



MAMK  
University of Applied Sciences



# Ruokamatkalle Etelä-Savoon

*- vinkkejä ruokamatkailun kehittämiseen*



# Ruokamatkalle Etelä-Savoon

*- vinkkejä ruokamatkailun kehittämiseen*

*Taina Harmoinen (toim.)*

Eteläsavolaisen ruokamatkailun kehittämishanke  
– Ruoka matkailun keskiöön



Euroopan maaseudun  
kehittämisen maatalousrahasto:  
Eurooppa investoi maaseutualueisiin



Elinkeino-, liikenne- ja  
ympäristökeskus

## SISÄLLYSLUETTELO

- Lukijalle, *Tuija Pesonen* 5
- Ruokamatkailua vai ruokailua matkalla, *Taina Harmoinen ja Riitta Tuikkanen* 7
- Ruokamatkailu on yksi Etelä-Savon matkailun kärki, *Taina Harmoinen* 9
- Kalat, marjat ja sienet – Etelä-Savon innostavimmat ruokamatkailutuotteet, *Taina Harmoinen* 13
- Sahanlahti Resortin ruokapöytään raaka-aineet saadaan läheltä, *Taina Harmoinen* 17
- Mikä on ruokailuelämys, *Eeva Koivula* 25
- Ruokamatkailua Oravaisten tapaan – yhdistys ja yritys elämyksen tuottajina, *Kirsi Mutka-Paintola* 33
- Tarina tuotteen kruununa – miten palvelu tarinallistetaan, *Jukka Mustonen* 37
- Ideasta tuotteeksi – elämysruokatapahtuma tuotekehitysprojektina, *Eeva Koljonen* 47
- Turvallisesti ruokaa luonnossa, *Mari Järvenmäki* 59
- Ruokanautinto luonnon helmassa, *Taina Harmoinen* 67
- Innustus villivihannesten käyttöön on vallannut koko Suomen – kaupallisessa käytössä huomioitavaa, *Birgitta Partanen* 69
- Modernit humanistit nauttivat suomalaisesta ruoasta ja ruokaelämyksistä matkallaan, *Terhi Hook* 73

Julkaisija: Mikkelin ammattikorkeakoulu, 2014

Julkaisusarja: D Vapaamuotoisia julkaisuja – Free-Form Publications 39

Taitto: Aalto Oy

Kannen kuva: Ilpo Aalto

Paino: Tammerprint Oy

ISBN: 978-951-588-464-0 (nid.)

ISBN: 978-951-588-465-7 (pdf)

ISSN: 1458-7629



**Taina Harmoinen**  
MMM, projektipäällikkö,  
Eteläsavolaisen ruokamatkailun  
kehittämishanke – Ruoka  
matkailun keskiöön,  
Mikkelin ammattikorkeakoulu,  
taina.harmoinen@mamk.fi



**Terhi Hook**  
KTM, kehityspäällikkö,  
Matkailun edistämiskeskus,  
terhi.hook@visitfinland.com



**Mari Järvenmäki**  
insinööri (ylempi AMK),  
ympäristötekniikan lehtori,  
Mikkelin ammattikorkeakoulu,  
mari.jarvenmaki@mamk.fi



**Eeva Koivula**  
MH, matkailu- ja  
palveluliiketoiminnan  
koulutuspäällikkö, Mikkelin  
ammattikorkeakoulu,  
eeva.koivula@mamk.fi

## Lusikat sopassa

- Kirjoittajat -

**Eeva Koljonen**  
restonomi (ylempi AMK)  
KtaO, ravitsemispalvelu-  
liiketoiminnan lehtori,  
Mikkelin ammattikorkeakoulu,  
eeva.koljonen@mamk.fi

**Jukka Mustonen**  
KTM, liiketalouden ja  
markkinoinnin lehtori,  
Mikkelin ammattikorkeakoulu,  
jukka.mustonen@mamk.fi

**Kirsi Mutka-Paintola**  
restonomi (AMK), yritys-  
ja elintarvikeasiantuntija,  
Etelä-Savon Maa- ja  
kotitalousnaisten piirikeskus/  
ProAgria Etelä-Savo,  
kirsi.mutka-paintola@  
maajakotitalousnaiset.fi

**Birgitta Partanen**  
FM, projektipäällikkö,  
Helsingin yliopisto  
Ruralia-instituutti,  
birgitta.partanen@helsinki.fi

**Riitta Tuikkanen**  
ETL, yliopettaja  
matkailu- ja ravitsemisalan  
laitos, Mikkelin  
ammattikorkeakoulu,  
riitta.tuikkanen@mamk.fi



## Lukijalle

Ruokamatkailu on Etelä-Savon vetovoimatekijä. Se on yksi Etelä-Savon matkailun kärki ja kehittämisen painopiste. Etelä-Savon maakuntaohjelman kehittämistoimenpiteissä vuosille 2014–2017 matkailu on merkittävä osa maakunnan elinkeinoelämää. Matkailussa nostetaan esille Saimaa-teeman vahvistaminen, palvelutuotannon monipuolistaminen sekä asiakaslähtöinen palvelumuotoilu ja teemalliset kokonaisuudet. Teemallisia palvelukokonaisuuksia halutaan luoda ja tarjontaa kehittää kulttuuriin, ruokaan, kalastukseen, reitistöihin ja hyvinvointiin.

Eteläsavolaisen ruokamatkailun kehittämishankkeen – Ruoka matkailun keskiöön tavoitteena on tiedottaa ruokamatkailupalvelujen tuotteistamiseen liittyvistä toimivista palvelukonsepteista ja hyvistä käytänteistä, matkailijoista ja heidän kiinnostuksen kohteistaan sekä toimintaan liittyvistä säännöksistä. Tietoa on välitetty muun muassa ruokamatkailusivustolla ([www.mamk.fi/ruokamatkailu](http://www.mamk.fi/ruokamatkailu)) ja yrittäjille järjestettävissä infotilaisuuksissa.

Taina Harmoisen toimittama Ruokamatkalle Etelä-Savoon – vinkkejä ruokamatkailun kehittämiseen -julkaisu kokoaa yhteen ruokamatkailun kehittämässä keskeiset osa-alueet, kuten elämyksellisyyden ja tarinoiden käytön ruokamatkailussa sekä Etelä-Savon erityispiirteiden tunnistamisen.

