



Vuoden 2016 tammikuussa käynnistyi Etelä-Savon ELY-keskuksen Euroopan Maaseuturahaston rahoituksella Ruokamatkailuideoita Saimaan seudulle -hanke. Hanke päättyi 31.10.2016 Yhteistyökumppanina ja osatoteuttajana hankkeessa oli ProAgria Etelä-Savo. Hankkeen kolme päätavoitetta oli

- selvittää vapaa-ajan asukkaiden kiinnostusta hankkia verkkokaupasta mökkimaakunnan lähiruokaa,
- saada asiakaslähtöisesti uusia ruokamatkailuideoita Saimaan seudulle ja muodostaa niiden kehittämisestä kiinnostuneista yrittäjistä yritysryhmiä
- aktivoida yrittäjiä asiakasegmentointiin ja sähköisten kanavien käyttöön ruokamatkailussa ja lähiruoan markkinoinnissa.

Kohderymänä tässä olivat alueen matkailijat, vapaa-ajanasukkaat, ruokamatkailusta kiinnostuneet eteläsavolaiset maaseudun mikroyritykset, lähiruokayrittäjät sekä lähiruoan kauppiaat.

Vapaa-ajanasukkaiden lähiruoan ostopaikkojen ja tapojen selvityksessä

ruokaostuskäyttäytymistä selvitettiin kirjekyselynä (n=280) ja sitä täydentävinä henkilökohtaisina haastatteluina (n=48). Lisäksi haastateltiin 33:a eteläsavolaista lähiruokaa tuottavaa yrittäjää. Vapaa-ajan asukkaat pitivät tärkeänä, että he voivat ostaa lähiruokaa mökillä ollessaan. Lähiruokaa hankkivien osuus on kaikissa tuoteryhmissä kasvanut 9–41 prosenttiyksiköllä aikaisempaan seitsemän vuotta sitten tehtyyn tutkimukseen verrattuna. Mökillä ruokaostokset haluttiin tehdä lähimmästä kaupasta. Lähiruoka ei kuulunut tärkeimpiin ruokaostopaikan valintaperusteisiin, vaan useimmat valitsevat ostopaikan asioinnin helppouden ja kaupan läheisyyden perusteella. Valtaosaa vapaa-ajan asukkaista (79 %) ei ruoan verkko-ostaminen tai sen kokeileminenkaan kiinnostanut, vaikka internetyhteys oli käytettävissä. Tilaa ja nouda – palvelu sai kuitenkin erityisesti henkilökohtaisissa haastatteluissa kannatusta. Tärkeimmäksi syyksi verkko-ostamisen vähäiseen halukkuuteen osoittautui verkko-ostamisen rajoitettu mahdollisuus nähdä ja kosketella valittavia tuotteita. Verkko-ostamiselle ei todettu selkeää tarvetta, ja kaupassa käynti nähtiin sosiaalisen vuorovaikutuksen muotona, jota moni piti tärkeänä osana vapaa-ajan asumista.

Yrityshaastatteluissa suurin osa lähiruokaa tuottavista yrityksistä piti vapaa-ajan asukkaita tärkeänä tai erittäin tärkeänä asiakasryhmänä. Lähiruokaa tuottavat yritykset tarjosivat tuotteitaan tyypillisesti monen erilaisen myyntikanavan kautta. Useimmin tuotteet myytiin vähittäiskaupalle tai suoraan kuluttajalle omalta tilalta tai myymälästä. Yrittäjät halusivat kehittää internetin kautta tapahtuvaa tarjontaansa mieluiten REKO-lähiruokarenkaan puitteissa ja verkkokaupan kehittämisessä tukeutua olemassa oleviin verkkokauppatoimijoihin tai tuottajien yhdessä perustamiin uusiin toimijoihin. Koko tutkimus on e-julkaisuna luettavissa tästä

<http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/116165/URNISBN%209789515885531b.pdf?sequence=3>

Vapaa-ajanasukkaille tehdyn kyselyn ja yrittäjien kartoituksen perusteella laadittiin **toimenpidesuunnitelma** vapaa-ajanasukkaita varten. Tutkimukseen osallistuneista eteläsavolaisista vapaa-ajan asukkaista 87%:lla oli käytössään internetyhteys. Niistä, joilla on internetyhteys 62% ei kuitenkaan käytä internetiä mihinkään ruoan ostamiseen liittyvään, 42% käyttää internetiä ruokakaupan

aukioloaikojen tai osoitteen tarkistamiseen tai tarjousten tutkimiseen ja vain 3% käyttää internetiä lähiruokavaihtoehtojen etsimiseen. Ruoan verkkokauppaan suhtaudutaan erittäin kielteisesti: 79% ei ole koskaan hankkinut ruokaa verkkokaupasta eikä halua sitä kokeillakaan (18% kokeiluun halukkaita).

