaohjelmaFI.pdf/a30211ac-ff80-4722-984f-3fc26e5c1467>. Luettu: 7.4.2016.

Maaseutu.fi 2016. Maaseutuohjelma pähkinänkuoressa. Luettavissa: <https://www.maaseutu.fi/fi/maaseutuohjelma/Sivut/default.aspx>. Luettu: 25.9.2016.

Malmgård. Luettavissa: <http://www.malmgard.fi/>. Luettu: 27.9.2016.

Malmgård. Kreivi Johan Creutz. Malmgårdin historia ja tarina. Luettavissa: http://malmgard.fi/wordpress/?page_id=10. Luettu: 8.3.2016.

Malmgård. C. J. Gardberg. Malmgårdin linna. Luettavissa: http://malmgard.fi/wordpress/?page_id=1147. Luettu: 8.3.2016.

Marjo Aaltonen 21.9.2013. Harvest Action tapahtuma. Helsinki Desing Week. Styleheaven-Marjorie -blogi. Luettavissa: <http://styleheaven-marjorie.blogspot.fi/2013/09/harvest-action.html>. Luettu: 1.11.2016.

Matkailu.org 2014. Marraskuun teemakooste; Ruokamatkailu. Luettavissa: <http://www.matkailu.org/tutkimukset/tietoa-teemoittain/hyvinvointimatkailu/hyvinvointimatkailun-artikkelit/486-marraskuun-teemakooste-ruokamatkailu>. Luettu: 18.4.2016.

New Nordic food 2016. New Nordic Food. The emergence of the new Nordic food culture. Luettavissa: <http://www.newnordicfood.org/>. Luettu: 9.6.2016.

Newcastle University 2016. Future of Organic Panel at 2016 Food Tank Summit. Luettavissa: <http://www.nefg-organic.org/full-video-of-carlo-leiferts-future-of-organic-panel-at-2016-food-tank-summit/>. Luettu: 24.9.2016.

Nyqvist, H. 13.6.2016. Hallituksen puheenjohtaja. Porvoon Peruna. Seminaariesitys. Porvoo.

Posintra. Kehitysyhtiö. Luettavissa: <http://www.posintra.fi/>. Luettu: 14.4.2016.

Premium Visit. Matkailuyritysten laatuverkosto. Luettavissa: <http://www.porvootours.fi/fi/ammattilaisille/premiumvisit>. Luettu: 23.3.2016.

Pro Luomu 2016. Globaali luomumyynti 2014. Luettavissa: <http://luomu.fi/kirjoitus/globaali-luomumyynti-nousi-yli-10-v-2014/3/>. Luettu: 4.3.2016.

Pro Luomu 2016. Luomufoorumin kasvupotentiaalin tarkastelu. Luettavissa: <http://proluomu.fi/luomufoorumi-tarkasteli-kasvun-mahdollisuuksia/>. Luettu: 5.4.2016.

Pro Luomu 2014. Luomun edut jäivät näkemättä ravitsemussuosituksissa. Luettavissa: <http://proluomu.fi/luomun-edut-jaivat-nakematta-ravitsemussuosituksissa/>. Luettu: 21.9.2016.

Ruokatieto Yhdistys ry 2013a. Ruuan vuodenajoista enemmän irti ruokamatkailulle. Luettavissa: <http://www.ruokatieto.fi/uutiset/ruuan-vuodenajoista-enemman-irti-ruokamatkailulle>. Luettu: 16.6.2016.

Ruokatieto Yhdistys ry 2013b. Ruoka rohkeasti matkailun kärjeksi Ruotsissa. Luettavissa: <http://www.ruokatieto.fi/uutiset/ruoka-rohkeasti-matkailun-karjeksi-ruotsissa>. Luettu: 16.6.2016.

Ruokatieto Yhdistys ry 2013c. Ruokamatkailun onnistumisia jaetaan Pohjoismaiden kesken. Luettavissa: <http://www.ruokatieto.fi/uutiset/ruokamatkailun-onnistumisia-jaetaan-pohjoismaiden-kesken>. Luettu: 16.6.2016.

Rutuminkartano. Luettavissa: <http://www.rutuminkartano.fi/kartano.htm>. Luettu 27.9.2016.

Saari, H., Oksanen, J. & Ruokamo, A. 2014. Kansainvälistymisopas matkailualan yrityksille. Visit Finland. Luettavissa: http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2014/09/2014-MEK_Kansainvalistymisopas.pdf?dl. Luettu: 26.4.2016.

Sitra 2010. Lähiruoka nyt. Markkinan kasvuun vaikuttavat tekijät. Luettavissa: <http://www.sitra.fi/julkaisut/Selvityksi%C3%A4-sarja/Selvityksi%C3%A4%2029.pdf>. Luettu: 10.4.2016.

Sitra 2010. Lähiruoka nyt. Lähiruokamarkkinoiden käsitteellinen määrittely. Luettavissa: <http://www.sitra.fi/julkaisut/Selvityksi%C3%A4-sarja/Selvityksi%C3%A4%2029.pdf>. Luettu: 9.4.2016.

Stömforsin Ruukki 2016. Luettavissa: <http://www.stromforsinruukki.fi/index.php?pageid=2&kieli=fi>. Luettu: 1.10.2016.

Suomen ruokamatkailun tuotesuosituksset 2016. Luettavissa: <http://docplayer.fi/12797019-Suomen-ruokamatkailun-tuotesuosituksset.html>. Luettu: 17.4.2016.

Superruokaa Pohjolasta. Todellinen superruoka kasvaa lähellä. Luettavissa: <https://www.maajakotitalousnaiset.fi/superruokaa-pohjolasta>. Luettu: 14.3.2016.

Talousarvion käyttö- ja toimintasuunnitelma 2016. Kaupunkikehityksen tulosityksiköt ja vuoden 2016 toiminta. Luettavissa: <http://porvoo01.hosting.documenta.fi/kokous/20159539-5-1.PDF>. Luettu: 5.4.2016.

The Foody Traveller 2016. Bristol Food Connections 2016. Luettavissa: <http://www.foodytraveller.com/news/festivals-events/793-bristol-food-connections-2016>. Luettu: 18.4.2016.

The Word Food Travel Association 2015. 10 culinary travel trends for 2015. Luettavissa: <http://theculinarytravelguide.com/2015/02/02/10-culinary-travel-trends-for-2015/>. Luettu: 21.9.2016.

Töyli, P. 19.2.2015. Reko-lähiruokarengas yhdistää tuottajan ja kuluttajan. Aitojamakuja.fi – ajankohtaisia uutisia ja ilmoitustaulu. Luettavissa: <http://www.aitojamakuja.fi/blogi/?p=710>. Luettu: 10.11.2016.

Uusi pohjoismaalainen ruoka. Ny Nordisk Mad. Luettavissa: <http://nynordiskmad.org/su/upr-ii/keittioejulistus/om0/>. Luettu: 17.4.2016.

