

Ruuasta elämyksiä

Työpaja 1

Riikka Nurmi, riikka.nurmi@noste.fi, 040 501 7510
Minna Elomaa, minna.elomaa@noste.fi, 040 7471789



Jatkotyöstettävät ideat ja koordinoijat

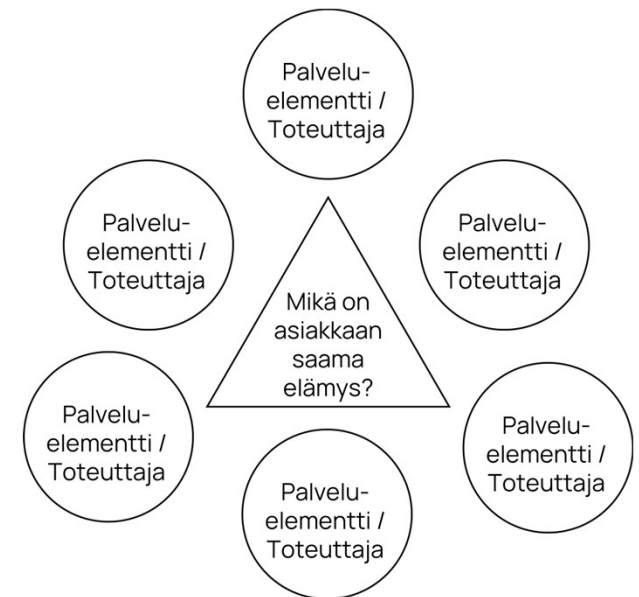
Ruokatuote	Ruokailua luonnossa			Reitti	Tapahtuma
Lähiruokatuottajien paikallisboxi	Laidunpiknik	Kartanopiknik/ brunssi	Kukkapeltopiknik	Salon oma siiderielämys	Mathildedalin siiderifestivaali
<p>1) Yli 18 vuotiaalle tarkoitettu – myyntipaikat, joissa lupa myydä alkoholituotteista (esim. paikalliset siiderit ja oluet ”maistiais kori”)</p> <p>-----</p> <p>2) Lähituottajapakkaukset. Säilyvyysajat tulee olla pidemmät 6kk eivätkä vaadi kylmäsäilytystä. Sesongin mukaiset Kohderyhmä: salolaiset, yritykset, lahjat, tuliais ja palkitseminen</p> <p>Myyntipaikat: tilaisuudet, vistsalo.fi –sivuilla, ruokakaupat jne. Selvitettävää: Perniön ruokamyyntikontti (Katiskanmäki)</p> <p>Katriina / Voima-Papu Oy</p>	<p>1) Rikalanmäki ja Mikkolan tilan lampaat+luontopolku Eija / Rikalanmäki ---</p> <p>2) Sarin lammastilan piknikkori + lammaslaidun (tulossa myös lammaslaidun Nakolaan) Sari/Herrankunnan Lammas -----</p> <p>3) Matildassa alpakkapiknik olemassa – Cafe Matilda Henna tarkistaa -----</p> <p>Piknik olut omalla etiketilla myytäväksi piknikkoreihin Jonas/Mathildedalin Kyläpanimo -----</p>	<p>Wiurilan kartano – piknik kartanon ympärille - ylämaan karja - Taidenäyttely Eija/Rikalanmäki</p>	<p>Luonnonniitty, piknik-kori tai muu ruokaelämys luonnossa Minna / Pohjolan Tila</p>	<p>Salo Suomen Siideri pääkaupunki Reitin suunnittelu, elämys kohteittain ja niin että muodostuu yksin tai yhdessä loogisen ja elämyksellisen tarinan.</p> <p>Pysähtymisen arvoiset paikat huomioiden kohderyhmä/t (myös panimokohde)</p> <p>Mahdollinen kuljetus ryhmille tai yksin osallistuvalla? Salon Tilausmatkat, Turun ruokaviikolle, kesälauantain reitit?</p> <p>Tilojen tarinat ja niiden esilletuonti esim. 'hatussa' – QR koodi</p> <p>Tapani/Brinkhall Sparkling</p>	<p>Matildankartanon niityllä – kaunis ja ainutlaatuinen miljöö Hallonmäki ja Lepola aiemmin osallistuneet, nyt mukaan kaikki. - Päivätapahtuma juhannuksen jälkeen - Musiikkia, jo oma tapahtuma - Niitylle ruokatarjoilu (Mathildan kartano) - Viestintä tapahtumasta tärkeää! - Kuljetusten mietintä (Salon paikallisliikenne?)</p> <p>Monistuva konsepti? Esim. Söderlångvik, Salon tori siideripop-up /iltatori Emmi / Lepola</p>

Jatkotyöstettävät ideat ja koordinoijat

Ruokaretki	Ruokaretki	Olemassa olevat reitit			Luontoelämys
Artesaani-retki (päivitys/uusi)	Retki 2 (Olemassa olevien retkien variointi)	Olemassa olevien visitsalo.fi retkien variointi	Ruokamatkailu-kartan päivitys	Osta tilalta -päivä	Elämystasting 5 ympäristössä
Retken päivitys kesäkaudelle 2023 / Krista / Mathildedalin Ruukkitehtaat Henna varmistaa Kristalta toteutuksen	Koko perheen herkkuretki – jäätelökioskilta kioskille Jokin muu ruokaelämys! Joonas ja Taija / Jellow Factory	Salo passi – koko kesän voimassa – ravintoita, jäätelöbaareja, kahviloita Olemassa olevat pyöräreitit – kahviloiden ja ravintoloiden ruokaelämyksen nosto kärkeen (erillinen hanke?) Henna selvittää	1) Selvitetään olisiko mahdollista tehdä visitsalo.fi sivulle digitaalinen päivitys 2) Perniössä Kristiina Pihtlahti – jossa kaikki Salon uimapaikat ja nähtävyydet - Perniön kirkonkyläyhdistyksen puuhaa → Näihin mahdollisuus tuoda ruokapaikat mukaan Henna selvittää/ informoi kaupungin markkinointi	Viesinnän kehittäminen, jotta yrityksiä ja osallistujia saadaan houkutelua tapahtumaan Salossa Henna/kaupungin markkinointi	Oluttasting voisi olla laiturilla, luonnossa, Oluiden ostotapahtuman mietintä – luvat, esim. osto myymälästä ja toteutus/kerronta luonnossa Jonas / Mathildedalin Kyläpanimo

Ohjeet välitehtäviin

1. Kenelle – kuka on asiakas?
 - Nuoret aikuiset, seniorit, perheet, ryhmät
 - Kaupunkilomailijat, nautiskelijat sekä kulttuurista ja luonnosta kiinnostuneet
2. Mikä on asiakkaan saama elämys? Elämys = miten ja millainen kokemus vieraille luodaan
3. Mistä elementeistä palvelupaketti koostuu? Palvelu = mitä asiakkaalle tarjotaan
4. Mieti, ketä kumppaneita palvelun toteuttajana tulisi olla?
5. Lopuksi anna hahmotelmalle kuvaava nimi
6. Täytä markkinoinnillista tuotekorttia – keskity erityisesti elämyksen ja lupauksen kirjoittamiseen. Ei tarvitse olla vielä täydellinen 😊
7. Pohdi seuraavaa työpajaa varten omaa hinnoittelua, palvelun toteuttamisen rajoitteita sekä kuvamateriaaleja.



Kotimaiset ruuasta ja ruokaelämyksistä kiinnostuneet matkailijat

- Yhä useampi hakee ruokaelämyksiä, joilla saadaan **yhteys paikallisiin ja paikalliseen kulttuuriin**
- Nuoret aikuiset, seniorit, perheet, lapsiperheet - kasvaa erityisesti 18-44 vuotiaiden matkailijoiden keskuudessa

Kaupunkilomailijat

	Keitä	Minne
Koko	20 % suomalaisista	Kiinnostus Ravintolat, kulttuuri, nähtävyydet
Sukupuoli	Miehet (59 %)	Kohteet Kaupunkikohteet, risteyty
Ikä	>35-vuotiaat (65 %)	Matkojen määrä Vähäinen, päivämatoja eniten
Ammatti-asema	Eläkeläisiä (33 %) ja työntekijöitä (23 %)	Syyt matkustaa kotimaassa Vähäisempiä kuin muilla, turvallisuus ja helppous
Tulot	≤35 000 € (42 %)	Miksi ei kotimaassa Ei ole rahaa, liian kallis. Muita enemmän myös ei kiinnostavia kohteita ja tapahtumia
Asuinalue	Länsi-Suomi	Majoitus Hotellit ja hostellit, muista poiketen harvoin tuttavat ja sukulaiset
Kotitalouden muoto	Sinkkotalous (46 %) aikuistalous (40 %)	Pakettimatka Kiinnostuneita 10 %: kuljetus ja majoitus, puolihito
		Tiedonhaku Google, yritysten kotisivut
		Varaukset Kohteen yrityssivut, internetin varauspalvelut