Tässä kirjassa Etelä-Savon matkailun asiantuntijat Maisa Häkkinen Misetistä ja Janne Leinonen Savonlinnan Seudun Matkailusta toteavat, että Etelä-Savon vahvuus on paikallisten raaka-aineiden hyvä saatuus. Maakunnassa on monia hyviä ruokatuotteita. Yrittäjiltä tarvitaan ripaus rohkeutta, jolla hyvistä olemassa olevista palveluista tuotteistetaan ruokamatkailuelämys. Perusasioita ruokapalvelun tuotteistamiseen ruokamatkailuelämykseksi esittelee Eeva Koivula. Kehityspäällikkö Terhi Hook Matkailun edistämiskeskuksesta kertoo, millaisia ovat ruokamatkailun kansainväliset asiakkaat ja mitä markkinoinnissa tulisi huomioida. Yliopettaja Riitta Tuikkanen ja projektipäällikkö Taina Harmoinen pohtivat kirjoituksessaan, mitä ruokamatkailu oikeastaan on.

Julkaisussa alan asiantuntijoiden tekstejä tukevat havainnolliset yritys-esimerkit käsiteltävinä olevista aiheista. Yhtenä esimerkikohteena lukija pääsee tutustumaan Sahanlahti Resortiin, joka valittiin Etelä-Savon vuoden 2014 ruokamatkailuyritykseksi. Yritykset voivat toteuttaa ruokamatkailua yhteistyössä – osaamisensa ja voimavaransa yhdistäen. Yritysten lisäksi toteuttajana voivat olla myös yhdistykset. Yritys- ja elintarvikeasiantuntija Kirsi Mutka-Paintola kertoo esimerkin ruokapalveluyrityksen ja ohjelmalveluja tarjoavan yhdistyksen upeasti toimivasta yhteistyöstä Oravaisista.



TUIJA PESONEN, Koulutusjohtaja,  
Mikkelin ammattikorkeakoulu

Luonto on Etelä-Savon rikkaus. Turvallisesti ruokaa luonnossa -artikkelissa elintarviketurvallisuuden asiantuntija Mari Järvenmäki kertoo, mitä tulisi huomioida valmistettaessa ruokaa luonnossa. Villivihannekset ja -kasvit viihtyvät maakuntamme puhtaassa luonnossa. Projektipäällikkö Birgitta Partanen on perehtynyt niiden käyttömahdollisuuksiin kaupallisessa toiminnassa ja välittää kokoamaansa tietoa kirjan artikkelissa Innostus villivihannesten käyttöön on vallannut koko Suomen.

Mikkelin ammattikorkeakoulu (Mamk) on tärkeässä asemassa ruokamatkailun eteenpäin viemisessä Etelä-Savossa. Ruokamatkalle Etelä-Savoon – vinkkejä ruokamatkailun kehittämiseen -julkaisussa yhdistyy Mamkin usean koulutusalan osaaminen ruokamatkailun kehittämisessä. Julkaisuun ovat kirjoittaneet matkailu- ja ravitsemisalalan, liiketalouden ja ympäristöterveyden asiantuntijat. Julkaisussa näkyy myös vahvasti tutkimus- ja kehitystoiminnan sekä opetuksen kiinteä yhteistyö. Restonomiopiskelijat suunnittelivat ja toteuttivat opintoihinsa liittyen Elämyksellinen keittotarjoilu -tapahtuman, jonka herkkuiset reseptit ja ideoinnin vaiheet lehtori Eeva Koljonen on koonnut kirjaan. Samaan tapahtumaan restonomiopiskelijat työstivät ruokatarinat lehtori Jukka Mustosen markkinoinnin opintojaksolla.

## Lämpimät kiitokset kaikille tekijöille!

Julkaisu on Mikkelin ammattikorkeakoulun hallinnoiman Eteläsavolaisen ruokamatkailun kehittämissankkeen – Ruoka matkailun keskiöön toimenpide.

Hankkeen projektipäällikkönä on ollut MMM Taina Harmoinen ja projektityöntekijänä restonomi (AMK) Heidi Piskonen. Hanketta on rahoittanut Euroopan maaseudun kehittämisen maatalousrahasto ja Etelä-Savon Ely-keskus. Tämä julkaisu toimii hyvänä käsikirjana ruokapalveluita tarjoaville maaseutumatkailuyrityksille sekä muillekin ruoan parissa työskenteleville.

Kehittämistyö ruokamatkailun parissa on nyt hyvässä vauhdissa. Toivon, että ruokapalvelujen tuoteistaminen ruokamatkailuksi jatkuu Etelä-Savossa – ja koko Saimaan alue tunnetaan matkailumarkkinoilla ruokamatkailukohteena.







TAINA HARMOINEN, projektipäällikkö, Eteläsavolaisen ruokamatkailun kehittämishanke  
– Ruoka matkailun keskiöön, Mikkelin ammattikorkeakoulu

RIITTA TUIKKANEN, yliopettaja, matkailu- ja ravitsemisalan laitos, Mikkelin ammattikorkeakoulu

## Ruokamatkailua vai ruokailua matkalla?

Ruokamatkailu on kasvanut huomattavasti viime vuosina maailmalla. Ruoka on yksi ihmisen perustarpeista ja tärkeä tekijä matkailussa. Vaikka matkailija ei olisikaan puhtaasti ruokamatkailija, monesti ruoka on toiseksi tärkein asia matkalla, ja matkailija haluaa nauttia juuri paikallista ruokaa (Povey 2011).

Ruokamatkailusta on kirjoitettu paljon 2000-luvulla. Hyvin monien kirjoittajien teksteissä tuodaan esille Hall ym. (2003) määritelmä ruokamatkailusta: vieraileminen raaka-aineiden tuottajien – eli alkutuottajien – ja jatkojalostajien luona, ruokafestivaaleilla, ravintoloissa sekä paikoissa, joiden ensisijainen vetovoimatekijä on ruoan maistaminen ja/tai tietyn, erikoistuneen ruokatuotannon alueen erityispiirteiden kokeminen. Varsinaisen tuotteen lisäksi erilaiset elämykset liittyvät ruokamatkailuun olennaisesti. Esimerkiksi: Jos asiakas näkee ruoan valmistamisen, ruokailusta tulee esittävää taidetta, ja se koetaan luontaiseksi aitouden elementiksi. (Povey 2011.)