Viestintää lähiruoan ostopaikoista ja lähiruoan näkyvyyttä ruokakaupassa tulee tehostaa markkinoitaessa lähiruokaa vapaa-ajan asukkaille. Perinteiset viestintäkanavat (painettu media, henkilökohtaiset kontaktit) tulee säilyttää ja niiden käyttöä tehostaa. Koska kohderyhmä on kuitenkin hyvin tavoitettavissa internetin välityksellä, tulisi vapaa-ajan asukkaille tehdä tutuksi digitaalisia kanavia perinteisiä medioita hyödyntämällä. Erityisesti sivustoja, kuten www.aitojamakuja.fi, joihin on kerätty laaja valikoima lähiruokatuotteita ja –tuottajia tulisi kehittää, varmistaa niiden ylläpito ja tehdä niitä tunnetuksi vapaa-ajan asukkaille. Lähiruoan tunnistamista ruokakaupassa helpottaisi yhteisen lähiruokatunnuksen (D.O. Saimaa) esille tuominen.

Saimaan seudun matkailuyrityksiä varten järjestettiin **ideakilpailu** alueen matkailijoille. Ideakilpailun avulla haluttiin selvittää minkälaista ruokamatkailua tulisi jatkossa Saimaan seudulla olla. Kilpailuun saatiin **38 vastausta** webropol kyselylinkin kautta. Ideat jaettiin teemaruokailuihin, ruoan valmistukseen ja asiakkaan osallistamiseen sekä ruokakierroksiin. Osa ideoista oli samankaltaisia, jonka vuoksi ideoista koostettiin tiedote, joka lähetettiin Etelä-Savolaisille matkailuyrityksille sähköpostitse sekä käytettiin yritysten kanssa keskustelun pohjana kartoituskäynneillä. Ideoita esiteltiin myös aktivointitilaisuuksissa.

Kilpailussa parhaaksi ideakolmikoksi valittiin 4.4.2016 raadin kokouksessa Leipää leipomaan-tuote, Ruokamatka menneisyyteen sekä Kulinaristijoogaa. Muita mainittavia ehdotuksia oli mm. Vanhan ajan säilöntää (hillot, hyytelöt, marmeladit), Mehuntekoa matkailijoille, savustuskoulua, Kokkiharrastajien ideapäivät, Ite tehyt pikkuiset kukot, Maaginen mustikkamatka – pienryhmän poimintaretki, Makumatkalla Etelä-Savossa maistiaisineen, Fine Dining metsässä. Asiakastilaisuuksissa nousi esille vielä riistaruoalien valmistus ja sitä kautta metsästysmatkailun nostaminen Etelä-Savossa. Lisäksi hankkeen **innoleirin** aikana ideoitiin uusiksi ruokamatkailutuotteiksi Ruisleivän tarinaa, Elämänluukku - Savottaperinteen tarinoita, Joogaa makujen harmoniassa sekä Saimaan risteilyretki.

Hankkeessa toteutettiin **asiakaskysely** matkailuyrityksissä. Kyselyn tarkoituksena oli selvittää millaista ruokamatkailua tulisi jatkossa Saimaan seudulla tarjota. Kyselyt toteutettiin 21.6 – 31.8. välisenä aikana viidessä eri matkailuyrityksessä Etelä-Savossa. Vastauksia saatiin 33 kpl. Kysely toteutettiin suoraan matkailuyrityksissä. Vastaajista suurin osa oli yli 65 vuotiaita naisia. Seuraavaksi suurin ikäryhmä oli 45 -54 vuotta. Vastaajista suurin osa oli aiemmin osallistunut luontoruokailuihin, ruokatapahtumiin sekä maistiaisiin. Matkailijoita miellytti ruokamatkailussa eniten erilaiset maut, uuden oppiminen sekä paikallisuus.

Kyselyn tulosten perusteella tulevaisuudessa Saimaan seudulla tulisi tarjota enemmän ruokatapahtumia kuten kasviruokaan liittyviä sekä teemaruokailuja (esim. luomu ja historiaan liittyviä ruokailuja). Perinneruoalien valmistukseen kaivattiin oppeja myös modernilla tavalla. Paikan historia liitettynä ruokailuun kiinnosti myös matkailijoita.