Viljanen, K. 1.11.2013. Lähiruoka Ruokajamatkailu-päivässä. Hallituksen lähiruokaohjelma. RUOKA&MATKAILU-PÄIVÄ, Haaga-Heliassa – Kirsi Viljasen LinkedIn. Luettavissa: <http://www.slideshare.net/ElisaAu/kirsi-viljanen-ruoka-ja-matkailu>. Luettu: 20.11.2016.

Villa Mandala. Luettavissa: http://www.villamandala.fi/wp-content/uploads/2014/06/SCN_0002.pdf. Luettu: 27.9.2016.

Villa Mandala 9.10.2016. Aamupala tarjonta - -. Facebook-päivitys. Luettavissa: <https://www.facebook.com/VillaMandala/photos/a.294092393936221.85472.275939432418184/1323763957635721/?type=3&theater>. Luettu: 1.11.2016.

Valtion ravitsemisneuvottelukunta 2014. Pohjoismaalainen ruokavalio, suomalaiset ravitsemussuositukset. Luettavissa: http://www.ravitsemusneuvottelukunta.fi/files/images/vrn/2014/ravitsemussuositukset_2014_fi_web.pdf. Luettu: 17.4.2016.

Visit Finland 2015a. Suomen ensimmäinen ruokamatkailustrategia 2015-2020. Luettavissa: <http://www.visitfinland.fi/library/suomen-ensimmainen-ruokamatkailustrategia-2015-2020-2/>. Luettu: 2.3.2016.

Visit Finland 2014a. Hyvinvointimatkailustrategia 2014–2018. Hyvinvointimatkailun määritelmä. Luettavissa: http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2015/01/HYVINVOINTIMATKAILUSTRATEGIA-2014-2018_final1.pdf?dl. Luettu: 11.11.2016.

Visit Finland 2014b. Hyvinvointimatakailustrategia 2014–2018. Luettavissa: http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2015/01/HYVINVOINTIMATKAILUSTRATEGIA-2014-2018_final1.pdf?dl. Luettu: 7.3.2016.

Visit Finland a. Teematuotteet. Hyvinvointimatkailu. FinRelax. Luettavissa: <http://www.visitfinland.fi/tuoteteemat/hyvinvointimatkailu/>. Luettu: 7.3.2016.

Visit Finland 2016a. WinRelax-Tuotekehityskilpailu. Luettavissa: http://www.visitfinland.fi/news/winrelax-2015-tuotekehityskilpailun-suosio-ylitti-jarjestajien-odotukset/?utm_source=Uutiskirje&utm_medium=email&utm_campaign=Uutiskirje&cm_mid=5318252&cm_crmid=3e2625c9-2248-e111-a0a1-866fb23cd1ed&cm_medium=email. Luettu: 8.3.2016.

Visit Finland b. Kulttuurimatkailu. Modernit humanistit odottavat Suomen kulttuuritarjonnalta elämäntapaamme ja aitoon suomalaisuuteen pohjaavia kokemuksia. Luettavissa: <http://www.visitfinland.fi/tuoteteemat/kulttuurimatkailu-culture-finland/>. Luettu: 3.5.2016.

Visit Loviisa 2016a. Tietoa Visit Loviisan sivustosta. Luettavissa: <http://www.visitloviisa.fi/fi/info/tietojatastasivustosta>. Luettu: 25.3.2016.

Visit Loviisa 2016b. Matkailuyrittäjille tietoa. Luettavissa:
<http://www.visitloviisa.fi/fi/info/matkailuyrittajille>. Luettu: 25.3.2016.

Visit Porvoo. Porvoon kaupungin matkailu- ja markkinointiyksikkö. Luettavissa:
<http://www.visitporvoo.fi/fi/extramenu/ammattilaiset>. Luettu: 5.4.2016.

Visit Sweden 2016. Minne mennä alueet ja kaupungit. Skåne ja Go Green. Luettavissa.
<http://finland.visitsweden.com/>. Luettu: 15.6.2016.

World Tourism Organization UNWTO 2016. Tourism Highlights 2016 Edition. Luettavissa:
<http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145>. Luettu: 25.9.2016.

Liite 2. Labby Gård

TUOTTEEN NIMI				
Labby Gård				
Osoite; Labbyn kartano 49, 07750 Isnäs, Loviisa, 040 765 7508, juha.nari@pp.inet.fi, www.labby.fi, www.labbynkauppa.net tai info(at)labby.fi				
TUOTEKUVAUS				
<ul style="list-style-type: none"> - Biodynaamista viljelyä - ja luomutuotteita mm. viljaa (speltti, vehnä, kaura), hedelmiä, vihanneksia (peruna, sipuli), juurekset, luomulihaa (Hereford-lehmä/sonni), yrttejä+villi (viinisuolaheinä ja basilika). - Bred&Breakfast, majoituspalvelu Kaarnarannan vuosisadan alun sahamiljöössä. - Maatilaneläimiin, luomuviljelyyn tutustuminen (hoitamista) - Lähialueen maastoon ja kartanomiljööseen tutustumista (pyöräillen maisemapolulla) - Catering-toimintaa; lähi-, luomu- ja kausiruokaa (muiden lähitilojen tuotteita mm. lammasta ja villiä kalaa) - Katukeittiö- ja (mm.Taiteiden yö) Pop Up-ravintolakonseptitoimintaa itä-uudellamaalla. - järjestävät illallis- ja brunssitilaisuuksia, kokousmahdollisuus, galleriatoimintaa 				
KOHDERYHMÄ				
Kaikki matkailijat ja luomuviljelystä sekä luonnonmonimuotoisuudesta kiinnostuneet ja verkkokaupan asiakkaat, suoramyyntiä				
TUOTETIEDOT				
Toiminta-alue	Suoramyyntiä, Uusimaa ja muu Suomi tilauksesta , pohjoismaat(Ruotsi,Tanska,Norja)	Kesto	Puolipäivä (n. 2-3h)	<input checked="" type="checkbox"/>
Voimassaoloaika	Ympärivuotinen		Kokopäivä (n. 4-6h)	<input checked="" type="checkbox"/>
Kieli	Suomi, Ruotsi, Englanti		Muu, käynti	<input type="checkbox"/>
Tilaustuote	<input checked="" type="checkbox"/>		Ohjattu/ opastettu	<input checked="" type="checkbox"/>
Säännöllisesti toteutettava	<input checked="" type="checkbox"/>		Omatoiminen	<input checked="" type="checkbox"/>
HINTA		Hintaan sisältyy		
Hiömäärä Kokous-, juhla-, illallis- ja brunssitilaisuudet; 50 max, tarjouspyyntöjen mukaan hinnoittelu (janne (at) labbycatering.fi) tel. 044 978 23 21 - Luomu Hereford lihapaketteja. Hinta vaihtelee 10–30kg, 480–158€		- Luomu Hereford lihapaketit toimitetaan kotiovelle pääkaupunkiseudulla 10€/100?, minimi tilaus 50?. Tuotteet voi noutaa myös tilalta >sovi ensin aika - Muualle suomeen Itella Termon kautta - Tilatuilla tuotteilla on takuu (14vrk) ja ne ovat tarkastettuja lähiruokaa ja kotimaisuusaste 100%		
Lisäpalvelut		Lisähinta		
<ul style="list-style-type: none"> - Puunhoitokurssi (2016/3pvää) - Tilakauppa, myydään myös muiden lähitilojen luomutuotteita - Tutustumismahdollisuus vanhaan juustokellariin, viljamakasiiniin-jossa nähtävillä museotyökaluja - Nordic Permaculture festival (4–7.8.2016)> Järjestää: 		Kuttuuri- ja maisemayhdistys Saarni, Hinta tilaisuuteen noin 50–136€. Tilaisuus on pohjoismaalainen (Ruotsi, Norja ja Tanska)		
Muuta huomioitavaa				
<ul style="list-style-type: none"> - Lobbyn verkkokauppa; toimitukset Itä-Uudellemaalle; Helsinki, Vantaa, pääkaupunkiseutu, Loviisa, Kotka, Porvoo, Lahti ja isot tilaukset muulle Suomeen sopimuksesta. Tiistaina tilatut > toimitus to-pe. Tilaustuotteita vihannes- ja hedelmälaatikot, yrtit, Hereford-lihaa jauhot, hiutaleet, myslit ja ryynit. - Myyvät Edesby-alueelle (Isnäs) tontteja, valmis kunnallistekniikka, palstaviljely- ja harrastusmahdollisuus. Myyvät polttopuuta. Mahdollisuus puutarhanhoitoon ja leipomotoimintaan. - Omat Facebook-sivut - Historiallinen tila 1691 luvulta (säteri ja kartano). Tarjoavat kärkituotteita perinteinä, tarinoina ja tuotteina. 				