Ruokamatkailuun, ”food tourism”, liittyvät käsitteet ”gastronomy” ja ”culinary” turismi. Poveyn mukaan (2011) monet matkailijat ja matkailun ammattilaiset käyttävät termejä joustavasti ja toisiinsa sekoittaen. Gastronomy yhdistetään usein ”fine diningiin”.

Ruokamatkailun konsultti Gaztelumendin mielestä (2012) ruokamatkailu kasvaa maailmanlaajuisesti. Ruokamatkailussa matkan motiivina ovat koh-

teen tuotteet, tarjottavat ruoat, joiden tulisi olla ainutlaatuisia juuri kyseiselle seudulle. Siksi täytyy miettiä, mitkä ovat kunkin alueen omimmat raaka-aineet ja tuotteet. Ruokamatkailua ei voi suunnitella ilman, että huomioidaan paikallinen kulttuuri, koska kulttuuri ja ruoka liittyvät voimakkaasti yhteen. Monille matkailijoille on tärkeää, että ruoka valmistetaan juuri kyseisen alueen raaka-aineista alueelle ominaisilla valmistustavoilla (Povey 2011).

Yhteistyötä paikallistasolla niin alkutuottajien, jatkojalostajien, ravintoloiden kuin viranomaistenkin välillä pidetään erittäin tärkeänä ruokamatkailun kehittämisessä (Gaztelumendi 2012). Ruokamatkailulla ja aluepolitiikalla on kiinteä yhtymäkohta, sillä ruokamatkailua voidaan käyttää välineenä maaseudun kehittämiseen ja aluetalouden tukemiseen (Henderson 2009).

Haasteena ruokamatkailussa voi olla yritysten osaaminen, esimerkiksi pystytäänkö tuottamaan palveluita erityisruokavalioita noudattaville asiakkaille. Paikalliset ruokailu- ja pöytävatavat voivat poiketa liikaa asiakkaan omista tavoista. Myös kommunikatio saattaa aiheuttaa haasteita eli ei osata kertoa ruoasta ja ruokailusta riittävästi asiakkaille. (Povey 2011.)

Gaztelumendin mielestä (2012) niiden alueiden, jotka haluavat edistää ruokamatkailua, tulisi työskennellä kaikin mahdollisin keinoin ruoan hyvän laadun ja asiakkaiden tyytyväisyyden puolesta. Paikallinen





*Tertin kartano on tunnettu ruokamatkailukohde. Kuva: Ilpo Aalto*

ruoka tulee tunnistaa, edistää ammattitaitoa koko ruokaketjussa ja kehittää palveluiden markkinointiin sopivia keinoja. Ruoka voi tarjota perusteet brändiin ja markkinointitoimenpiteisiin sisältäen muun muassa teemoituksen ja tuotepaketoinnin, yhteistyön ruoantuottajien, ravintoloiden ja matkailuyritysten välillä, standardien asettamisen paikalliselle ruoalle ja markkinarakojen tunnistamisen (Richards 2012).

Markkinoinnissa tulee muistaa, että asiakkaan mielikuva ruokamatkakohteesta alkaa muodostua nykyisin paljon ennen matkan alkua asiakkaan kiinnostuttua kohteesta, etsiessä siitä tietoa, vertaillen ja varatessa matkaa. Tietojen etsitään muun muassa turistioppaista, ruokablogeista ja sosiaalisesta mediasta. Toisaalta asiakkaan matka jatkuu vielä konkreettisen matkan jälkeen hänen jakaessaan kokemuksia matkastaan sosiaalisessa mediassa. (Gaztelumendi 2012.)

*Lähteet:*

*Gaztelumendi, Iñaki 2012. Global trends in food tourism. Teoksessa Global Report on Food Tourism. World Tourism Organization UNWTO, 10–11.*

*Hall, C.M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N. & Cambourne, B. 2003. Food tourism around the world: development, management and markets. Butterworth-Heinemann. Oxford, Great Britain.*

*Henderson, Joan C 2009. Food tourism reviewed. British Food Journal, Vol. 111 Iss 4 pp. 317–326. WWW-dokumentti: <http://dx.doi.org/10.1108/00070700910951470>. Ei päivitystietoa. Luettu 13.11.2014.*

*Povey, Ghislaine 2011. Gastronomy and Tourism. Teoksessa Robinson, P, Heitmann, s. & Dieke, P.U.C. (toim.) Research Themes for Tourism. CABI Publishing, 233–248.*

*Richards, Greg 2012. Food and the tourism experience. Teoksessa Global Report on Food Tourism. World Tourism Organization UNWTO, 20–21.*







## Ruokamatkailu on yksi Etelä-Savon matkailun kärki

Matkailu on harvoja kasvavia toimialoja Suomessa, ja potentiaalia kasvuun on edelleen vaikkapa ruokamatkailulla.

- Ruokamatkailua ei ole oikein vielä koko Suomessa eikä se ole kärkenä minkään maakunnan markkinoinnissa, matkailujohtaja **Maisa Häkkinen** Missetistä toteaa.

Savonlinnan Seudun Matkailu Oy:n vt. toimitusjohtaja **Janne Leinonen** on samoilla linjoilla.

- Ruokamatkailuteemalla ei houkutella turisteja maakuntaan, vaikka potentiaalia kyllä olisi, Janne Leinonen huomauttaa.

Sekä Häkkinen että Leinonen pitävät ruokamatkailua yhtenä Etelä-Savon kärkituotteena. Tässä Etelä-Savo voi olla edelläkävijöiden joukossa, sillä Matkailun edistämiskeskus (MEK) on vasta työstämässä Suomen ruokamatkailustrategiaa yhdessä Haaga-Helian kanssa.