Nautiskelijat

	Keitä	Minne
Koko	20 % suomalaisista	Kiinnostus Kylpylät, hyvinvointipalvelut, ostokset, ravintolat, hovi- ja teemapuistot, sukulaisten ja tuttavien luona vierailu, vuokramökkit
Sukupuoli	Naisia (76 %)	Kohteet Kaupunkikohteet, rantakohteet ja saaristo, risteyty, hovi- ja teemapuistot
Ikä	18–24-vuotiaita (21 %), 25–44-vuotiaita (49 %)	Matkojen määrä Keskimääräinen, vapaa-ajan päivämatoja enemmän
Ammatti-asema	Työntekijä (45 %), opiskelija (12 %)	Syyt matkustaa kotimaassa Turvallisuus, helppous, halua tukea kotimaista yrittäjyyttä ja vastuullisuus
Tulot	20 001–50 000 € (48 %)	Miksi ei kotimaassa Rahanpuute, halu matkustaa ulkomaille ja kotimaanmatkan pitäminen liian kalliina.
Asuinalue	Länsi-Suomi	Majoitus Tuttavien ja sukulaisten luona, hotellit ja hostellit, vuokramökkit
Kotitalouden muoto	Lapsiperhe lapsi 0–6 v, (24 %), lapsiperhe lapsi 7–17 v. (14 %)	Pakettimatka Kiinnostuneita 15 %: puolihito sisältäen aktiviteetteja, puolihito, kaikki muut tyytit
		Tiedonhaku Google, matkailusivustot ja varauspalvelut, matkailuyritysten kotisivut, sukulaiset ja tuttavat, sosiaalinen media
		Varaukset Kohteen yrityssivut, internetin varauspalvelut, paikan päältä palvelun tarjoajalta

Kulttuurista ja luonnosta kiinnostuneet

	Keitä	Minne
Koko	24 % suomalaisista	Kiinnostus Vaeltaminen, kansallispuistot, nähtävyydet, kulttuuri, ravintolat, tapahtumat
Sukupuoli	Naisia (55 %)	Kohteet Kansallispuistot ja ulkoilualueet, kaupunkikohteet, kylpylät
Ikä	≥ 55-vuotiaita (47 %), 25–44-vuotiaita (30 %)	Matkojen määrä Keskimääräinen, vapaa-ajan matkoja majoituksella enemmän
Ammatti-asema	Ylempi toimihenkilö (13 %), eläkeläinen (32 %)	Syyt matkustaa kotimaassa Kaikki kestävyteen ja vastuullisuuteen liittyvät syyt
Tulot	>50 000€ (48 %)	Miksi ei kotimaassa Matkojen pitäminen liian kalliina, rahanpuute ja halua matkustaa ulkomaille mutta matkustavat kotimaassa joka tapauksessa
Asuinalue	Itä-Suomi, Oulu-Lappi	Majoitus Tuttavien ja sukulaisten luona yöpyminen, hotellit ja hostellit, oma mökki
Kotitalouden muoto	Aikuistalous (39 %), lapsiperhe lapsi 0–6 v (24 %)	Pakettimatka Kiinnostuneita 6 %: kuljetus ja majoitus, puolihito
		Tiedonhaku Google, matkailusivustot ja varauspalvelut, matkailuyritysten kotisivut
		Varaukset Kohteen yrityssivut, internetin varauspalvelut

Markkinoinnillinen tuotekortti

Tuotteen houkutteleva nimi Otsikko/tuotteen nimi. Noin 50-65 merkkiä, ei enempää		
Tuotteen elämyksellinen ingressiteksti		
Mikä on meidän lupaus elämästä? Kenelle? Miksi asiakas tulisi? Millaisen elämyksen asiakas kokee? 3-4 lausetta. Lauseita, jotka kuvaavat tuotteen pääasiat.		
Missä? Mikä tekee meistä erityisen? Mistä meidän alue tai erityis on tunnettu? 3-4 lausetta		
Mikä on tuotteen sisältö ja kulku pääpiirteittäin? Avaa sisältö (menu, reitti). Jos useamman päivän ohjelma avaa päivien sisällöt. 3-4 lausetta. Kuvaava kronologisessa järjestyksessä kuvataan se, mitä lukija matkan aikana näkee ja kokee ja mistä matka koostuu. Kirjoita aktiivimuodossa ja vältä tylsien faktojen toistoa aistielämysten sijasta. Puhuttele lukijaa suoraan!		
Saatavuus Esim. vuoden ympäri	Kesto Lähtöaika ja päättymisaika	Sijainti Lähtö- ja päättymispaikka
Ryhmäkooko ja rajoitukset Minimi/maksimiosallistujamäärä, esteettömyys, lapset, erityisruokavaliot	Välineet ja varusteet Esim. sään mukainen varustus, jalkineet	Mahdolliset lisäpalvelut
Hinta (brutto) Sis.komission ja verot. Aikuiset, lapset.	Peruutusehdot Kuvaus kohderyhmälle sopivalla tavalla	Varaukset ja tiedustelu Mistä voi varata? Kuka on vastuullinen toteuttaja? Nimi ja yhteystiedot

Työpajan materiaalit

Nosteessa autamme yrityksiä

1. kasvattamaan myyntiä

2. sujuvoittamaan arkea ja parantamaan tuottavuutta

TUOTTEISTAMALLA JA
LIINAAMALLA



Työpajojen tavoite

Työpaja 1: 21.3. klo 8:30-11:30

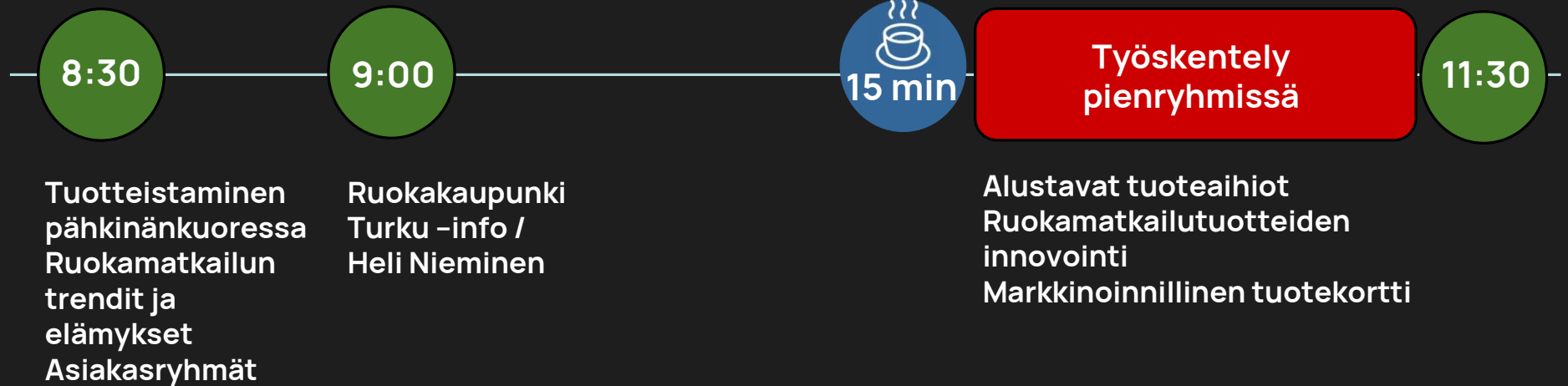
Ruokamatkailun kohderyhmät trendit ja elämykset tänään
Tuotteistuksen perusteet ja markkinoinnillinen tuotekortti
Aihiot jatkokehittämiseen ja ryhmä

Työpaja 2 & 3: 28.3. & 19.4. klo 8:30-11:30

Markkinoinnillisen tuotekortin tilanne
Asiakkaan palvelupolku ja sisäinen tuotekortti
Tuotepakettien jatkotyöstö: hinnoittelu, toteutettavuus, lanseeraus

- **Työpajojen tuloksena tulisi syntyä alueelle vähintään 4 ruokamatkailutuotetta ja 1 ruokareitti.**