Liite 3. Rutumin Kartano

TUOTTEEN NIMI				
Rutumin Kartano				
Osoite; Hasselblattintie 5, 07800 Lapinjärvi-Lappträsk , Ingermaninkylä. Marja 040-5236865, Kari Hirvonen 040-5396352. marja.hirvonen@rutuminkartano.fi , www.rutuminkartano.fi				
TUOTEKUVAUS				
<ul style="list-style-type: none"> - Kokous-, juhla-, perhejuhlat ja ryhmämatkailua/ruokailua kartanomiljöössä - Tekevät tilauksesta itse valmistaen lähiruokaa matkailijoille 1800-l miljöössä (10-60 pax) - Sauna ja uima-allas (10-25 pax) - ”Mummolan sauna”-perinnesauna (10-25 pax) - Tarinan kerrontaa ja toimintaa ulkona (luontoretki pyöräilen) sekä sisällä 				
KOHDERYHMÄ				
Ryhmä- ja yritysmatkailua				
TUOTETIEDOT				
Toiminta-alue	Koko Suomi ja ulkomaan matkailijat	Kesto	Puolipäivä (n. 2-3h)	<input checked="" type="checkbox"/>
Voimassaoloaika	Ympärivuotinen		Kokopäivä (n. 4-6h)	<input type="checkbox"/>
Kieli	suomi, ruotsi, englanti		muu	<input type="checkbox"/>
Tilaustuote	<input checked="" type="checkbox"/>		Ohjattu/ opastettu	<input checked="" type="checkbox"/>
Säännöllisesti toteutettava	<input checked="" type="checkbox"/>		Omatoiminen	<input type="checkbox"/>
HINTA		Hintaan sisältyy		
Hlö määrä 10-60 pax		<ul style="list-style-type: none"> - Tarjouspyyntöjen perusteella hinnoitellaan. - Tarjous saattaa sisältää lounaan, päivällisen, iltapalan, kokoustilan, tilavuokran kaikki riippuu asiakkaan toiveista 		
Lisäpalvelut		Lisähinta		
<ul style="list-style-type: none"> - Majoituspalvelu mm. hääsviitti - ”Kiinteistö Arponen”, Rutumin kartanon omistama kiinteistö, joka tarjoaa 30-40-luvun ympäristön rakennuksineen, majoitus 3 pax 		<ul style="list-style-type: none"> - Hääsviitti 200 €/yö - Arponen 800€/viikko 		
Muuta huomioitavaa				
<ul style="list-style-type: none"> - Tulevaisuudessa toiminta laajenee luontomatkailuun mm. Loviisan joen hyödyntäminen - Itä-uusimaalaisia ruokaperinteitä halutaan kunnioittaa valmistamalla ja käyttämällä paikallista lähiruokaa - Omat Facebook-sivut - Historiallinen tila 1700-luvulta, jossa matkailijoille tarjotaan kärkituotteita paikallisten tarinoiden, elämäntavan, perinteiden, tuotteiden ja aktiviteettien muodossa 				

Liite 4. Hultgård

TUOTTEEN NIMI				
Hultgård luomuliha Osoite: Pieter & Natalia van den Hoek, Hultgårdsvägen 135, 07890 Mickelspiltom, Liljendal. Sähköposti: www.hultgard.fi Pieter 040 5256356 Natalia 040 5256356				
TUOTEKUVAUS				
<ul style="list-style-type: none">- Myy ja tuottaa tuoretta luomusonninlihaa- ja kanoja ja niiden munia (ruskeita) verkkokaupan kautta, valokoiimiin kuuluu myös luomuspelttijauho ja luomujauhe- ja kokolihatuotteet- Toimivat kestävän kehityksen ja eettisyyden (luonnonmukaiset olot) pohjalta- Raaka-aineet ovat tarkoitettu arki- ja juhlaikäyttöön- Jalostuksessa ja pakkaamisessa käyttävät lähialueella sijaitsevien yhteistyökumppaneiden asiantuntevaa palvelua tuotteet ovat toimitettaessa taatusti tuoreita. Eivät käytä mitään lisäaineita pakkausvaiheessa eikä kasvatuksessa- Myyvät lahjakortteja (verkkokaupassa)				
KOHDERYHMÄ				
Yksityiset kuluttajat ja ryhmät, erikoiskauppiat, verkkokaupan asiakkaat, suoramyyntiä ja ravintolat				
TUOTETIEDOT				
Toiminta-alue	Kolme maakuntaa(pohjoisin Lahti-eteläisin Helsinki- itäisin Kotka) , muut sovittaessa	Kesto	Puolipäivä (n. 2-3h)	<input type="checkbox"/>
Voimassaoloaika	Ympärivuotinen		Kokopäivä (n. 4-6h)	<input type="checkbox"/>
Kieli	suomi, ruotsi, englanti		muu	<input type="checkbox"/>
Tilaustuote	<input checked="" type="checkbox"/>		Ohjattu/ opastettu	<input type="checkbox"/>
Säännöllisesti toteutettava	<input checked="" type="checkbox"/>		Omatoiminen	<input type="checkbox"/>
HINTA		Hintaan sisältyy		
<ul style="list-style-type: none">- 5 kpl/n.5,5kg kokonaisia luomukanoja- ruskeita luomumunia		<ul style="list-style-type: none">- Hinta 60€/5 kpl sis.alv 14% ja toimitusmaksun- Hinta 10€/30 kpl sis.alv.14% ja toimitusmaksun		
Lisäpalvelut		Lisähinta		
<ul style="list-style-type: none">- Mahdollista tilata Kal's of Maine -hyytelöitä ja sinappeja lihatilauksen yhteydessä (tilaus tehtävä 2 viikkoa ennen lihojen toimitusta). Tuotteet ovat lähituotteita jotka ovat valmistettu ilman lisäaineita ja käsityönä- Luomukanamunia ja luomukanaa voi tilata https://www.facebook.com/hultgardluomukananmunat.fi/?ref=hl tai sähköpostilla lihatilaus@hultgard.fi Puh. 0405251053 tai 0405256356- Tilalta voi ostaa suoraan kananmunia- Välillä tilalla on vierailuja tilauksesta		Hinta n.235g/purkki 6,50€		
Muuta huomioitavaa				
<ul style="list-style-type: none">- Käyttävät vain luomurehua tuotannossa sekä huolehtivat eläimien luonnonmukaisesta hyvinvoinnista- Toimittavat tuotteet suoraan asiakkaille kotiin- Luomutuotannossa eivät käytä geenimanipuloitua rehua, keinolannoiteita tai myrkkäjä (esim. glyfosaatit)- Antavat sivuillaan opastusta lihojen eri osien käytöstä ja ruokareseptejä- Tekevät yhteistyötä muiden pientilallisten kanssa- Omat Facebook-sivut- Myyvät kärkituotteita raaka-aineiden ja tuotteiden muodossa				