Etelä-Savon maakuntaohjelman (2014a) lähivuosien kehittämistoimenpiteissä matkailu on merkittävä osa maakunnan elinkeinoelämää. Matkailussa nostetaan esille Saimaa-teeman vahvistaminen, palvelutuotannon monipuolistaminen sekä asiakaslähtöinen palvelumuotoilu ja teemalliset kokonaisuudet. Teemallisia palvelukokonaisuuksia halutaan luoda ja tarjontaa kehittää kulttuuriin, ruokaan, kalastukseen, reitistöihin ja hyvinvointiin.

Matkailufoorumissa 22.8.2013 Etelä-Savon keskeiset matkailutoimijat valitsivat ruoka- ja kulttuurimat-

kailun yhdeksi matkailun kehittämisen painopistealueeksi.

### Ruokamatkailu hyvällä alulla

- Etelä-Savossa on paljon potentiaalia ruokamatkailuun. Puhdas järviluonto luo hyvät edellytykset ruokamatkailupalvelujen kehittämiseen, Janne Leinonen pohtii.

- Hyviä tuotteita on jo ruokapalveluissa. Ne täytyy vain tuotteistaa palvelukokonaisuuksiksi, Maisa Häkkinen toteaa. Miset on tuotteistanut matkailun viikko-ohjelmaan yhteistyössä yritysten kanssa muun muassa karjalanpiirakkapajat Kenkäveroon ja Anttolanhoviin sekä tilauksesta toteutettavia opastettuja yrtti-, marjastus- ja sienestysretkiä.

### Vahvuutena paikallisten raaka-aineiden saatavuus

- Etelä-Savon ruokatarjonnan vahvuutena on maku ja konstailemattomuus, aitous. Paikalliset raaka-aineet ovat ruoassa ykkösasia, Maisa Häkkinen toteaa.

- Paikallisen ruoan saatavuus on hyvä, mutta ruokaa ei uskalleta käyttää matkailun kärkenä, Janne Leinonen huomauttaa.

- Ruokamatkailussa ei kilpailla hinnalla, vaan laadulla ja elämyksellä, Janne Leinonen jatkaa.



*Kuva: Savonlinnan Seudun Matkailu Oy*

*Järvikala  
on vahvuus  
Saimaan ja muiden  
lukuisten järvien  
maakunnassa  
Etelä-Savossa.*

- Meillä on valtavan rikas raaka-aineaitta, johon oman lisänsä tuovat vielä luomutuotteet. Pohjoinen pitkä kasvukausi tuo tuotteisiin aromin, jota kannattaa hyödyntää ruokamatkailussa, Maisa Häkkinen toteaa.

Janne Leinonen miettii, olisiko yhteisestä pientuottajien tuotteiden jakeluverkostosta apua, jotta paikallisten raaka-aineiden käyttö olisi vielä tehokkaampaa.

- Paikallisia raaka-aineita pitäisi rohkeasti käyttää myyntivalttina ruokamatkailussa. Ravintolat tietävät, että hyvään ruokaan kannattaa satsata. Vielä enemmän tarvitaan rohkeutta toimia ympäristö-, lähialue- ja laatuystävällisemmin, Janne Leinonen toteaa.

MEKin tilastojen (2014) mukaan maailman matkailu kasvaa 5 % vuodessa. Matkailun kokonaiskysyntä vuonna 2012 oli Suomessa arviolta 13,3 mrd euroa. Matkailu on toimialana suurempi kuin esimerkiksi elintarviketeollisuus ja maa- ja metsätalous.

## Etelä-Savossa ykkösenä mökkimatkailu

Etelä-Savossa rekisteröidyt yöpymisvuorokaudet olivat 807 000 vuonna 2013. Kotimaisten matkailijoiden yöpymisiä oli 594 000 ja ulkomaalaisten reilu 213 000. (Etelä-Savon Maakuntaliitto 2014b.)

- Ruokamatkailutuotteita pitää profiloida erilaiseksi kotimaisille ja ulkomaalaisille asiakkaille. Koti-

maiselle matkailijalle riittää ehkä kartta ja opastus sien- ja marjametsään, mutta ulkomaalainen tarvitsee opastuksen retkelle, Maisa Häkkinen toteaa.

Tilastoidut yöpymisten määrät eivät kerro koko totuutta Etelä-Savon matkailijamääristä, sillä lukuihin kuuluvat vain ne majoituspalvelut, joissa on vähintään 20 vuodepaikkaa.

Etelä-Savossa oli vuonna 2013 lähes 49 000 mökkiä. Mikkeli on Suomen mökkivaltaisin kunta yli 10 000 mökillään. (Suomen virallinen tilasto 2013.)

Etelä-Savon Maakuntaliiton (2013) tekemässä maakunnan matkailun aluerakenneselvityksessä arvioidaan Etelä-Savossa olevan noin 15 000 majoituspalvelujen vuodepaikkaa, josta mökkimajoituksen osuus on yli 50 %. Kun lukuun lisätään loma-asutuksen majoitukset, saadaan kokonaiskapasiteetiksi noin 200 000 vuodepaikkaa. Maakunnan ulkopuolisia vapaa-ajanasukkaita on arviolta 70 000. Etelä-Savon väkiluku kasvaa kesäaikana reilusti yli 200 000. Vapaa-ajan asukkaiden tuoma ostovoiman lisäys Etelä-Savossa on 80–100 miljoonaa euroa.

Hanna Kautiainen (2014) on TENHO-hankkeessa selvittänyt eteläsavolaisten maatalojen matkailutuloja. Vuonna 2012 majoitustoimintaa oli 271 eteläsavolaisella maatilalla, joiden matkailutoiminnan kokonaismyynti oli 4,75 miljoonaa euroa.

Etelä-Savon matkailuyritykset ovat varsin pieniä ja hajallaan ympäri maakuntaa eikä suuria matkailukohteita ole suunnitteilla maakuntaan (Etelä-Savon Maakuntaliitto 2013). Matkailukohteiden suuri määrä tuleekin kääntää alueen voimavaraksi.







- Meidän ainutlaatuinen ympäristö ja puhdas luonto tukevat ruokamatkailua, Savonlinnan Seudun Matkailu Oy:n vt. toimitusjohtaja Janne Leinonen toteaa.

- Meillä on alueemme monipuolisen alkutuotannon raaka-aineet käden ulottuvilla. Lisänä meillä on vahva luomuosaaminen ja -tuotanto. Niiden käyttö ruokamatkailussa pitää vain tuoda entistä paremmin esille, matkailujohtaja Maisa Häkkinen Missetistä toteaa.



*Kuva: Savonlinnan Oopperajuhlat*

Maisa Häkkisen pitää tärkeänä, että matkailualan yrittäjät suosittelevat matkailijoille toistensa tuotteita ja palveluita. Suosittelemus kautta saadaan matkailuun lisävolyyymiä.

Leinonen ja Häkkinen nostavatkin paikallisten raaka-aineiden hyvän saatavuuden yhdeksi tärkeäksi eduksi Etelä-Savon ruokamatkailun edistämisessä.

*Lähteet:*

*Kautiainen Hanna 2014. Maatilojen matkailutulot Etelä-Savossa 2004–2012. TENHO-hankkeen ennakointio- sio. Etelä-Savon ELY-keskus.*

*[http://www.esavoennakoi.fi/useruploads/files/maatilojen\\_matkailutulot\\_etela\\_savossa\\_2004\\_2012.pdf](http://www.esavoennakoi.fi/useruploads/files/maatilojen_matkailutulot_etela_savossa_2004_2012.pdf).*

*Luettu 4.11.2014.*

*Etelä-Savon Maakuntaliitto 2013. Etelä-Savon matkailun aluerakenneselvitys. WWW-dokumentti. <http://esavo.fi/resources/public/Maakuntaliitto/Matkailun%20aluerakenne/Selostus.pdf>. Luettu 4.11.2014.*

*Etelä-Savon Maakuntaliitto 2014a. Etelä-Savo -ohjelma. Maakuntaohjelma vuosille 2014–2017. WWW-dokumentti. [http://www.esavo.fi/resources/public/Maakuntaliitto/Maakuntaohjelma/Maakuntaohjelma\\_2014-2017.pdf](http://www.esavo.fi/resources/public/Maakuntaliitto/Maakuntaohjelma/Maakuntaohjelma_2014-2017.pdf). Luettu 4.11.2014.*

*Etelä-Savon Maakuntaliitto 2014b. Kotimaiset/ulkomaalaiset yöpymiset 1995 - 2013\*. WWW-dokumentti.*

*[http://esavo.fi/resources/public/Maakuntaliitto/Tilastot/yopymiset\\_koti\\_ja\\_ulkom\\_1995\\_2013e.pdf](http://esavo.fi/resources/public/Maakuntaliitto/Tilastot/yopymiset_koti_ja_ulkom_1995_2013e.pdf). Päivitetty 21.2.2014. Luettu 4.11.2014.*

*MEK 2013. Matkailun tärkeimmät tunnusluvut 2012. WWW-dokumentti. [http://www.mek.fi/wp-content/uploads/2014/01/oske\\_infograafi\\_0913\\_web.pdf](http://www.mek.fi/wp-content/uploads/2014/01/oske_infograafi_0913_web.pdf). Luettu 4.11.2014.*

*Suomen virallinen tilasto (SVT): Rakennukset ja kesämökkit [verkkójulkaisu].*

*ISSN=1798-677X. 2013. [http://www.stat.fi/til/rakke/2013/rakke\\_2013\\_2014-05-23\\_tie\\_001\\_fi.html](http://www.stat.fi/til/rakke/2013/rakke_2013_2014-05-23_tie_001_fi.html).*

*Luettu 4.11.2014.*

*Kuva: Miset*



TAINA HARMOINEN, projektipäällikkö, Eteläsavolaisen ruokamatkailun kehittämishanke  
– Ruoka matkailun keskiöön, Mikkelin ammattikorkeakoulu

## Kalat, marjat ja sienet – Etelä-Savon innostavimmat ruokamatkailutuotteet



*Kuva: Savonlinnan Seudun Matkailu Oy*

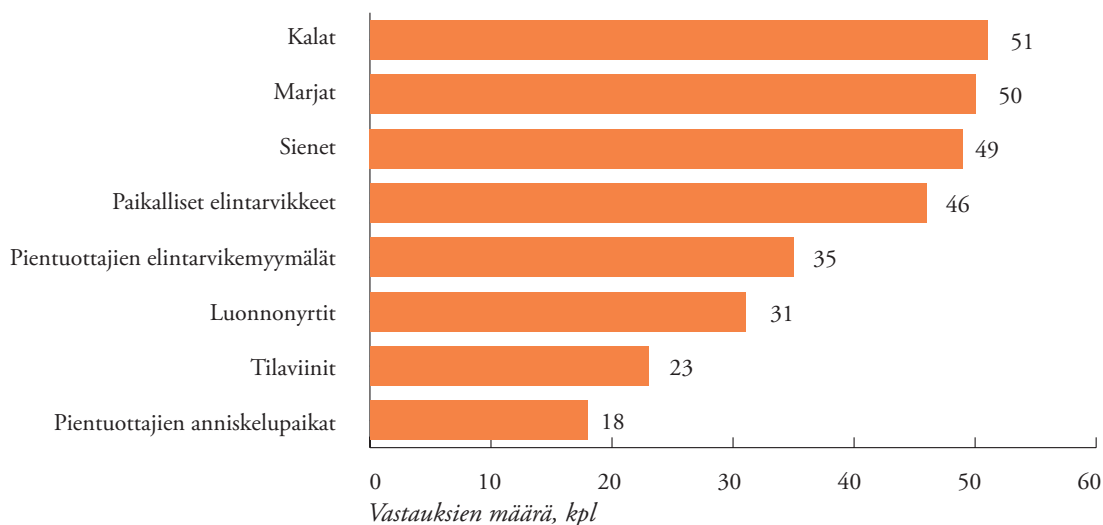


Etelä-Savon yrittäjät ovat kiinnostuneita ruokamatkailun kehittämisestä, ja monella on jo valmiita tuotteita ruokamatkailuun. Maakuntamme puhdas luonto ja kalaisat vedet tarjoavat mitä parhaimmat mahdollisuudet ruokamatkailuun.