Työpaja 1. ohjelma

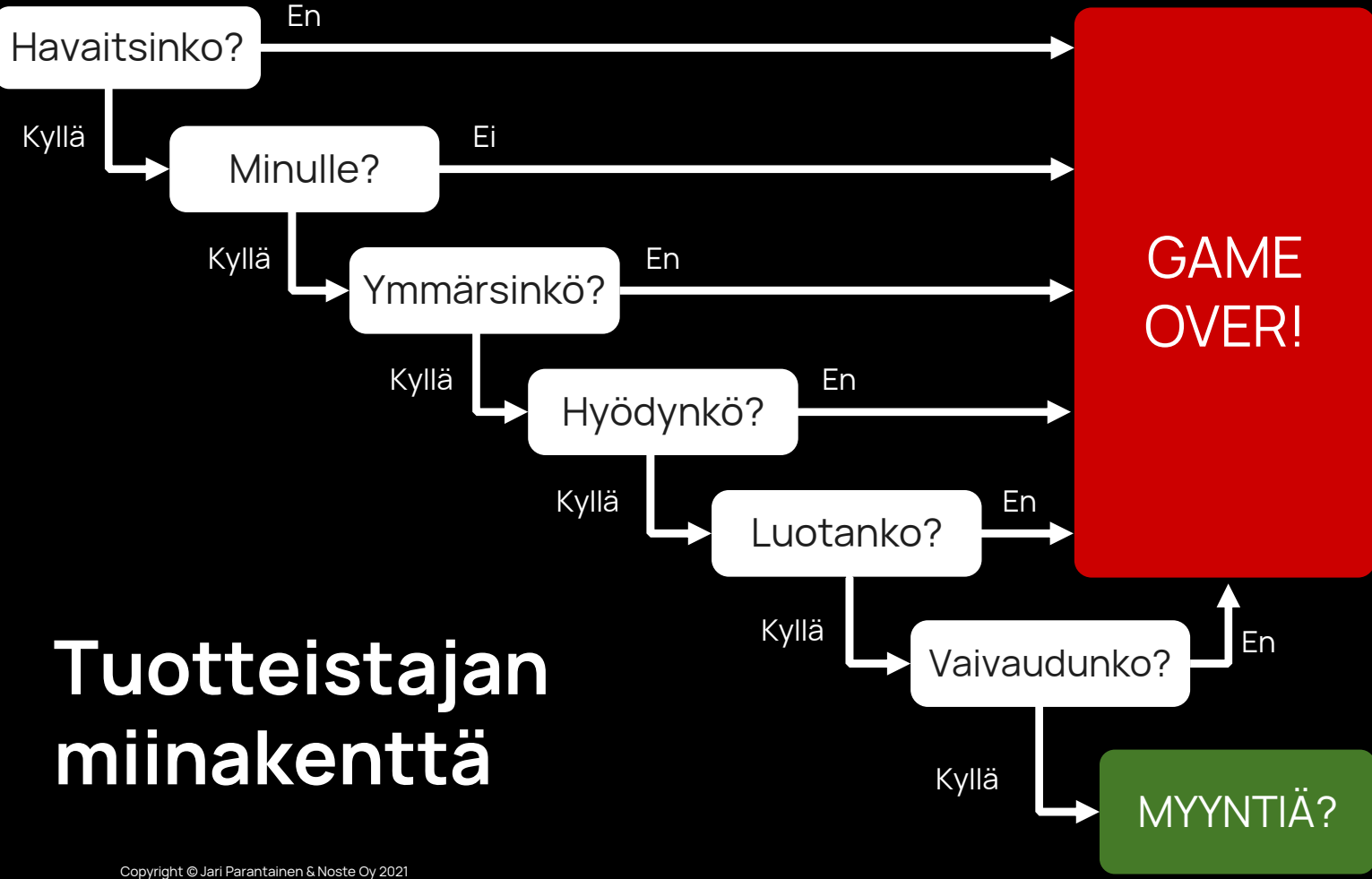


Mitä
tuotteistaminen
tarkoittaa?

Ostamisesta
helppoa

Palvelu
monistuu





Tuotteistajan miinakenttä

K18 – Panimoreitti Lahden seudulla

Paksujen sora- ja hiekkakerrosten suodattamasta puhtaasta pohjavedestä saadaan Suomen paras hanavesi sekä raaka-aine panimoille ja elintarviketuotannolle. Maista kunniamainintoja ja palkintoja saaneita oluita, viinejä ja viskejä. Testaa makuyhdistelmiä, joita et ehkä osannut ajatellakkaan olevan olemassa.

Tervetuloa tutustumaan Lahden seudun panimoihin ja tislaamoihin!

Teerenpeli Panimo & Tislaamon vierailukeskus sijaitsee Lahden Lotilassa Liimaajankadulla. Vierailukeskuksessa pääset tutustumaan panimon ja tislaamon tuotantoon ja tuotteisiin ohjatuilla kierroksilla ja tasting-tilaisuuksissa. Avoimet kierrokset järjestetään tammi-maaliskuussa parillisilla viikoilla lauantaisin klo 15. Hinta 35e/hlö. Varattavissa myös yksityiskierroksia esimerkiksi polttari- ja työporukoille. Yksityiskierroksia voi tiedustella sähköpostitse sales@teerenpeli.com.

Teerenpelin Panimo & Tislaamo avoinna: pe 12-18 ja la 10-15. Liimaajankatu 5, Lahti.

Ravintola Taivaanranta ja tislaamon showroom, avoinna: ma-ti 11-22, ke-to 11-23, pe 11-24, la 12-24, su suljettu, Rautatienkatu 13, Lahti.

Wine Café Olavi, avoinna: ma-to 7.30-21, pe 7.30-24, la 10-24, su 11-18, Aleksanterinkatu 10, Lahti

Teerenpeli Lahti, avoinna: su-ma 14-00, ti-to 14-02, pe-la 12-03, Vapaudenkatu 20, Lahti.

Tuotteistettu? Helppo ostaa?

<https://visitlahti.fi/etusivu/ravintolat/makureitit/k18-panimoreitti-lahden-seudulla/>

Vierailu tilallamme / Visit our Farm

Tervetuloa tutustumaan tilamme eläimiin ja käsityötuotteisiin. Ryhmiltä perimme vierailusta 62 e/h (sis. alv 24 %). Otathan aina yhteyttä etukäteen, jotta osaamme olla kotona!

Tuotteistettu? Elämys? Helppo ostaa?

Guided tours on the farms

Three farms - unique experiences



Groups of 10 or more may visit the three fruit farms that are located in Ulvik, the sunny south of the valley of fruit. The hosts offer tastings and exciting cultural experiences.

Booking is done preliminary and directly to each farm.

Hardanger saft-og siderfabrikk - 90122835

Syse gard - 41649906

Ulvik Frukt & Cideri - 91102215

<https://siderruta.no/en/>

Tuotteistamisen hyödyt

OSTAMISESTA HELPPOA

MIINAKENTÄN
YLITYS

Selkeät sisällöt alustoille

- myyntiin
- markkinointiin
- sisällöntuotantoon
- verkkosivuille

MYYN TI KASVUUN

PALVELU MONISTUU

LUNASTUS

- Sisäinen tuotekortti
Asiakkaan palvelupolku
- palvelun toimitussisältö
 - asiakkaan ohjeistus
 - työohjeet
 - toimintatavat

TOIMITTAMISTA KANNATTAVAA

TUOTTEISTAMINEN
LUPAUS

Markkinoinnillinen
tuotekortti

#	Hittituotteen tunnusmerkit	OK
1	Täsmäongelma/ haluttu elämys tai kokemus kuvattu	
2	Törkeä lupaus	
3	Tömäkkä takuu	
4	Helppo hinta	
5	Selkeä sisältö	
6	Tarttuva nimi	

Markkinoinnillinen **tuotekortti**

Visuaalinen kattava ennakkoinformaatio
asiakkaalle

MARKKINOINNILLINEN TUOTEKORTTI

Tuotteen houkutteleva nimi Otsikko/tuotteen nimi. Noin 50-65 merkkiä, ei enempää		
Tuotteen elämyksellinen ingressiteksti		
Mikä on meidän lupaus elämyksestä? Kenelle? Miksi asiakas tulisi? Millaisen elämyksen asiakas kokee? 3-4 lausetta. Lauseita, jotka kuvaavat tuotteen pääasiat.		
Missä? Mikä tekee meistä erityisen? Mistä meidän alue tai gritys on tunnettu? 3-4 lausetta		
Mikä on tuotteen sisältö ja kulku pääpiirteittäin? Avaa sisältö (menu, reitti). Jos useamman päivän ohjelma avaa päivien sisällöt. 3-4 lausetta. Kuvaa kronologisessa järjestyksessä kuvataan se, mitä lukija matkan aikana näkee ja kokee ja mistä matka koostuu. Kirjoita aktiivimuodossa ja vältä tylsien faktojen toistoa aistielämysten sijasta. Puhuttele lukijaa suoraan!		
Saatavuus Esim. vuoden ympäri	Kesto Lähtöaika ja päättymisaika	Sijainti Lähtö- ja päättymispaikka
Ryhmäkoko ja rajoitukset Minimi/maksimiosallistujamäärä, esteettömyys, lapset, erityisruokavaliot	Välineet ja varusteet Esim. sään mukainen varustus, jalkineet	Mahdolliset lisäpalvelut
Hinta (brutto) Sis.komission ja verot. Aikuiset, lapset.	Peruutusehdot Kuvaus kohder ryhmälle sopivalla tavalla	Varaukset ja tiedustelu Mistä voi varata? Kuka on vastuullinen toteuttaja? Nimi ja yhteystiedot