Liite 5. Huhtasrinteen kotihunaja

TUOTTEEN NIMI				
Huhtasrinteen kotihunaja				
Osoite: Huhtakuja 54, 07680 Juornaankylä, Askola. Timo Paakkunainen tel.050-51804632. Seija Virkkunen 040 521 5941. timppa@huhtasrinne.fi, seija@huhtasrinne.fi, www.huhtasrinne.fi				
TUOTEKUVAUS				
<ul style="list-style-type: none"> - Tuotteet ovat tuotettu luonnonmukaisesti, mehiläistarhat sijaitsevat luonnonniittyjen-, peltojen- ja metsien reunoilla - Kotipuoti, soitto ensin, että ovat kotona. Myytävät tuotteet; mehiläisvahakynntilät, hunaja- ja makuhunajat - Tuotteet: Kaneli-, kamomilla-, timjami-, piparminttu-, salvia- ja inkiväärihunaja, afrikan sarvi, talviglögihunaja, mustikka-, karpalo- ja tyrnihunaja, anis- ja chilihunaja, salmiakkihunaja, turkanen (hunajaa, lakritsia, salmiakkia, kotim. chili), lakritsihunaja, siitepölyrae- ja hunaja ja kahvetta -(sisältää kofeiinia ja sitä voidaan käyttää jälkiruokien maustamiseen) 				
KOHDERYHMÄ				
Ryhmät ja yksittäiset, verkkokaupan asiakkaat, suoramyyniä				
TUOTETIEDOT				
Toiminta-alue	Uusimaa, Tukholma	Kesto	Puolipäivä (n. 2-3h)	<input type="checkbox"/>
Voimassaoloaika	Ympärivuotinen		Kokopäivä (n. 4-6h)	<input type="checkbox"/>
Kieli	suomi, ruotsi, englanti		Muu, 1-2t	<input checked="" type="checkbox"/>
Tilaustuote	<input checked="" type="checkbox"/>	Ohjattu/ opastettu, maistelut		<input checked="" type="checkbox"/>
Säännöllisesti toteutettava	<input checked="" type="checkbox"/>	Omatoiminen, puoti		<input checked="" type="checkbox"/>
HINTA		Hintaan sisältyy		
hlömäärä 30-40 max, Askolan talo <ul style="list-style-type: none"> - Pystyvät järjestämään maistelutilaisuuden ja kahvituksen Askolan talossa tilaisuus on ilmainen ja vaatii ennakkotilauksen - Makuhunajat on hinnoiteltu 4–7€ välille - Suurpakkaukset maksavat 1,3kg/14€ ja 4kg/42€ 				
Lisäpalvelut		Lisähinta		
<ul style="list-style-type: none"> - REKO- lähiruokarengas (facebook:n kautta tuotetilaus) - Mehiläistilaan tutustuminen, pienimuotoisesti (isot ryhmät ennakkotilauksesta) 				
Muuta huomioitavaa				
Lähitilat tekevät yhteistyötä keskenään ja myyvät toistensa tuotteita mm. erilaisissa tapahtumissa, markkinoilla ja REKO-renkaan kautta.				

Liite 6. Villa Mandala

TUOTTEEN NIMI				
Villa Mandala, Hyvinvointikeskus				
Osoite: Lapinkyläntie 613 B, 07870 Loviisa – Lovisa. Tiedustelut ja asiakaspalvelu, ti-pe: 045 1499 925 info@villamandala.fi , Myynti ja tarjouspyynnöt myynti@villamandala.fi 050 3710 958 Sisältöjohtaja Mia Jokiniva mia@villamandala.fi 050 305 7878, Toimitusjohtaja Mikko Harna mikko@villamandala.fi 040 588 9947, www.villamandala.fi				
TUOTEKUVAUS				
<ul style="list-style-type: none"> - Käyttävät paikallista lähiruokaa/raaka-aineita ruoanvalmistuksessa ja näin omalta osalta haluavat tukea paikallisia yrittäjiä sekä kantaa vastuunsa eettisyydestä, minimoimalla ruoan tuottaman ympäristörasituksen. Samalla he haluavat tarjota asiakkaille puhdasta ruokaa, hiljaisuutta, välittämistä, pystymetsää, mielen ja kehon puhdistumista, läsnäoloa, valkoista kohinaa, luontoyhteyttä, pysyviä elämänmuutoksia ja aitoja kohtaamisia. - Palvelutarjonta; Retriitit mm. Takaisin kartalle, hengähdysvetkiä-stressinhallinta, detox- ja joogaretriitit ja omahyvinvointipäivä/polttarit Villa Mandalassa. Koulutukset; joogaopettajan koulutus ja 21 pvn verkkovalmennus stressiin. Yrityksille; stressin hallintaa, yritysreferenssit, puhujat tilaisuuksiin, luentotilat, hyvinvointi-iltoja, virkistys- ja kokouspaketteja ja omia kursseja voi järjestää-tarjoavat tilat ja henkilökunnan käyttöön. - Majoituspalvelu 12-26 pax - Sisältöpalveluita mm. Ohjattuja vaelluksia (jaloin, lumikengillä, suksilla tai polkupyörällä) - Joogastudio Helsingissä (Urban Mandala joogastudio) - Retreats in english 				
KOHDERYHMÄ				
Yksityiset matkailijat, ryhmät ja yritykset, verkkokaupan asiakkaat				
TUOTETIEDOT				
Toiminta-alue	Koko Suomi	Kesto	Puolipäivä (n. 2-3h)	x
Voimassaoloaika	Ympärivuotinen		Kokopäivä (n. 4-6h)	x
Kieli	suomi, ruotsi, englanti		muu	x
Tilaustuote	x	Ohjattu/ opastettu		x
Säännöllisesti toteutettava		Omatoinen		x
HINTA		Hintaan sisältyy		
Hlö määrä		- Kurssipaketit sis. tilavuokran, henkilökunnan käytön(kokki, isäntä, talonmies), saunan, ruokapalvelut, kylpyalun ja sisältöpalveluita mm. Luontoretkeä		
<ul style="list-style-type: none"> - Luentotilat; kokous tarpeisiin 10–30 max, lanseeraus ja luentotilaisuudet n.40 max tarjousten perusteella hinta. - Kurssipaketit, 12–26 max majoitukseen mahtuu yöksi > tarjousten mukaan hinnoiteltu - Detox-retriitti(jooga)/2,5pv/399€ 				
Lisäpalvelut		Lisähinta		
<ul style="list-style-type: none"> - Lahjakortti myyntiä (henk.koht./voimassa1v.) - Eivät tarjoile alkoholijuomia ravintolassa, mutta omien juomien tuominen sallitaan sovittaessa. 				
Muuta huomioitavaa				
- Omat Facebook-sivut				