Mikkelin ammattikorkeakoulun hallinnoima Eteläsavolaisen ruokamatkailun kehittämishanke – Ruoka matkailun keskiöön teki kyselyn eteläsavolaisille maaseutumatkailuyrityksille syksyllä 2013. Kysely lähetettiin ProAgria Etelä-Savon 450 matkailuyrityksiä asiakkaalle. Kyselyyn vastanneista 62 yrittäjästä neljännes on Savonlinnasta ja sen lähikunnista, loput ovat Mikkelin seudulta. Yrittäjistä yli 60 prosenttia harjoittaa majoitus- ja ravitsemistoimintaa päätoimialanaan ja noin kolmanneksella se on lisäelinkeinona.

Ruokapalveluja maaseutumatkailuyrittäjistä tarjoaa hieman hieman yli 40 %. Matkailija pääsee päivittäin herkuttelemaan tavallisimmin aamupalalle tai lounaalle, tilauksesta myös päivälliselle. Ruokapalveluja tarjoavista yrittäjistä 60 % pitää ruokapalveluja taloudellisesti merkittävänä. Ne tuovat lisäarvoa yrityksen palveluihin. Ruokapalveluja tarjoavat yrittäjät työllistyvät itse ja myös työllistävät yrityksessään enemmän kuin ne yritykset, joilla ruokapalveluja ei ole.

Paikallisten tuottajien raaka-aineita tai ainakin kotimaisia raaka-aineita käytetään ensisijaisesti ruokatarjoiluun. Yritysten markkinoinnissa paikallisuus ja kotimaisuus eivät vielä oikein näy, mutta raaka-aineiden alkuperästä kerrotaan tarjoilun yhteydessä.



**Kuvio 1.** Etelä-Savon vahvuudet ruokamatkailutuotteiden kehittämisessä





Yrittäjät pitävät Etelä-Savon luonnon antimia keskeisinä vahvuuksina ruokamatkailun kehittämisessä. Kalat, marjat, sienet ja paikalliset elintarvikkeet nähdään yrittäjien keskuudessa tärkeimpinä raaka-aineina, joista pitäisi kehittää ruokamatkailutuotteita (*kuvio 1*).

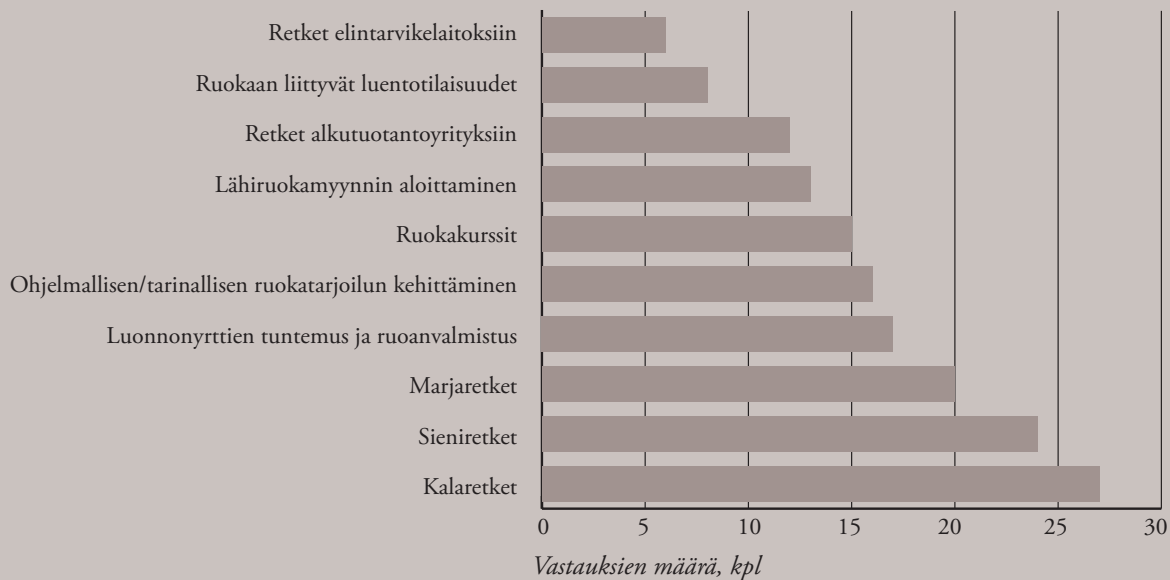
Kyselyyn vastanneista yrittäjistä lähes 40 prosentilla on erilaisia ruokamatkailuun liittyviä tuotteita, kuten sienikurseja, nuotioruokailua, teemallisia päivällisiä, tilaesittelyjä, viinimaistajaisia, villiyrtti-kouluja ja ruoan valmistusta yrtejä hyödyntäen.

Ruokamatkailutuotteiden kehittäminen kiinnostaa peräti 80 % kyselyyn vastanneista yrityksistä. Suurin kiinnostus kohdistuu kalaretkien sekä sieni- ja marjaretkien kehittämiseen (*kuvio 2*).