MARKKINOINNILLINEN TUOTEKORTTI

Tuotteen houkutteleva nimi <small>Otsikko/tuotteen nimi. Noin 50-65 merkkiä, ei enempää</small>			Tarttuva nimi
Tuotteen elämyksellinen ingressiteksti			
Mikä on meidän lupaus elämyksestä? <small>Kenelle? Miksi asiakas tulisi? Millaisen elämyksen asiakas kokee? 3-4 lausetta. Lauseita, jotka kuvaavat tuotteen pääasiat.</small>			Täsmäongelma. Elämys!
Missä? Mikä tekee meistä erityisen? <small>Mistä meidän alue tai gritys on tunnettu? 3-4 lausetta</small>			Törkeä lupaus
Mikä on tuotteen sisältö ja kulku pääpiirteittäin? <small>Avaa sisältö (menu, reitti). Jos useamman päivän ohjelma avaa päivien sisällöt. 3-4 lausetta. Kuvaa kronologisessa järjestyksessä kuvataan se, mitä lukija matkan aikana näkee ja kokee ja mistä matka koostuu. Kirjoita aktiivimuodossa ja vältä tylsien faktojen toistoa aistielämysten sijasta. Puhuttele lukijaa suoraan!</small>			Selkeä sisältö ja helppo ostaa
Saatavuus <small>Esim. vuoden ympäri</small>			Selko hinta näkyvillä
Kesto <small>Lähtöaika ja päättymisaika</small>			Pelon poisto
Sijainti <small>Lähtö- ja päättymispaikka</small>			
Ryhmäkoko ja rajoitukset <small>Minimi/maksimiosallistujamäärä, esteettömyys, lapset, erityisruokavaihto</small>			Suosittelut, asiakasreferenssit
Maineet ja varusteet <small>Esim. sään mukainen varustus, jalkineet</small>			Hyvät kuvat + mahdolliset videot
Mahdolliset lisäpalvelut			
Hinta (brutto) <small>Sis.komission ja verot. Aikuiset, lapset.</small>			
Peruutusehdot <small>Kuvaus kohder ryhmälle sopivalla tavalla</small>			
Varaukset ja tiedustelu <small>Mistä voi varata? Kuka on vastuullinen toteuttaja? Nimi ja yhteystiedot</small>			

Keitä ja millaisia ovat
ruokamatkailijat
?

Mikä on ruokamatkailutuote?

RAVINTOLARUOKAILU JA KOTIRUOKAILU

Maistaa ja kokea ruokaelämyksiä tai valmistaa ohjatusti

RUOKATAPAHTUMAT JA -FESTIVAALIT

Tietty alue, kokki, tuote tai sesonki

LUONNOSSA JA KULTTUURI-YMPÄRISTÖSSÄ TAPAHTUVA RUOKAILU

RUOKAMATKAILUREITIT

Erilaiset ruokamatkailuun liittyvät reitit, torit, kauppahallit, erikoismyymälät kuten juustolat, viinitilat sekä pienpanimot ja niiden ympärille rakennettu ohjelma

OSALLISTAMINEN

Hankkiminen tai valmistaminen itse, kokkikoulut, marjastus, sienestys, kalastus tai herkkukauppojen kiertely, jne,

OPASTETUT RETKET

Tutustumisretket ruokatuotantoon tai ruoka-alueeseen

- Matkakohteen tai ohjelmalvelun valinnan motiivina ruoka ja ruokaelämys!
- Ruokamatkailutuotteeseen liittyvät tarinat, paikallisuus ja puhtaus.

Kotimaiset ruuasta ja ruokaelämyksistä kiinnostuneet matkailijat

- Yhä useampi hakee ruokaelämyksiä, joilla saadaan yhteys paikallisiin ja paikalliseen kulttuuriin
- Nuoret aikuiset, seniorit, perheet, lapsiperheet - kasvaa erityisesti 18-44 vuotiaiden matkailijoiden keskuudessa

Kaupunkilomailijat

	Keitä	Minne
Koko	20 % suomalaisista	Kiinnostus Ravintolat, kulttuuri, nähtävyydet
Sukupuoli	Miehet (59 %)	Kohteet Kaupunkikohteet, risteyty
Ikä	>35-vuotiaat (65 %)	Matkojen määrä Vähäinen, päivämatoja eniten
Ammatti-asema	Eläkeläisiä (33 %) ja työntekijöitä (23 %)	Syyt matkustaa kotimaassa Vähäisempiä kuin muilla, turvallisuus ja helppous
Tulot	≤35 000 € (42 %)	Miksi ei kotimaassa Ei ole rahaa, liian kallis. Muita enemmän myös ei kiinnostavia kohteita ja tapahtumia
Asuinalue	Länsi-Suomi	Majoitus Hotellit ja hostellit, muista poiketen harvoin tuttavat ja sukulaiset
Kotitalouden muoto	Sinkkotalous (46 %) aikuistalous (40 %)	Pakettimatka Kiinnostuneita 10 %: kuljetus ja majoitus, puolihito
		Tiedonhaku Google, yritysten kotisivut
		Varaukset Kohteen yrityssivut, internetin varauspalvelut

Nautiskelijat

	Keitä	Minne
Koko	20 % suomalaisista	Kiinnostus Kylpylät, hyvinvointipalvelut, ostokset, ravintolat, huvi- ja teemapuistot, sukulaisten ja tuttavien luona vierailu, vuokramökkit
Sukupuoli	Naisia (76 %)	Kohteet Kaupunkikohteet, rantakohteet ja saaristo, risteyty, huvi- ja teemapuistot
Ikä	18–24-vuotiaita (21 %), 25–44-vuotiaita (49 %)	Matkojen määrä Keskimääräinen, vapaa-ajan päivämatoja enemmän
Ammatti-asema	Työntekijä (45 %), opiskelija (12 %)	Syyt matkustaa kotimaassa Turvallisuus, helppous, halua tukea kotimaista yrittäjyyttä ja vastuullisuus
Tulot	20 001–50 000 € (48 %)	Miksi ei kotimaassa Rahanpuute, halu matkustaa ulkomaille ja kotimaanmatkan pitäminen liian kalliina.
Asuinalue	Länsi-Suomi	Majoitus Tuttavien ja sukulaisten luona, hotellit ja hostellit, vuokramökkit
Kotitalouden muoto	Lapsiperhe lapsi 0–6 v, (24 %), lapsiperhe lapsi 7–17 v. (14 %)	Pakettimatka Kiinnostuneita 15 %: puolihito sisältäen aktiviteetteja, puolihito, kaikki muut tyytit
		Tiedonhaku Google, matkailusivustot ja varauspalvelut, matkailuyritysten kotisivut, sukulaiset ja tuttavat, sosiaalinen media
		Varaukset Kohteen yrityssivut, internetin varauspalvelut, paikan päältä palvelun tarjoajalta

Kulttuurista ja luonnosta kiinnostuneet

	Keitä	Minne
Koko	24 % suomalaisista	Kiinnostus Vaeltaminen, kansallispuistot, nähtävyydet, kulttuuri, ravintolat, tapahtumat
Sukupuoli	Naisia (55 %)	Kohteet Kansallispuistot ja ulkoilualueet, kaupunkikohteet, kylpylät
Ikä	≥ 55-vuotiaita (47 %), 25–44-vuotiaita (30 %)	Matkojen määrä Keskimääräinen, vapaa-ajan matkoja majoituksella enemmän
Ammatti-asema	Ylempi toimihenkilö (13 %), eläkeläinen (32 %)	Syyt matkustaa kotimaassa Kaikki kestävyteen ja vastuullisuuteen liittyvät syyt
Tulot	>50 000€ (48 %)	Miksi ei kotimaassa Matkojen pitäminen liian kalliina, rahanpuute ja halua matkustaa ulkomaille mutta matkustavat kotimaassa joka tapauksessa
Asuinalue	Itä-Suomi, Oulu-Lappi	Majoitus Tuttavien ja sukulaisten luona yöpyminen, hotellit ja hostellit, oma mökki
Kotitalouden muoto	Aikuistalous (39 %), lapsiperhe lapsi 0–6 v (24 %)	Pakettimatka Kiinnostuneita 6 %: kuljetus ja majoitus, puolihito
		Tiedonhaku Google, matkailusivustot ja varauspalvelut, matkailuyritysten kotisivut
		Varaukset Kohteen yrityssivut, internetin varauspalvelut

Suomen kv-matkailun asiakassegmentit

LUONTO-NAUTISKELIJAT



MATKUSTUS-MOTIIVI:

Luonnonrauha ja akkujen lataus



HEITÄ KIINNOSTAA:

kansallispuistot ✓ metsät järvet merenrantamaisemat ✓ saaristo revontulet ✓ keskiyön aurinko erämaaretriitit sienestys ja marjastus



16 % Maailman kaikista matkailijoista on Luontonautiskelijoita



34 % Luontonautiskelijoista harkitsee matkustamista Suomeen



LUONNON-IHMEIDEN METSÄSTÄJÄT



MATKUSTUS-MOTIIVI:

Ainutlaatuinen luontokokemus



HEITÄ KIINNOSTAA:

revontulet ✓ yön yö kansallispuistot ✓ metsät



12 % Maailman kaikista matkailijoista on Luonnonihmeiden metsästäjiä



35 % Luonnonihmeiden metsästäjistä harkitsee matkustamista Suomeen



AKTIIVISET SEIKKAILIJAT



MATKUSTUS-MOTIIVI:

Aktiivinen toimintaloma luontomaisemissa



HEITÄ KIINNOSTAA:

extreme-lajit ✓ maastohiihto eläinten tarkkailu ✓ vesi-, lumi-, ja maastoaktiviteetit