Lisäkysely uusien ruokamatkailuideoiden kiinnostavuudesta Savonlinnan seudulla toteutettiin yhteistyössä Visit Savonlinnan kanssa. Kampanjassa kysyttiin ”Mihin näistä ruokamatkailuohjelmista osallistuisit ?” Listalla oli 15 matkailijoiden ideoimaan uutta tuotetta. Vastauksia saatiin 55 kpl Eniten kannatusta matkailijoiden ideoista saivat:

- 1.Makumatkalla Etelä-Savossa – lähiruokakerros maistiaisten muodossa
- 2.Fine Dining metsässä sekä Yöpalaa Saimaalla (jaettu tila)
- 3.Luonnon yrtytien keruuretki – ammattikokki valmistaa aterian

Yritystilaisuuksia hankkeessa järjestettiin 6 kpl, joihin osallistui kaiken kaikkiaan 129 henkilöä. Tilaisuuksien teemoina olivat asiakassegmentointi ruokamatkailussa että Sähköinen markkinointi. Tilaisuuksissa oli tarkoitus päästä verkostoitumaan ja tuoda lähiruokatuottajat lähemmäksi matkailua.

Yhtenä hankkeen tavoitteena oli **yritysryhmien perustaminen** ideakilpailussa esille tuotujen ruokamatkailutuotteiden ympärille. Hankkeen aikana yritykset osoittivat kiinnostuksen esiteltyihin ideoihin. Useat ideat olivat jo olleet myynnissä aikaisempina vuosina joissakin yrityksissä. Aika ei todennäköisesti ole ollut oikea silloin, koska tuotteista luovuttiin. Nyt näyttäisi tilanne olevan toinen ja kysyntä ruokamatkailutuotteille on selvästi kasvanut. Yritykset, joissa oli ollut ruokamatkailuohjelmia aiemminkin, ottivat joitakin ehdotuksia suoraan jalostettaviksi myyntiin seuraavaa sesonkia ajatellen. Näitä ideoita oli mm marjaretket, villiryttikurssi, kalastusretki, leipää leipomaan-tuote, hillontekoa matkailijoille ja Makumatkalla Etelä-Savossa - lähiruokakerros.

Kartoituskäyntien pohjalta on löytynyt yrityksiä, jotka olisivat kiinnostuneita kehittämään ruokamatkailua yritysryhmissä. Tällaisia yritysryhmäideoita oli hankkeen päättyessä erilaisissa **kehitysvaiheissa 2 kappaletta**. Yritysryhmien kehittämishankesuunnittelu on jo käynnissä toisen yritysryhmän osalta. Hakemus on tarkoitus jättää rahoittajalle vuoden 2016 aikana. Yritysryhmässä on mukana neljä Mikkelin eteläpuolella toimivaa yritystä elintarvike- ja ruokapalvelusektorilta. Yritysryhmän teemoina ovat mm. yhteinen tuotekehitys, markkinointi ja lähiruuan sähköisten markkinointikanavien kehittäminen. Lisäksi alueen matkailuorganisaatiot (**2 kpl**) osoittivat kiinnostuksen ruokamatkailuryhmien kokoamiseen omille sivustoilleen yhteismarkkinointia varten.

Muita hankkeessa julkaistuja artikkeleita voi lukea tästä:

Länsi-Savo / Itä-Savo ”Matkailijat mukana kehittämässä Etelä-Savon ruokamatkailua” 19.6.2016
<http://www.ita-savo.fi/mielipide/puheenvuorot/puheenvuoro-matkailijat-mukana-kehittamassa-etela-savon-ruokamatkailua-344661>

Aitoja Makuja – lehti sekä verkkojulkaisu 19.9 ”Parhaat ruokamuistot syntyvät mausta,miljööstä,tunnelmasta,palvelusta” https://issuu.com/aitojamakuja.fi/docs/aitoja_makuja_3_verkkoon

.Maaseutukuriiri-tiedotuslehti/19.10. <http://view.24mags.com/mobilev/c8a32813b0ade181dfb340a292e64110>
”Mikä on paras ruokamuistosi ?”

Marjut Kasper, projektipäällikkö
Ruokamatkailuideoita Saimaan seudulle-hanke
+358 40 572 0474
marjut.kasper@mamk.fi

www.mamk.fi/ruokamatkailuideoita



Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutualueisiin