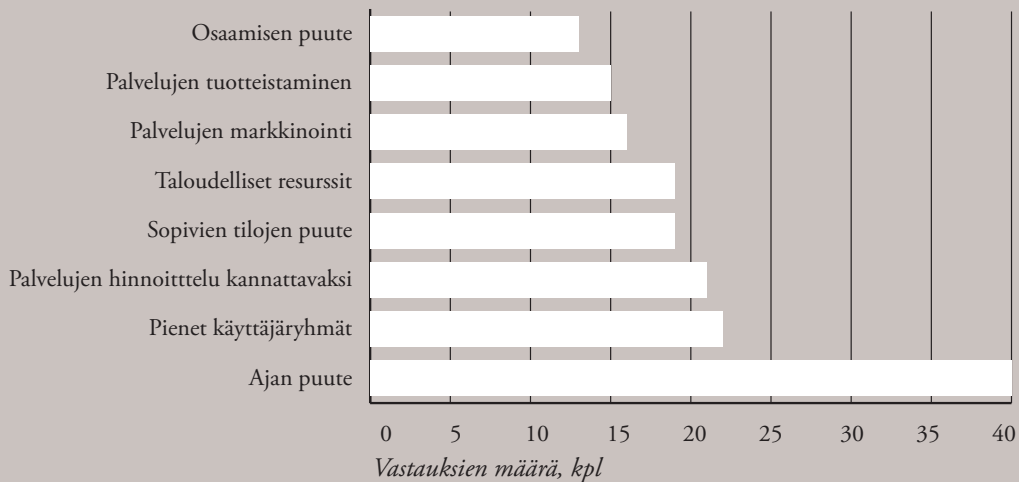
Eniten kiinnostusta on niillä yrittäjillä, joilla on jo olemassa olevia ruokapalveluita. Heillä suurin mielenkiinto kohdistuu tarinallisten ruokatarjoilujen, sieniretkien, luonnonyrttien tuntemuksen ja ruoanlaiton sekä kalaretkien kehittelyyn. Kalaretket sekä sieni- ja marjaretket kiinnostavat puolestaan eniten niitä yrittäjiä, jotka eivät vielä tarjoa ruokapalveluja.

Ajan puute on maaseutuyrittäjien suurin haaste uusien palvelujen kehittämiseen. Pienet käyttäjäryhmät, palvelujen tuotteistaminen ja markkinointi mietittävät myös yrittäjiä. (*Kuvio 3.*) Maaseutuyrittäjät toivovat entistä enemmän yhteistyötä asiakkaiden ohjaamisessa tarvittaessa toiseen yritykseen, hyvien käytänteiden jakamisessa ja markkinoinnissa.

*Kuva: Ilpo Aalto*



*Kuvio 2. Kiinnostus ruokamatkailutuotteiden kehittämiseen oman yrityksen palveluihin*



*Kuvio 3. Ruokamatkailutuotteiden kehittämisen haasteet yrityksissä*

TAINA HARMOINEN, projektipäällikkö, Eteläsavolaisen ruokamatkailun kehittämishanke  
– Ruoka matkailun keskiöön, Mikkelin ammattikorkeakoulu

## Sahanlahti Resortin ruokapöytäan raaka-aineet saadaan läheltä

Sahanlahti Resort heräsi parin vuoden hiljaiselona jälkeen uuteen kukoistukseen **Jaana ja Janne Kuivalaisen** käsissä. Kuivalaiset lähtivät kehittämään Sahanlahtea panostaen hyvään paikallisista raaka-aineista valmistettuun ruokaan. Työ palkittiin syyskuussa 2014, kun Sahanlahti Resort valittiin Etelä-Savon vuoden ruokamatkailuyritykseksi.

Sahanlahti Resort sijaitsee kantatie 62 varrella ja aivan Saimaan äärellä Puumalassa. Jaana ja Janne Kuivalainen ostivat pari vuotta käyttämättömänä olleen yrityksen maaliskuussa 2014 ja jo muutaman kuukauden päästä yritystoiminta oli täydessä vauhdissa.

- Kunta tuli mukaan kauppaan ostamalla maata Sahanlahden ympäriltä. Meille jäi kuusi hehtaaria maata ydinliiketoiminnan ympäriltä. Alueella on vielä rakennusoikeutta jäljellä, Jaana Kuivalainen toteaa.

Janne Kuivalaiselle Puumala ja Sahanlahti eivät olleet tuttua seutua, mutta Jaana Kuivalainen ikään kuin palasi juurilleen. Jaana on kotoisin maatilalta 8 km päästä Sahanlahti Resortista. Nyt maatilaa viljelee Jaanan veli, ja tilalta tulevat vihannekset Sahanlahden ruokapöytäan.

*Kuvat: Manu Eloaho/Darcmmedia ja Taina Harmoinen*



## Paikat kuntoon pikavauhtia

Sahanlahti oli ollut jonkin aikaa käyttämättömänä, mikä näkyi kiinteistöissä.

- Päärakennus oli hyvässä kunnossa, kun me ostimme paikan, mutta majoitustilat olivat päässeet varsin huonoon kuntoon, Jaana Kuivalainen toteaa.

- Jannella kyllä riittää täällä töitä. Alueesta on pidettävä huolta, samoin rakennuksista, joita on 20, Jaana Kuivalainen toteaa.



*Iida Kuivalainen remontoi ja sisusti Sahanlahti Resortin majoitustilat tyylikkääksi kokonaisuuksiksi. Huoneissa on hyödynnetty seudun historiaa teettämällä vanhoista kuvista tapettitaulut seinälle.*

Jaanalla ja Jannella on yhteensä viisi lasta, joista nuorimmainen 2,5-vuotias Martta on yhteinen. Jannen tytär Ida on koulutukseltaan puuartsaani. Ida muutti miehensä kanssa Puumalaan, kun Kuivalaiset ostivat Sahanlahti Resortin. Ida on suunnitellut Sahanlahti Resortin villojen ja hotellihuoneiden remontoinnin ja miehensä kanssa myös toteuttanut niitä.

Majoitustiloja Sahanlahti Resortilla on useassa eri rakennuksessa. Väentuvassa on 9 kahden hengen huonetta, lisäksi on viisi 3–5 hengen mökkiä ja 3 kesäaittaa.

## Raaka-aineet ruokiin läheltä

Lähiseudun raaka-aineista valmistettu ruoka on Jaana ja Janne Kuivalaiselle ykkösasia.

- Käyttämällä lähiruokaa on helppo vastata ruoan laadusta, Jaana Kuivalainen toteaa. Hänelle lähiruoka oli jo sydämen asia ennen Sahanlahtea, sillä hän teki töitä lähiruoan parissa Anttolanhovissa ensin ravintolapäällikkönä ja sitten hotellinjohtajana.

- Meillä ruisleipä tulee kolmen kilometrin päästä ja salaattit matkaavat kahdeksan kilometriä, Jaana Kuivalainen toteaa.

- Lohi tulee Puumalan lohesta. Kesällä ei valittavasti saada heiltä tuoretta lohta, vaan kylmäsuuvia. Muuten saamme kalaa tuosta ihan läheltä, ikkunasta näkyvästä vesistöstä, puumalalaiselta kalastajalta Antti Laineelta, Janne Kuivalainen kertoo ruokapöydän kalan alkuperästä.