14 % Maailman kaikista matkailijoista on Aktiivisia seikkailijoita



41 % Aktiivisista seikkailijoista harkitsee matkustamista suomeen



AITOUDEN ETSIJÄT



MATKUSTUS-MOTIIVI:

Tutustuminen paikalliseen elämäntapaan



HEITÄ KIINNOSTAA:

museot ja tapahtumat festivaalit ja konsertit luonnosta nauttiminen saunominen ✓ ruokakulttuuri kulttuurikohteet ✓ design-alueet erikoismajoitukset



22 % Maailman kaikista matkailijoista on Aitouden etsijöitä



29 % Aitouden etsijöistä harkitsee matkustamista Suomeen



SUOMALAISEN LUKSUKSEN ETSIJÄT



MATKUSTUS-MOTIIVI:

Kokonaisvaltainen hyvinvointi ja aikaa itselle



HEITÄ KIINNOSTAA:

erikoismajoitukset hyvinvointipalvelut ✓ kylpylät husky- ja porosafarit ✓ kevyet liikunta-aktiviteetit luonnossa



16 % Maailman kaikista matkailijoista on Suomalaisen luksuksen etsijöitä



35 % Tästä kohderyhmästä harkitsee matkustamista Suomeen



CITY-BREIKKAAJAT



MATKUSTUS-MOTIIVI:

Kaupunkikokemus ja nähtävyydet



HEITÄ KIINNOSTAA:

kaupungin nähtävyydet kaupunkikulttuuri kaupungin erityispiirteet museot ja design-alueet ruokakulttuuri ✓ tapahtumat ostosmahdollisuudet



22 % Maailman kaikista matkailijoista on Citybreikkaajia



28 % Citybreikkaajista harkitsee matkustamista Suomeen

Suomen kv-matkailun asiakassegmentit

LUONTO-NAUTISKELIJAT



MATKUSTUS-MOTIIVI:

Luonnonrauha ja akkujen lataus



HEITÄ KIINNOSTAA:

kansallispuistot ✓ metsät järvet merenrantamaisemat ✓ saaristo revontulet ✓ keskiyön aurinko erämaaretriitit sienestys ja marjastus



16 % Maailman kaikista matkailijoista on Luontonautiskelijoita



34 % Luontonautiskelijoista harkitsee matkustamista Suomeen



LUONNOLIHMEIDEMETSÄS



MATKUSTUS-MOTIIVI:

Ainutlaatu luontokoke



HEITÄ KIINNOSTAA:

revontulet ✓ yöll kansallispuistot ✓



12 % Maailman kaikista matkailijoista on Luonnonihmeiden metsästäjää



35 % Luonnonihmeiden metsästäjistä harkitsee matkustamista Suomeen



AITOUDEN ETSIJÄT



MATKUSTUS-MOTIIVI:

Tutustuminen paikalliseen elämäntapaan



HEITÄ KIINNOSTAA:

museot ja tapahtumat festivaalit ja konsertit luonnosta nauttiminen saunominen ✓ ruokakulttuuri kulttuurikohteet ✓ design-alueet erikoismajoitukset



22 % Maailman kaikista matkailijoista on Aitousen etsijöitä



29 % Aitousen etsijöistä harkitsee matkustamista Suomeen



SUOMALAISEN LUKSUUKSEN ETSIJÄT



MATKUSTUS-MOTIIVI:

Kokonaisvaltainen hyvinvointi ja aikaa itselle



HEITÄ KIINNOSTAA:

erikoismajoitukset hyvinvointipalvelut ✓ kylpylät husky- ja porosafarit ✓ kevyet liikunta-aktiviteetit luonnossa



16 % Maailman kaikista matkailijoista on Suomalaisen luksuksen etsijöitä



35 % Tästä kohderyhmästä harkitsee matkustamista Suomeen



CITY-BREIKKAAJAT



MATKUSTUS-MOTIIVI:

Kaupunkikokemus ja nähtävyydet



HEITÄ KIINNOSTAA:

kaupungin nähtävyydet kaupunkikulttuuri kaupungin erityispiirteet museot ja design-alueet ruokakulttuuri ✓ tapahtumat ostosmahdollisuudet



22 % Maailman kaikista matkailijoista on Citybreikkaajia



28 % Citybreikkaajista harkitsee matkustamista Suomeen



CITY-BREIKKAAJAT



MATKUSTUS-MOTIIVI:

Kaupunkikokemus ja nähtävyydet



HEITÄ KIINNOSTAA:

kaupungin nähtävyydet kaupunkikulttuuri kaupungin erityispiirteet museot ja design-alueet ruokakulttuuri ✓ tapahtumat ostosmahdollisuudet



22 % Maailman kaikista matkailijoista on Citybreikkaajia



28 % Citybreikkaajista harkitsee matkustamista Suomeen

**Harris Groupin tekemän tutkimuksen mukaan
72 prosenttia milleniaaleista käyttää rahaa
enemmän ainutlaatuisiin kokemuksiin
kuin aineellisiin asioihin.**

Ruokamatkailun 3 tuoteteemaa

1. Taste of place – Eat local and sense Finland
 - Alueellinen ruokakulttuuri, suomalaisuus ja suomalainen elämäntapa
 2. Pure & natural – Eat slow and healthy in Finland
 - Suomalainen puhdas ruoka tekee hyvää mielelle ja keholle
 3. Cool & creative – Eat wild and happy in Finland
 - Uudenlaiset, rennot ja luovat ruokamatkailutuotteet
- Kaikkiin teemoihin liittyy vahvasti tarinat, paikallisuus, puhtaus ja vastuullisuus
 - PARHAIMMILLAAN ruokamatkailutuote on osallistamista ja tekemistä, josta matkailija oppii jotain uutta

Millainen on hyvä ruokamatkailutuote?

- Motiivina ruokaelämykset
- tarinat, paikallisuus, puhtaus ja vastuullisuus korostuva
- Selkeä kohderyhmä – asiakas tunnistaa!
- Asiakaslähtöinen; arvo asiakkaalle, yksityiskohtien huomiointi, osallistava
- Parhaimmillaan osallistamista ja tekemistä, josta matkailija oppii jotain uutta
- Ruokatarjoilun käsittäminen kokonaisvaltaisesti ja monipuolisesti
- Huomioi kestäväyyden ja turvallisuuden
- Toteutettavissa toiminnallisesti ja taloudellisesti - yhteistyö ja toteutus johdettu
- Löydettävissä - hyödyntää monipuolisesti erilaisia myynti- ja markkinointikanavia, opastukset kunnossa
- Helposti ostettavissa

Millaiset
ruokamatkailun
trendit ja elämykset
ovat pinnalla nyt?

Ruokamatkailun trendejä

- 1. Elämykset - autenttisuus ja paikallisuus - lähiruoka, villiyritit - moniasitisuus**
- 2. Kestävä matkailu - vaihtoehtoiset ja vegaaniset ruokatuotteet, ravinteikkaammat ruoka- ja juomatuotteita, ruokahävikin minimointi, vastuullisemmat kuljetukset, majoitukset ja aktiviteetit**
- 3. Ruokatapahtumat ja ruuan rooli tapahtumissa kasvaa**
- 4. Oppia ja tehdä itse (transformatiivinen matkailu – tarkoituksenmukainen matkailu) – oppiminen paikallisilta oppailta ja mestareilta**
- 5. Instagrammattava ruoka - jaettavuus, suosittelu**
- 6. Hemmottelua hotelleissa**
- 7. Matkustetaan soolona mutta ruokaillaan yhdessä**
- 8. Kulinaariset pyöräretket**
- 9. Luonnossa ruokaileminen**
- 10. Teknologian rikastamat ruokaelämykset**

Autenttiset elämykset

- Yhä useampi hakee ruokaelämyksiä, joilla saadaan yhteys paikallisiin ja paikalliseen kulttuuriin
- Aidot ruokakokemukset – markkinat, festivaalit, ruokasalit, katukauppiat, paikalliset asukkaat, ravintoloiden paikallisista ainesosista tehdyt annokset
- Aitous, moniaistisuus, vuorovaikutus
- Parhaimmillaan ruokamatkailutuote on osallistamista ja tekemistä, josta matkailija oppii jotain uutta. Arki voi näyttäytyä aivan uudella tavalla.

Paikallisia ruokatuotteita ja erityisesti ruokatraktioita.



Taste of Slow Häme

Ruokareitti kehitetty neljän yrittäjän kesken. Tarjoaa läpileikkauksen hämäläisten kartanoiden, perinteisten maatilojen, kiireettömän elämäntavan sekä paikallisten ruokaelämysten maailmaan, tätä on suomalainen luksus ja ruokamatka parhaimmillaan!