Liite 7. Lillymaris Luomutila

TUOTTEEN NIMI				
Lillymaris Luomutila				
Lilly Zuluaga, puh. 0504917366 (ma-la klo 10-16)				
Osoite: Fasarbyn koulutie 41, 07750 Isnäs (Loviisa), Sähköposti: lillyzuluaga (at) hotmail.com				
TUOTEKUVAUS				
<ul style="list-style-type: none"> - Järjestävät yrttikursseja luonnon monimuotoisuuden keskellä, kauniissa miljöössä. Kurssilla opitaan käyttämään, jalostamaan yrtejä ruoanlaitossa ja terveydenhuollossa. - Järjestävät pienimuotoisia ruoanvalmistuskursseja - Valkosipulin viljelyä ja mehiläisten kasvatusta > hunajaa saatavilla - Toiminta perustuu kokonaan luonnonmukaiseen viljelyyn - Vihannestuotantoa; mangoldi, lehtipinaatti, maissi, papu, härkäpapu, lehtikaali - Järjestävät mm.metsänhoito- ja perinnerakennustalkoita 				
KOHDERYHMÄ				
Yksityiset matkailijat ja ryhmät, suoramyyntiä				
TUOTETIEDOT				
Toiminta-alue	Itä-Uusimaa	Kesto	Puolipäivä (n. 2-3h)	x
Voimassaoloaika	Kesäisin		Kokopäivä (n. 4-6h)	x
Kieli	Suomi, englanti, espanja		muu	
Tilaustuote	x	Ohjattu/ opastettu		x
Säännöllisesti toteutettava		Omatoiminen		
HINTA		Hintaan sisältyy		
Hilömäärä		<ol style="list-style-type: none"> 1. Tervetulomallat, oppitunti yrteistä mm. niiden tunnistamisesta, käytöstä, historiasta, jalostuksesta ja viljelystä sekä niiden käyttö ruoanvalmistamisessa. Keittolounaan ja päätösillallisen. 2. Tilakierros ja vihannesten keruuta. Keittolounaan ja illallisen. Opetellaan tekniikoita käsittelemään raaka-aineita, tutustutaan marinoinnin saloihin, lisukkeisiin ja makujen palettiin. 3. Luento yrttien historiasta, tutustutaan niiden lääketieteelliseen käyttöön, tunnistetaan mausteyrtit niiden ulkonäöstä ja tuoksusta. Lounas. Kerätään ja tunnistetaan villiyrttejä. Illallinen. 		
<ul style="list-style-type: none"> - 1.Lillemarin yrttipäivä hinta 69€/pv/hlö /6,5t - 2.Lillemarin ruoanvalmistuskurssi > Mestari kokiksi kauden antimilla > 69€/pv/hlö/4,5t - 3.Villiyrttipäivä 69€/pvä/hlö/6,5t - 4.Virkistyspäivä yrityksille, hinta tarjousten perusteella. Kesto 5t. Sisältää tilan historiaan tutustumisen (alkanut 1700-l), mehiläishoitoon, viljelymenetelmiin, yrtitarhoihin ja perinnerakentamiseen. Keittolounaan ja yrttien käyttö, tunnistaminen, viljely ja historia. - Kaikki kurssit toteutuu, jos ilmoittautuneita on vähintään 4pax 				
Lisäpalvelut		Lisähinta		
<ul style="list-style-type: none"> - Tilapuoti, joka ei ole auki säännöllisesti, mutta asiakkaat saavat tulla kysymään tuotteita. Näitä tuotteita voi olla saatavilla; liperia- ja valkosipulisuolaa, yrtejä kokonaisina kuivattuina, kausituotteina kesäisin; pesto- ja yrttitahnoja, talvella; hilloja, sieniä ja hedelmäjalosteita. 		<ul style="list-style-type: none"> - Tilapuoti käynnit mielellään sopimuksesta, mutta ottavat vieraita vastaan, jos ovat kotona. 		
Muuta huomioitavaa				
<ul style="list-style-type: none"> - Viljeltävät yrttilajikkeet mm. karjala-, viher-, pipar- ja vuoriminttuja, timjami (myös sitruuna), salvia, kehäkukka, ruohosipuli, laventeli, rosmariini, ruusun terälehdet, tilli, persilja, liperi ja oregano. - Tekee yhteistyötä Malmgårdin kartanon kanssa. Myyvät tuotteitaan Porvoon luomukaupassa ja Pop Up-tapahtumassa (kasviskasseja). Loviisassa, Savisalon- ja Itutorilla myyntiä koko kesän. - Historiallinen tila (1700-l), tarjoavat kärkituotteita luomuna, tarinoina, elämäntapana ja raaka-aineita 				

Liite 8. Strömforsin Ruukki

TUOTTEEN NIMI				
Strömforsin Ruukki				
Osoite: Alapaja, Ruukintie 11 A, 07970 Ruotsinpyhtäälapaja, Ruukintie 11 A, 07970 Ruotsinpyhtää. Ruukin matkailuinfo avoinna kesällä 2016: 14.-15.5., 1.6.–14.8. päivittäin, 20.–28.8. la–su klo 11–17. Yhteystiedot kesäinfon aukioloaikoina: puh. 0440 555 366, Lisätietoja talvella: Loviisan matkailutoimisto, puh. 040 555 3387, info [ät] loviisa.fi, (Suljettu juhannuksena 24.–25.6.2016)				
TUOTEKUVAUS				
<ul style="list-style-type: none"> - Lomailukohde historiallisessa ympäristössä, vanhoja perinteitä kunnioitetaan (Ruukin toiminta alkanut 1698-luvulla) - Kesällä ovat auki pajamuseo (ilmainen), käsityöläispuoti, ravintola ja kahvio sekä lounaskahvila - Lomatähtien hostellimajoitusmahdollisuus Krouvinmäen savirakenteisessa majatalossa (yht.max 22 pax, hintahaitari 80–200€.) (rak.vuosi 1805). Korkeatasoista huoneistomajoitusta myös (yht.max 27pax). - Opastetut kävelykierrokset; Rva Virginia Af Forsellesin ruukki- ja Sepän sällin lasten kierros (suomeksi ja ruotsiksi) - Kesäteatteritoimintaa ja taidenäyttelyitä Talinvintillä - Kymijoen erämaisemissa risteily jokilautalla (max 12pax), tehdään myös tilausristeilyjä tarjouksesta - Kukuljärven vaellusreitti soiden ja kallioiden lomassa, 8km, mahdollisuus makkaranpaistoon ja uintiin matkalla - Kokoustilojen käyttömahdollisuus 				
KOHDERYHMÄ				
Yksityiset- ja ryhmämatkailijat, yrityksille, suoramyyntiä				
TUOTETIEDOT				
Toiminta-alue	Koko Suomi	Kesto	Puolipäivä (n. 2-3h)	x
Voimassaoloaika	Ympärivuotinen		Kokopäivä (n. 4-6h)	x
Kieli	Suomi, ruotsi, englantia, venäjä		muu	
Tilaustuote	x	Ohjattu/ opastettu		x
Säännöllisesti toteutettava		Omatoiminen		x
HINTA			Hintaan sisältyy	
Hlö määrä				
<ul style="list-style-type: none"> - Opastetut kävelykierrokset; Rva Virginia Af Forsellesin ruukki ja Sepän sällin lasten kierros Aikuiset 6€, lapset (7–12v.) 3€, aikuisen seurassa. - Ruotsinpyhtään kirkkokierros, opastettu kesäisin. - Ruukinmyllyn kesäteatteri ja taidenäyttelyitä - Risteily jokilautalla (max 12pax)/ 10€/hlö 				
Lisäpalvelut			Lisähinta	
<ul style="list-style-type: none"> - Ympärivuotisia tapahtumia Strömforsin Ruukilla mm. Blue Crass, Ruukki Picnik, Ruukkipäivät, Joulumarkkinat, Taontanäytökset (ilmainen), Roots`n Boots (juurimusiikkifestivaalit), Branning Trail (polkujuoksu ja kulttuurivaellus) ja Kymijokipäivät. - Pikkujoulujen järjestäminen ravintola Ruukinmyllyssä tai Strömforsin Klubilla> hinta tarjosten mukaan 				

<ul style="list-style-type: none"> - Ravintola Ruukinmyllyssä mahdollisuus ryhmäruokailuihin (max 60 pax) - 1–2 pv kokous- ja kuntoilupakettien sekä Tyky päivän järjestämiseen - Perhejuhlien järjestäminen mahdollista ravintolassa - Ruukinmylly on auki talvisin lounasaikaan (klo 11–14), kesäaukioloajat vaihtelevat kuukausien mukaan, välillä kello 11–21 - A’la Carte listan hinnoittelu alkuruokien osalta 10,50€, pääruoat 14,50–41,50€ ja jälkiruoat 4,50–6,50€ - Majoittuneille aamiaismahdollisuus kello 8–10 - Lisäpalvelua antaa Laura´s Fish kalakauppa Ahvenkoskella ja Englantilaistyyppinen elämyspuutarha ja myymälä Laura´s Garden - Ruotsinpyhtään kahdeksankulmainen keskeiskirkko on nähtävyys, johon on mahdollista päästä käymään ja saada opastuksen paikan päällä 	
<p>Muuta huomioitavaa</p> <ul style="list-style-type: none"> - Matkailu- ja musiikkipalvelun tuottaja Murjut Ståhls, tarjoaa opastuksia, draama- ja musiikkiesityksiä matkailijoille. Räätelöidyt ohjelmakokonaisuudet asiakkaille muiden toimioden tai ravintoloiden kanssa. - Ruukissa tarjolla käsityöläisille työtiloja ja myyjille myyntipaikkoja kesätorilla(15€/viikonloppu) - Pop Up-paikkoja vapaana 1–4 viikon jaksoissa. - Tila on historiallinen nähtävyys, jossa vaalivat perinteitä ja niistä syntyneitä tarinoita. Tarjoavat asiakkaille kärkituotteita monessa eri muodossa. - Omat Facebook-sivut 	

Liite 9. Kal's Specialty Foods

TUOTTEEN NIMI					
Kal's Specialty Foods					
Osoite: Georgsvägen 5, 07800 Lapträsk-Lapinjärvi. kal@gourmetfinn.com, www.kalmaine.com Kalevi ja Marina Hoffström +358 45870 0956					
TUOTEKUVAUS					
<ul style="list-style-type: none"> - Myyvät suomalaisia Lapinjärvellä tehtyjä tuotteita erikoisia sinappeja mm. piparjuuri, omena-konjakki, luumu, valkosipuli, sitruuna-tilli, hunaja, villimustikka ja habaneros. Lisäksi myynnissä on hyytelöitä mm. Vihreä valkosipuli ja tulinen pippuri. Saatavilla myös salsa- ja marinadikastikkeita mm. Snow melt ja ice burn salsaa. - Tuotteet luokitellaan vahvuuksiin mieto, keskivahva, vahva ja erittäin vahva. - Makeita tuotteita ovat mm. Omenalevite, mustikkahillo, kuningatarhillo, mansikka-raparperihillo, puolukkahillo, minttuhyytelö ja villiomenahillo. 					
KOHDERYHMÄ					
Yksityiset ja ryhmämatkailijat, yritykset, suoramyyntiä					
TUOTETIEDOT					
Toiminta-alue	Etelä-Suomi, Tampere		Kesto	Puolipäivä (n. 2-3h)	<input checked="" type="checkbox"/>
Voimassaoloaika	Ympärivuotinen			Kokopäivä (n. 4-6h)	<input type="checkbox"/>
Kieli	Suomi, englanti, ruotsi			muu	<input checked="" type="checkbox"/>
Tilaustuote	<input checked="" type="checkbox"/>		Ohjattu/ opastettu		<input checked="" type="checkbox"/>
Säännöllisesti toteutettava	<input checked="" type="checkbox"/>		Omatoiminen		<input type="checkbox"/>
HINTA			Hintaan sisältyy		
Hlö määrä 20–30 pax <ul style="list-style-type: none"> - Järjestävät ennakkotilauksesta esim. kiertokäyntiä sovitusti muilla tiloilla. Omalla tilalla kahvitarjoilua, kenkereiä mm. makkaran tai villisian paistoa, kalan loimuttamista - Syksyisin (alkanut 2015) Kummitustalo-juhlat (Halloween House), jossa "pelotellaan" asiakkaita, tilaisuus on iltapainotteinen ja pääsymaksuton 					
Lisäpalvelut			Lisähinta		
<ul style="list-style-type: none"> - Ruoka-klubi (max 25 pax); alkaa 2016 syyskuussa vain jäsenille, teemallinen ilta, varataan etukäteen paikka, kerran kuukaudessa (lauantaina), tilaisuudessa vieraillevia kokkeja, pukeutuminen teeman mukaan, pieni jäsenmaksu, lähi- ja luomuruokaa tarjoillaan 					
Muuta huomioitavaa					
<ul style="list-style-type: none"> - Omat Facebook-sivut (kal's of maine) - Tekevät yhteistyötä mm. Malmgårdin kartanon, Hakaniemen hallissa (Bosgård-tilan) kanssa - Yritys kuuluu neljään REKO-renkaaseen (Rejäl konsumtion eli reilu kuluttaminen) - Tilapuoti - Myyvät tuotteitaan Iloisen pojan kauppa-autossa Tampereella - Tilan historia; Päärakennus rakennettu 1937 					