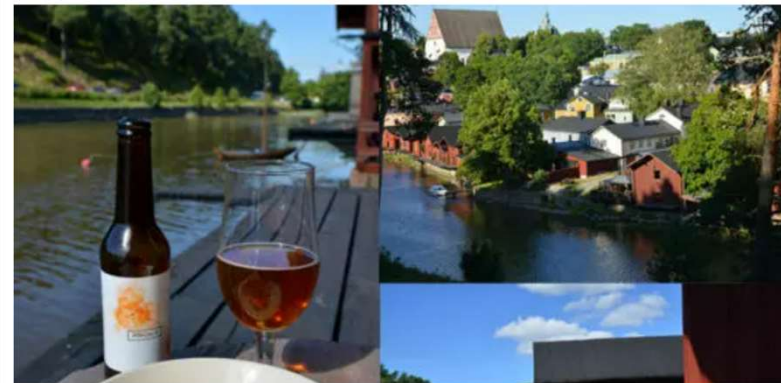
<https://iloranta.fi/tapahtumat/taste-of-slow-hame>

3 Burger Lovers Festival



Burger Lovers Festival järjestetään Helsingin Rautatien torilla 15.-18.6.2022. Kuva: Antti Suikkari, Burger Lovers Finland

Ruokatapahtumat



Smaku Porvoo 23.8.-4.9.2021 – Loppukesän tunnelmaa ja herkullisia annoksia

23 Vegänia & Ølfest 2021

Turku 7.8.2021

Vegaaninen katuruokatapahtuma ja pienpanimoiden oluita Turussa. Vegänia-festivaali järjestetään tänä vuonna 6.-7.8.2021. Samaan aikaan Vegänian kanssa Vanhalla Suurtorilla järjestetään myös pienpanimofestivaali Ø



<https://kohokohdat.fi/suomen-suosituimmat-ravintolatapahtumat/>

Ruokatapahtumat



Salon Kurpitsaviikot ovat jälleen suurmenestys – "karmivia" kynttilöitä on reilun viikon aikana käynyt ihmettelemässä lähes satatuhatta kävijää



- Perinteiset ruoka-alan messut, festivaalit ja tapahtumat
- Yhden raaka-aineen ympärille kietoutuvat tapahtumat
- Katuruoka, yhdessä syöminen
- Hyvin tehdyllä ekologisella ja eettisellä ruoalla merkittävä rooli
- Kestävästi tuotetut tapahtumat - luonnon kuormittumisen, tapahtumayleisön turvallisuuden ja ympärivuotisuuden huomioiminen



SLOW FOOD FESTIVAL

Pyrkimystä muuttaa
positiivisesti sekä muiden
että itsensä elämää jollain
tavalla - lähiruoka,
luonnonmukaisesti tuotetut
ja autenttiset ruokalajit

<https://slowfoodvastnyland.org/fi/slow-food-festival/>

An urban playground for co-creation, innovation, food and creativity - and last but not least - the largest street food venue in the Nordics.

TULE NAUTTIMAAN TEURASTAMOLLE!

Maukkaita ravintoloita, ainutlaatuisia pientuottajia sekä mahtava 1930-luvun tiilirakennuksien suojassa oleva sisäpiha

Teurastamon piha taipuu moneen. Avaralta pihalta löytyy iso punatiilinen grilli, joka on vapaasti käytössä läpi vuoden. Grilliherkut ja piknikevääät voi koudata alueen putiikeista. Kesäisin grillailun ohessa voi nauttia nurtsille viritetyistä riippumatoista tai antaa auringon helliiä aurinkotuoleissa loikoillen. Pihapiiristä voi vuokrata myös saunan, joka on aikoinaan palvellut teurastuslaitoksen työntekijöitä. Sympaattiseen kellarisaunaan mahtuu n. 10-15 saunojaa.

<https://reffen.dk/en/>

<https://teurastamo.com/mika-teurastamo/>

Ruokaa markkinoilta, festivaaleilta, ruokasaleista, katukauppialta ja jopa paikallisten asukkaiden kodeista





**Luonnossa ja
kulttuuriympäristössä
tapahtuva ruokailu -
paikallisia
ruokatuotteita**

Elämys aamiainen

Onko sinun suosikkisi laiturilla Karhujoella, Rantasaunan terassilla, piknikillä joen rannassa, kodalla vai paviljongissa? Vaihtoehtoina on viisi erilaista miljöötä, joista voit valita oman lempipaikan. Yllätä nyt puolisoasi tai ystäväsi arjen keskellä ja tule nauttimaan kesän ihana elämys tai ilahduta lahjakortilla lähimmäisiäsi.

<https://aksytammat.fi/p/298/ruokaa-ja-juomaa/elamys-aamiainen>

Opitaan, luontoelämyksiä paikallisia makuja.



Home » Shop » Mountain Lamb Farm Tour & Tasting on Achill Island – Co Mayo

PREV NEXT

Mountain Lamb Farm Tour & Tasting on Achill Island – Co Mayo

Take a guided tour around Achill Island with the Calvey, learning about the natural flora and fauna of the island before trying your hand at some sheep shearing. Enjoy a tasting of this famous mountain lamb.

€18.00

Quantity

1

<https://goodfoodirelandshop.com/experiences/>

<https://culinarybackstreets.com/>

Nielu metsäravintola on Suomen paras ruokamatkailutuote 2021!



<https://goodfoodirelandshop.com/experiences/>

Wine in the Woods

Wine in the Woods

Wine in the Woods on kahden tunnin mittainen tutkimusmatka, jossa metsä, aistit, ruoka ja viini kohtaavat ja heräävät eloon tarinoiden avulla. Asiantuntevat oppaamme johdattavat sinut uudelta matkalle kohti makuja ja aromeja viininmaistelun ja makuparien merkeissä samalla metsää aistien. Alkuun herätellään haju-, näkö-, kuulo- sekä tuntoaisti kohti makujen sinfoniaa lyhyellä aistikävelyllä (noin 30 minuuttia). Aistikävely päättyy pisteelle, jossa herkistetylle makuaistille on tarjolla viinitasting (noin 90 minuuttia). Hotellin keittiömestari on loihnut suussa sulavat makuparit kauden mukaan viineihin sopiviksi. Tervetuloa elämykselliselle tutkimusmatkalle kohti makujen sinfoniaa Suomen kauneimpaan luonnonhuvipuistoon!

Hinta:

164 € / hlö, minimilaskutus 745 € / ryhmä

Hinta sisältää opastuksen sekä aistikävelyllä että viinitastingissä sekä viisi (5) erilaista maisteluviiniä makupareineen.

Moniaistinen
Luonnossa
Opitaan viineistä



<https://hotellipunkaharju.fi/palvelut/wine-in-the-woods/>

Ruoanlaittokurssit ja ruokaretket opettavat valmistamaan matkakohteen ruokia

Emännän piirakkapaja



Emännän piirakkapaja

Tule Paula Okkolan
karjalanpiirakka-oppiin!
Okkolan piirakkapajassa syntyvät...

🕒 3 h

300,00 €

Tule Okkolan emännän Paulan karjalanpiirakka-oppiin! Okkolan piirakkapajassa syntyvät perinteiset karjalanpiirakat yhdessä hauskaa pitäen. Piirakkapajassa pääsee samalla tutustumaan aitoon suomalaiseen maalaistettiin.

Okkolan tuvassa tulevat tutuiksi niin maaseutuyrittäjyys, paikalliset makuelämykset kuin Savo-Karjalainen vieraanvaraisuuskin. Piirakoissa tuoksuvat ja maistuvat aidot aromit, jotka saavat veden kielelle ja mielen virkistymään!

Ryhmän toiveiden mukaan piirakkapajassa voidaan leipoa myös makeita marjapiirakoita. Täällä piirakkapaja alkaa marjojen keräämisellä lähimetsästä sesongin mukaan.

Perustiedot

Kohde

Puumala
Ylössaarentie 35, 52200 Puumala

Lisätietoja

Hinta sisältää opastuksen, leivontavälineet ja -tarpeet, kahvin tai teen ja munavoin paistettuja kera.

Kielet

suomi, englanti, saksa

Soveltuvuus

Kaikille perinteistä ja leivonnasta kiinnostuneille pienryhmille



<https://visitpuumala.fi/ravintolat/ravintola-niinipuu/>



Opitaan uusia taitoja
parhaimpien alan
asiantuntijoiden opastaman
(paikalliset mestarit,
sukupolvien välillä siirtyvä
tieto)

Raaka-
aineidenhankintakierrokset,
joissa matkailija pääsee itse
keräämään paikallisia raaka-
aineita ruokaansa

<https://www.sukula.com/visit/>



Home » Shop » Cider Experience and Cooking Demo with Granny's Traditional Griddle Bread in Co. Armagh

PREV NEXT

Cider Experience and Cooking Demo with Granny's Traditional Griddle Bread in Co. Armagh

Enjoy a fully immersive, interactive orchard/cider experience set in the beautiful Orchard County of Armagh. Learn about the heritage of apple growing and the history of the McKeever farm.

€42.00

Quantity

1



<https://goodfoodirelandshop.com/product/cider-experience-cooking-armagh/>

Fork in Hand

Our walk takes about 4,5 - 5 hours, and covers 5,1 kms, visiting 9 stops. The pace is quite good, I recommend having a very light breakfast beforehand or skipping it completely if at all possible.

The price is 85 € per person and includes your guide and all tastings. I will need to know if there are any allergies or dietary restrictions to take into consideration. Also, there is a beer tasting included so if you do not wish to have alcohol please let me know.

- Ruokakävelyjä paikkoihin, joita matkailijat eivät ehkä olisi muuten löytäneet. Matkustetaan soolona, syödään yhdessä.



Ready to go!



Delicious porridge!



Beers and Sausage at Bryggeri



Fish is usually included in one form or another.

<https://heathershelsinki.com/>

Vierailaan ravintoloissa, jotka valmistavat ruokaa paikallisesti tuotetuista sesongin raaka-aineista



Hemmottelua hotelleissa



HBOMAX

Moët Hennessy
USA

ENTERTAINING AT HOME

WATCH. SIP. ENJOY.

LOVE
LIFE

x CLOUDY BAY
NEW ZEALAND



ENTER TO WIN

<https://www.moethennessyxbomax.com/>

Työpajaosio 1:

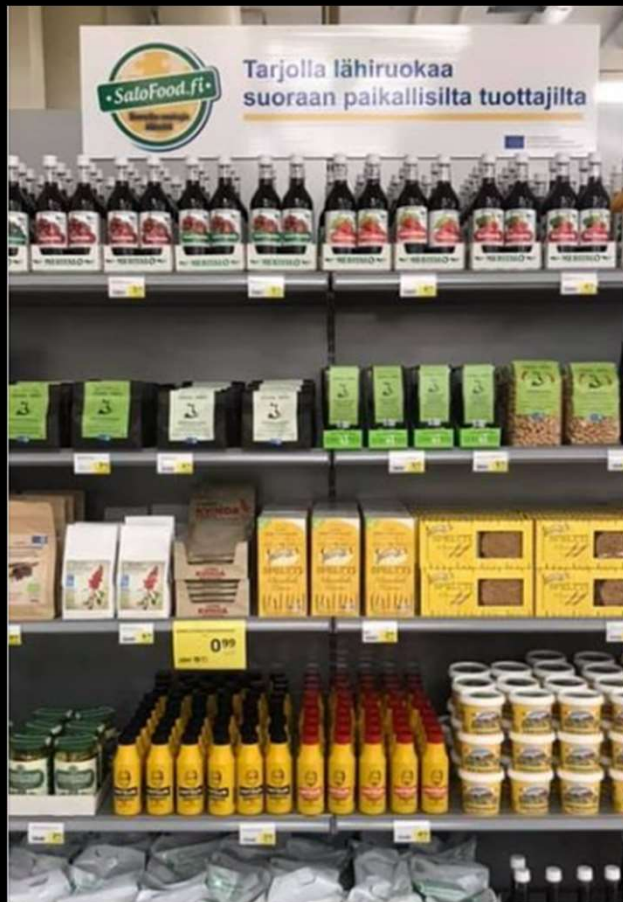
Ruokamatkailutuote- ja ruokareittiaihioiden läpikäynti ja jatkoideointi
Valitaan asiakas, tuoteidea, palvelulupaus, yhteistyökumppanit
Markkinoinnillisen tuotekortin työstön aloittaminen

Mitä haasteita ratkottavaksi ensi kertaan?

Elämyksen elementtejä

- Teema
- Tarina ja draamallisuus
- Aitous
- Moniaistisuus
- Räätelöitävyys asiakkaan yksilöllisten tarpeiden mukaan
- Kokonaisvaltainen suunnittelu
- Arjesta poikkeavuus
- Vuorovaikutus henkilöstön, asiakkaan ja tuotteen välillä
- Henkilökohtaiset oppimiskokemukset (jopa muutos)

1. Lähiruokatuottajien ”paikallisboxi”



RAVINTOLARUOKAILU JA
KOTIRUOKAILU

Maistaa ja kokea
ruokaelämyksiä tai
valmistaa ohjatusti

Paikalliset myytävät tuotteet.

Vaihtuvia tuotteita - 3-4 tuotetta.

Sesonginmukaisuus.

Torin info, Kokkilan lossiranta, kontti, automaatti,
shop-in-shop (hotellin respa, kahvila,jne.)

Veneilijälle, pyöräilijälle tai automatkailijalle

Idean äiti: Voima-Papu Oy

Tuottajia: <https://visitsalo.fi/lahiruoka/>

Esimerkki: <https://laarilahiruokapiste.fi/>

2. Laidunpiknik & makumatka

3. Kartanopiknik, mitä muita voisi varioida?

LUONNOSSA JA
KULTTUURI-
YMPÄRISTÖSSÄ
TAPAHTUVA RUOKAILU



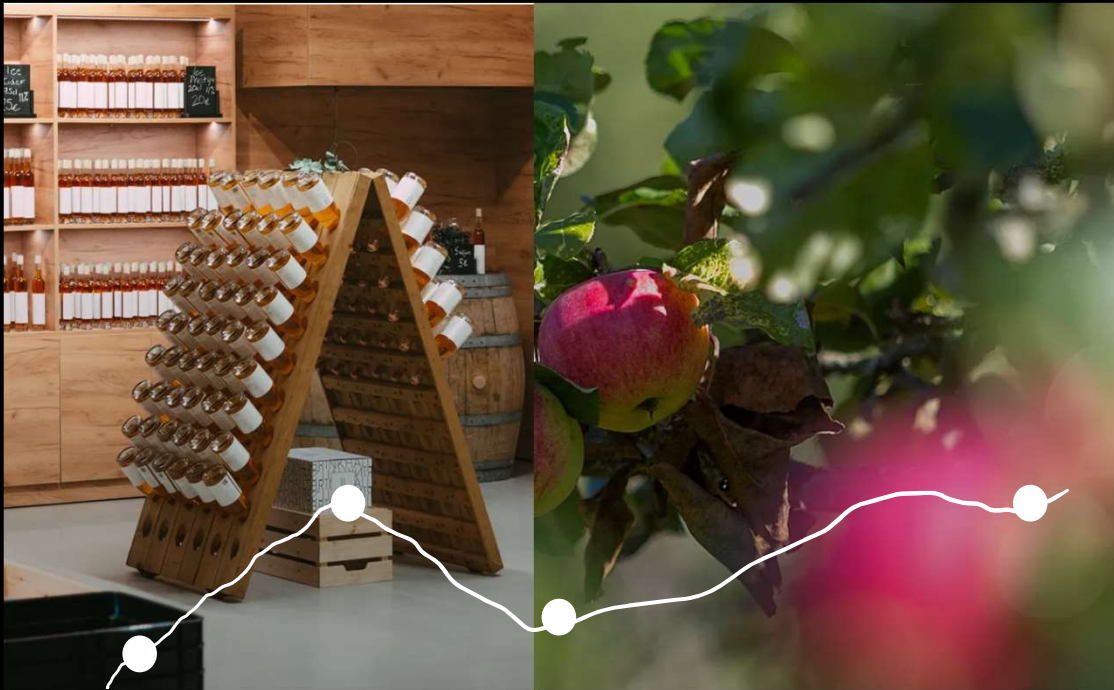
Laadukasta ruokaa hienossa ympäristössä.
Oppiminen luonnosta ja lampaiden lihasta.
Lampaat laiduntavat Salon niittyjä - polku- portit että pääsee kulkemaan. Hyödyntää huikea maisema, retkeilyhenkisyys.
Museosilta-Rikalanmäki Rikalanmäellä ruoka ja lihaa myös myynnissä.

Idean äiti: Mikkolan tila

4. Salon oma siiderielämys

RUOKAMATKAILUREITIT

Erilaiset ruokamatkailuun liittyvät reitit, torit, kauppahallit, erikoismyymälät kuten juustolat, siideri- ja viinitilat sekä pienpanimot ja niiden ympärille rakennettu ohjelma



Salo Suomen siideripääkaupunki
Kiinnostavat tuotantokierrokset ja
tastingit.

Siideri, viini ja viski harrastajille 2
päiväksi nähtävää - useampi tila, illaksi
hyvät ravintoladinneri ja
lounassuosituksset - selkeä paketti

Ideoitsijat:

Paulan puutarha, Lepola Drinks,
Brinkhall Sparkling, Hallonmäen
Siideripanimo

5. Mathildedalin Siiderifestari - parempi tuotteistus ja näkyvyys

RUOKATAPAHTUMAT JA -
FESTIVAALIT

Tietty alue, kokki, tuote tai
sesonki



6. Artesaaniretki – ruokaelämys edellä



Mathildedalin ruukkikylä Teijon kansallispuiston kupeessa on kulttuurihistoriallisesti arvokas 1800 -l

siellä v: aikanaa matkail

- ❖ Saapuminen Mathildedalin ruukkikylään. Päivän aloitus pienellä lähituottajien raaka-aineista kootulla **herkkulautasella** Hotel Mathildedalissa, vanhalla Ruukkitehdas alueella meren äärellä. Samalla kerromme lyhyesti kylän historiasta ja nykypäivästä.
- ❖ Matka jatkuu alpakkavillaan erikoistuneeseen Ruukin kehräämööön & puotiin, jossa kehräämökierroksen aikana tutustumme **pienkehräämötoimintaan, alpakoihin** ja sen tuotevalikoimaan.
- ❖ Jatkamme matkaa Mathildedalin kartanolle, jossa leivotaan **artesaanileipää juureen**. Kyläleipuri kertoo juurileivän valmistuksesta, sekä leipomon synnystä. Kaikki saavat mukaansa **tuliaisleivän**.
- ❖ Matka jatkuu ravintola Terhoon, jossa piipahdamme maistamassa lähituottajien pienen **olut- ja/tai siiderimaistelulaudan** tai Terhon itse paahtaman **erikoiskahvin**.
- ❖ Samalla mahdollisuus ostaa myös Mathildedalin Kyläpanimon **käsityöläisoluuta** tuliaisiksi.
- ❖ Vierailemme myös Kaarnalaivan pajassa, jossa **harjantekijä tekee työnäytöksen** ja kertoo oman yritystarinansa.
- ❖ Retki huipentuu ravintola Mathildan Marinaan, jossa tarjolla **saaristolaislautanen** lähituottajien raaka-aineista.
- ❖ Retkellä on **ostosmahdollisuus**.