Liite 10. KomKom Ky

TUOTTEEN NIMI					
KomKom Ky, kotieläintila					
Osoite: Backaksentie 233, 07890 Mickelspiltom, Linjendal. sähköposti: vuokko(at)komkom.fi					
p. Vuokko Mäkinen +358 50081 1590					
TUOTEKUVAUS					
<ul style="list-style-type: none"> - Tila haluaa tuottaa monipuolista, hyvää ja puhdasta ruokaa suoraan kuluttajille. - Tuottavat luonnonmukaisia avomaankasviksia (porkkana, kurpitsa, fenkoli, sokeriherne, tomaatti, paprika, tuore yrtit ja kasvihuonekurkku). Tuottavat myös suurimman osan rehusta ja viljasta (vehnä) eläinten ravinnoksi - Tuotantoeläimiä (lammas ja kana) hoidetaan mahdollisimman eettisesti (lyhyet kuljetukset) ja hyvällä huolenpidolla - Kanamunatuotanto, munat myydään suoraan tilalta tai toimitetaan lähikauppoihin 					
KOHDERYHMÄ					
Yksityiset, ryhmät, lähikaupat, suoramyyntiä					
TUOTETIEDOT					
Toiminta-alue	Itä-Uusimaa (Loviisa,Helsinki)	Kesto	Puolipäivä (n. 2-3h)		
Voimassaoloaika	Ympärivuotinen		Kokopäivä (n. 4-6h)		
Kieli	suomi, englanti		muu	X	
Tilaustuote		X	Ohjattu/ opastettu	X	
Säännöllisesti toteutettava		X	Omatoiminen		
HINTA			Hintaan sisältyy		
Hlönmäärä - Luomuavomaankasvikset ; Fenkoli 4€/kg, Varsiselleri 3€/kg, Pikku punajuuret 4€/kg, Retiisi 3€/kg, Raparperi 2€/kg, Rakuuna 0,50€/nippu, Kanamunat 0,25€/kpl - Kukko ;10€/kg,(joko 4kpl rintapaloja tai 8 kpl koipia) pakkauskoko 1,2kg - Lammas ; Paisti (viulu) 16,50€/kg (n.3 kg/kpl) Satulapalat 25€/kg (n.1 kg/kpl), Lapa 14€/kg (n.2 kg/kpl), niskakiekot 9€/kg (n.0,5kg/kpl), kylkipalat n.6€/kg(n.1kg/kpl)			- Tuotteiden maksu on käteisellä		
Lisäpalvelut			Lisähinta		
- Kotieläimiä (hevosia, koiria, kissoja, karitsoja ja tipuja) saa tulla rapsuttamaan ja hoitamaan					
Muuta huomioitavaa					
- Tilalla on omat Facebook-sivut (Komkom Kotitila) - Kuuluvat REKO-renkaaseen, toimittavat tuotteita Itä-Uudellemaalle - Tilalla munapakkaamo (munat kennotetaan) - Avaavat tilapuodin vuonna 2017 - Myyvät suurimman osan tuotteistaan paikalliseen alkoholiparantolaan					

**Liite 11. Loviisan alueen ruokamatkailua edistävät ravintolat,
kahvilat, majoituspalvelut ja kokous- ja ohjelmapalvelut 2016**

<u>Ravintolat ja kahvilat</u>	
Ahvenkosken kalastajan tupa	tarjoaa aktiviteettejä
Bar & café Hotel Degerby	
Bistro Cantor & Ölvin Olut- ja viinitupa	
Bric&Brac	Kahvila ja antiikkikauppa, auki kesäisin
Cafe Svartholm	Merilinnoitussaari, ruoka- ja tilausravintola, hieno paikka
Café Armas	Saatavilla myös lounasta
Cafe Kabböle Marina	Samassa yhteydessä kauppa, kahvila, b-oikeudet
Café- Restaurant Saltbodan	Auki vain kesäisin ja tilauksesta
Café Riikka	b-oikeudet + aktiviteettejä mm. pöytätennis, biljardi ja keilailu
Conditoria/kahvila Corint	Loviisan suurin leipomo, tekevät perinneleivoksia
Ravintola/bar Hotelli Zilton	50v. Vanha yritys, lounasta ja kahvia baarista
Kahvila-Ravintola Laivasilta	Auki vain kesäisin
Kievari Degerby Gille	Historiaa 1600-l lähtien, lähi- ja luomuruokaa tarjolla saaristolaisvivahtein
Konditoria-Café Vaherkylä-Ek	Tarjolla myös lounasta
Lounasravintola Cafe Lilja	Lounassalaatteja, kahvila, auki viikon jokaisena päivänä
Lounasravintola Fellmanni	Strömforsin ruukissa, lounasta, kahvila, pitopalvelu ja elintarvikemyymälä
Pajakahvila	Strömforsin ruukissa, a-oikeudet, ryhmille ja yksittäin vierailuille, auki kesäisin toukokuu-syyskuu, vanhaan pajaan rakennettu
Ravintola Bella Loviisa	Auki viikon jokaisena päivänä, myös kahvilatoimintaa
Ravintola Loviisan kappeli	Kylpyläajan romantiikkaa 1800-l, hieno paikka historiallisesti
Ravintola Ruukinmylly	Strömforsin Ruukin alueella vanhassa myllyssä, ryhmille tilauksesta, teatteriesityksiä
Restaurant & Catering Sakura	Lounasravintola, Aasialaista- ja Eurooppalaista ruokaa

Strömforsin Klubi	Tilausravintola max 100 pax, min.25 pax
Tuhannen Tuskan Kahvila	Samassa yhteydessä leipomo, vanhaan talliin rakennettu kahvila, 1930-l vuokramajana ja salakapakkana toiminut hirsitalo. Siirtynyt nykyiseen omistukseen 1994
Ulrikanhovi	Tilausravintola, kahvia, majoitusta, pitkä historia, hieno paikka

<u>Majoituspalvelut</u>	
b&b Carita Slätis	Aamiaismajoitusta rauhallisessa ympäristössä, 3 vuokrattavaa mökkiä, vesistö vieressä
Embomin kartano	Ryhmille tarkoitettu kokouskartano maalaismaisemassa, tarjoavat lähiruokaa
Holiday Club Rönnsä	Tarjoavat paljon palveluita meren äärellä mm. Kalastusta, golfia, hiekkaranta, ruokailu(kesäisin), majoitusta ja veneilyä
Hotel Degerby	Kokoustilat, 1992 valmistunut, idyllinen, 50 huonetta
Hotelli Zilton	Kokous- ja saunatilat 30pax, 10 huonetta, lämminhenkinen hotelli
Huvila Ruhtinas = Fishing Cottages>	Omistaja Fishermans´ Adventures . Järjestävät meriristeilyjä, tilausmajoitusta max 24 pax, paljon aktiviteettejä, tilauksesta ruokapalvelua
Kaarnaranta B&B	Majoitupalvelua aamiaisella
Majatalo Loviisa	Gasthaus, viihtyisä paikka, termi-sauna
Meritorpan sauna	Ympärivuotista majoitusta, sauna max 15 pax, meren äärellä, soutuvene, sähkösavustin, ryhmille, pariskunnille, lapsiperheille, lämmitettävä kylpytynnyri käytössä
Rönnsän mökit	Viihtyisiä vuokramökkejä, ryhmille, perheille, rauhallinen ympäristö, aktiviteettejä mm. kalastusta oppaan kanssa, golf, luontoretket. Sauna, kokoustilat, ruokailumahdollisuus
Sarvisalon bed&Breakfast	Maatilamatkailua aamiaisella

Tamminiemi Lomakeskus	1800-l. Pitkä historia takana, tarinan kerrontaa, aktiviteettejä mm. kävelykierroksia, kylpyläkauden hirsi- tai laivanrakentajan huvilassa yöpyminen, barokkipuiston miljö, hieno paikka
Trollbergets - Peikkovuoren Bed&Breakfast	Maatilamatkailua aamiaisella, kaunis puutarha ”vuorella”
Villa Baumgartner - Guesthaus	Erillinen vuokrattava vierastalo, idyllinen paikka, 1924 rakennettu Jugendhuvila
Villa Vera, Loviisa	Majoituspalvelua/vuorattava Villa, max 5 pax, tasokas 1800-luvun kiinteistössä

<u>Kokous- ja ohjelmapalveluita</u>	
Boistö	Luotsisaari, palvelun tarjonta pääosin yrityksille ympärivuotisesti, majoitusta meri-ilmastossa, paljon aktiviteettejä, kokouspaketteja, elämyksellisiä räätälöityjä palveluita tilauksesta, hieno paikka
Fishermans´ Adventures	Kalastusmatkoja, majoitusta ja juhlapalvelua, kokouspaketteja, merielämysten ja merimatkojen tuottaminen asiakkaille, tarjolla kalatuotteita

Liite 12. Ruokamatkailukierros, -tuote

Ruokamatkailukierros Loviisan alueella- Uutuus

- Koe itäuusimaalainen luomu- ja lähiruoka

Loviisan seutu tarjoaa pohjoismaalaista puhdasta, tuoretta, terveellistä, eettisesti ja ekologisesti tuotettua ruokaa maisteluiden ja tekemisen kera.

Ruokamatkailukierroksella käydään neljällä Loviisan alueeseen kuuluvalla tilalla. Kaikissa vierailukohteissa tutustutaan yrityksen toimintaan sekä miljööseen. Kierroksen aikana nähdään ja kuullaan kyseisen paikan historia sekä tarina. Tutustumisen yhteydessä maistellaan tilan tuotteita. Lähiruokalounas nautitaan Rutumin Kartanolla. Tilojen kaikki tuotteet on valmistettu aidoista luomu- ja lähellä tuotetuista raaka-aineista. Koe elämyksellisyys ja ainutlaatuisuus myös tekemisen ja sesonkituotteiden ostamisen muodossa.

Ruokamatkailukierros aloitetaan Lillymaris:n Luomutilalta Isnäsistä, jossa pääsee virkistymään luonnon monimuotoisuuden keskellä ja maistamaan yrteiteitä. Lillymarisissa tehdään tilakierros, jossa talvikierroksella tutustutaan mehiläisten pesiin ja opitaan kuinka niitä hoidetaan. Lisäksi kuullaan luonnonmukaisen viljelymenetelmien käyttämisestä ja luonnon yrttien hyödyntämisestä ruoanlaitossa sekä terveydenhoidossa. Kesäkierroksella on myös mahdollisuus käsitellä ja valmistaa yrteistä tuotteita sekä tutustua yrttitarhoihin.

Lillymaris:n Luomutilalta matka jatkuu Malmgårdin Kartanolle, jossa maistellaan muinaisviljaan tehtyjä hirvi-spelttipasteijoita sekä tilalla pantua olutta. Talvikierroksen aikana on mahdollisuus tutustua panimoon, kesällä kartanoon. Malmgårdin Kartanonpuodissa myynnissä oman tilan- ja lähitilojen suomalaisia aitoja ekologisia tuotteita.

Seuraavaksi saavutaan Rutumin Kartanolle nauttimaan lähiruokalounas paikallisista raaka-aineista itse kartanon emännän valmistamana. Syönnin jälkeen matka jatkuu KomKom kotieläintilalle, jossa on mahdollisuus tutustua ja rapsuttaa tilan eläimiä sekä ostaa tilan luonnonmukaisia eettisin arvoin tuotettuja tuotteita. Kesäkierroksella mahdollisuus osallistua salaattien keräämiseen ja salaattiruokien tekoon.

Perustiedot:

Kesto: noin 6,5 tuntia (+ lähtöpaikasta saapuminen tiloille ja takaisin lähtöpaikalle)

Hinta: 2017: ma-la n.71€/hlö(hinta on laskettu vähintään 20 hengen ryhmälle)

Hintaan sisältyy maistatukset, lähiruokalounas, historian ja tarinan kerrontaa.

Osallistuminen ruoan tekemiseen ja siihen kuuluvat raaka-aineet sekä työnohjaus lisämaksusta

Toteutus: Ruokamatkailukierros voidaan toteuttaa **ympärivuotisesti ja on räätälöitävissä** toiveidenne mukaan. Kesäsesonki touko-syyskuu, talvisesonki loka-huhtikuu

Bussihinta: 669€/30paikkainen bussi, 740€/49 paikkainen bussi.

Liite 13. Yhteenvedo Loviisan alueen kärkituotteista