Tutustu rakennu vierailer

OPASTETUT RETKET

Tutustumisretket ruokatuotantoon tai ruoka-alueeseen

RUOKAMATKAILUREITIT

Erlaiset ruokamatkailuun liittyvät reitit, torit, kauppahallit, erikoismyymälät kuten juustolat, siideri- ja viinitilat sekä pienpanimot ja niiden ympärille rakennettu ohjelma

Millaisia muita retkiä ja retkikohteita voisimme tuotteistaa muualle Saloon?



7. Olemassa olevien reittien variointi ruokaelämyskärjellä

RUOKAMATKAILUREITIT

Erilaiset ruokamatkailuun liittyvät reitit, torit, kauppahallit, erikoismyymälät kuten juustolat, siideri- ja viinitilat sekä pienpanimot ja niiden ympärille rakennettu ohjelma



Pieni Rannikkoreitti

Reitti alkaa Salon keskustasta



Salon idylliset kylät -autolla

Reitti alkaa Märynummen kylästä



Koe Salon kulttuurin helmiä -
kulttuurireitti

Reitti alkaa Salon keskustasta Kuiron



Makumatka herkkujen Saloon
autolla

Reitti alkaa Salon torilta



Ruukkikyliä ja saariston idylliä
pyöräillen

Reitti alkaa Salon keskustasta

Helpommin ostettavaksi
Lyhyempiä toteutuksia ja
reittejä esim.

- Koko perheen herkkuretki fillarilla
- Tutustu mistä ruoka tulee – retki fillarilla tai autolla
- Kulinaristin autoretki

Lähiruoka / tilapuodit – ruokamatkailukartan päivitys

RUOKAMATKAILUREIITIT

Erilaiset ruokamatkailuun liittyvät reitit, torit, kauppahallit, erikoismyymälät kuten juustolat, siideri- ja viinitilat sekä pienpanimot ja niiden ympärille

OSALLISTAMINEN rakennettu ohjelma

Hankkiminen tai valmistaminen itse, kokkikoulut, marjastus, sienestys, kalastus tai herkkukauppojen kiertely, jne,

Salo Foodventure Tervetuloa Makumatkalle Herkkujen Saloon

Salo on herkkujen vierailun arvoinen paikka, täynnä luonnon rakkautta ja paikallisten tuottajien osaamista. Salo on herkkujen vierailun arvoinen paikka, täynnä luonnon rakkautta ja paikallisten tuottajien osaamista. Salo on herkkujen vierailun arvoinen paikka, täynnä luonnon rakkautta ja paikallisten tuottajien osaamista.

PÄIVÄREITIT RYHMILLE

LUONTOSEIKKAILU RYHMILLE

GASTRONOMIA RYHMILLE

LUONTOSEIKKAILU RYHMILLE

GASTRONOMIA RYHMILLE

8. Osta tilalta päivä - uudistaminen



RUOKATAPAHTUMAT JA -
FESTIVAALIT

Tietty alue, kokki, tuote tai
sesonki

OPASTETUT RETKET

Tutustumisretket
ruokatuotantoon tai
ruoka-alueeseen

Viestinnän tehostaminen

Idean esitti: Paulan puutarha

Tilavierailuista muutaman
kerran vuodessa kiinnostunut
myös Mikkolan tila, Paulan
puutarha, siideritilat

9. Omat etikettioluet & markkinointi

RAVINTOLARUOKAILU JA
KOTIRUOKAILU

Maistaa ja kokea
ruokaelämyksiä tai
valmistaa ohjatusti



Kuluttajille esimerkiksi häihin,
syntymäpäiväjuhliin, yritysjuhliin

Hää- ja juhlapaketit omilla
etiketeillä

Toteutusvastuu:

Mukaan:
Mathildedalin kyläpanimo,
hääpaikat

10. Petris Michelin-illallinen ja tasting.

RAVINTOLARUOKAILU JA
KOTIRUOKAILU

Maistaa ja kokea
ruokaelämyksiä tai
valmistaa ohjatusti



Idean äiti: Petris
Ei edellytä toimenpiteitä, heillä
yhteydet muihin toimijoihin ja
pakkaukset jo työnalla.

11. Maaseudun makumatka – herkutteluretki ryhmäretken päivitys

OPASTETUT RETKET

Tutustumisretket
ruokatuotantoon tai
ruoka-alueeseen



MAASEUDU

Perniö on tunnettu jo rauta- ja keskiajall. Nykyisin Perniö on tunnettu Suomen viilähtuottajien tiloilla, maistellaan paikallisia historiallisia tilat ja miljööt, sekä aitoa vaikkapa cettisestä ruuasta ja ruokatuotanto monipuoliselle nautintojen matkalle ja k

- **Mathildedalin Ruukkitehtaat**, jossa nautimme **aamukahvit**: Paikallisen kyläpaahimo Terhon paahittamaa kahvia talon oman saaristolaisleivän kera, sekä kuulemme alueen lyhyen **historiikin**. Mahdollisuus vierailulla Teijon Tehtaat Vuosisatojen Saatossa –**historianäyttelyssä**. www.mathildedal.fi
- **Mathildedalin Kyläleipomossa** leivotaan **artesaanileipää juureen**. Leipuri kertoo juurileivän valmistuksesta, sekä leipomoon synnystä. Kaikki saavat mukaansa **tuliaisleivän**. www.kylaleipuri.fi
- Leipomosta voi ostaa Mathildedalin Kyläpanimon **käsityöläisolutia tuliaisiksi**. www.kylapanimo.fi
- **Lepolan siideritila ja Meritalon hillo- ja mehitila** sijaitsevat Makarlanjärven rannalla. Meritalo on tunnettu kotimaisista marjoista valmistetuista hilloista, mehuista ja hyytelöistä. Raaka-aineet tulevat suoraan luonnosta tai viljelijöiltä. www.meritalo.com **Lepola Drinks** perustettiin täydentämään Meritalon tuoteperhettä. Ensimmäiset Lepola juomat lanseerattiin 2018. Lepolassa valmistetaan mm. **omenasiideriä** perinteisin menetelmin. www.lepoladrinks.fi. Vierailun aikana maistatuksia ja tuotteiden ostomahdollisuus.
- **Kirakan kalkkunatilalla** Lindholmin perhe kertoo tilan historiasta ja kalkkunan tuotannosta. Vastuullisuus eläinten hoidossa ja kasvatuksessa on tilalle erittäin tärkeää. Kirakka on tunnettu erityisesti **savukalkkunastaan**. Vierailun aikana maistatuksia ja tuotteiden ostomahdollisuus. www.savukalkkuna.fi
- Tilakäynnit päättyvät **Veljesten Kurkut** –tilalle. Veljesten Kurkut on nimensä mukaisesti perheen veljesten yritys. Tila on viljelyn lisäksi erikoistunut **hapattamalla valmistettuihin suolakurkkuihin**. Veljesten suolakurkut viljellään, valmistetaan ja pakataan Perniössä, Vainion perhetilalla. Vierailun aikana maistatuksia ja tuotteiden ostomahdollisuus. www.veljestenkurkut.fi
- Maukas retkipäivä päätetään upeaan kattaukseen **Kalliolaaksonlinnassa**. Kalliolaakson isäntäpari on loihittanut **upean päivällisen** ja isäntäpari kertoo **linnan historiasta**. Vierailijat tutustuvat myös linnan muuriin ja torniin, jossa on **käsityöpuoti**. www.kalliolaaksonlinna.com.
Linnan herkuttelubuffet menu:

Osallistujat, hinnoittelun tarkistus

Mathildedalin Ruukkitehtaat päivittää

PR promo & tasting -tilaisuuksia

OPASTETUT RETKET

Tutustumisretket
ruokatuotantoon tai
ruoka-alueeseen



Jälleenmyyjille ja yrityksille
(Horeca), jotka tarjoavat omille
sidosryhmilleen
Tasting-tilaisuudet kuluttajille ja
matkailijoille

Toteutusvastuu:

Mukaan:
Mathildedalin kyläpanimo +
siideritilat, Petris, ?