- Kesän ruokalistalla on päivän kala. Se voi olla muikkua, kuhaa tai haukea - mitä milloinkin saa, Jaana jatkaa kalakeskustelua.





Sahanlahden asiakkaat ovat huomanneet myös Sahanlahti Resortissa saatavan kalan tuoreuden. Paistettuja muikkuja meni todella paljon kesän 2014 aikana ala Carte -annoksina.

- Ensi kesänä meillä on suunnitelmissa tarjoilla muikkuannosta koko päivän, myös lounasaikaan, Jaana Kuivalainen toteaa.

Kuivalaiset kysyivät heti yrityskauppojen aikaan lähiruoan parissa pitkää toiminutta **Ilkka Arvolaa** avuksi ruokien suunnitteluun.

- Halusimme nostaa ruokaa esille Ilkan avulla. Ilkan menyyillat olivat todella tärkeitä. Ne toivat nostetta palveluihimme, vaikka normaalistikin meillä on hyvää ruokaa. Saimme onneksi meille keittiömestariksi **Jarkko Pekosen**, joka on todella ansioitunut ja kokenut.

## Isäntäpari paikan käyntikortti

- Tällaiselta paikalta vaaditaan, että isäntäpari on näkyvillä, Jaana Kuivalainen kertoo. Tämän asian Jaana huomasi työskennellessään restonomiopiskelujen aikana Sahanlahdessa Kiuruksen yrittäjäpariskunnalla.

- Kiuruilta opin paljon erityisesti asiakaspalvelusta ja isäntäväen roolista, Jaana Kuivalainen toteaa.

- Palvelut ääripäistyvät. On niin sanottuja standardipaikkoja ja niiden vastapainona yksilöllistä palvelua tarjoavia paikkoja, jollaisia me haluamme olla, Jaana huomauttaa.

*Kala on Sahanlahti Resortissa todella tuoretta. Ruska-lounaan savulohet keittiömestari savusti lounaspäivän aamuna.*



*Ruokapöydän kattaus viimeistellään teemaan sopivilla luonnonkoristeilla. Kauniit ruskanvärit toistuvat myös ruokasalin pöydissä.*





*Mustikkakeitto on saanut hunnukseen inkiväärikerman.*

- Minä olen rannassa veneitä vastassa ja järjestelemässä niiden laituripaikkoja. Emäntä on täällä ravintolassa sitten asiakkaita vastassa, Janne toteaa yrittäjien työnjaosta.

Järjesteltävää Jannella riittääkin venepaikkojen kanssa. Veneilijöiden kannalta Sahanlahti Resort sijaitsee hienolla paikalla. Laituriin on helppo tulla, ja lyhyen kävelymatkan päässä ovat veneilijän tarvitsemat palvelut.

## **Kesä tuo valtaosan liikevaihdosta**

Jaana Kuivalainen arvioi liikevaihdosta 70 % tulevan kesästä ja loppu muusta ajasta.

- Kesä pitää rakentaa huolellisesti, jotta se saadaan hoidettua hyvin, Jaana toteaa.

Kesäisin Sahanlahteen mahtuu kerralla ruokailemaan pääravintolaan 115 henkilöä sisälle ja terasseille 80. Kun päärakennuksessa on kesällä yksityistilaisuuksia, rannassa palvelee makasiiniravintola, jossa on tilaa 100 hengelle, ja Pajapirtissä 40–50 hengelle. Pajapirtti-ravintolassa valmistetaan muun muassa loimulohta, jolle on jatkuvasti kysyntää.

Sahanlahti Resort on auki tilauksesta vuoden ympäri. Siellä järjestetään teemalounaita, pikkujouluja, hirvipeijaisia, syntymäpäiviä, kokouksia, häitä ja muita juhlia.

## Markkinoinnissa sosiaalinen media tärkeä

Markkinoinnissa Jaana ja Janne Kuivalainen pitävät sosiaalista mediaa tärkeänä.

- Facebook on nykyajan ”puskaradio”. Sen tukena on paikallisilmoittelu Puumala-lehdessä, Jaana Kuivalainen kertoo.

Veneilijöiden parissa perinteinen puskaradio on hyvä markkinointikanava. Retkisatamissa veneilijät vaihtavat kuulumisia.

Jaana Kuivalainen arvelee, että esimerkiksi Sahanlahti Resortin valinta Etelä-Savon vuoden ruokamatkailuyritykseksi levisi sosiaalisen median kautta 4000 henkilölle.

Matkailupuolella myös Booking.comin kautta leviää tieto Sahanlahden matkailupalveluista. Tulevaisuudessa Sahanlahti aikoo tehostaa markkinointia Venäjälle V-kontakten kautta.

Sahanlahti Resort on liittynyt Saimaan Charmanteihin. Tämä tuo Kuivalaisten mielestä tiettyä statusta yrityksen toimintaan. Erityisesti he toivovat Saimaan Charmanteilta vetoapua kansainväliseen markkinointiin.

*Sahanlahti Resortin alueen historiaan liittyy nimen mukaisesti sahatoiminta. Siitä muistona on vieläkin nähtävissä puisia rännejä, joita käytettiin puiden uitossa vesistöstä toiseen.*





*Sahanlahti Resortin yrittäjäpariskunta Jaana ja Janne Kuivalainen haluavat käyttää ravintoloissa paikallisia raaka-aineita, joista valmistetaan käsityönä monenlaisia herkkuja niin arkeen kuin juhlaankin.*

## Sahanlahti Resort Oy – Etelä-Savon vuoden ruokamatkailuyritys

Sahanlahti Resort Oy on valittu Etelä-Savon vuoden 2014 ruokamatkailuyritykseksi. Valinnan teki alan kehittäjistä ja toimijoista koostunut raati Eteläsavolaisen ruokamatkailun kehittämishankkeen – Ruoka matkailun keskiöön järjestämään kilpailuun tulleista ehdotuksista. Valinta julkistettiin 24.9.2014 Mikkelissä.

Valinnassa raati kiinnitti huomiota ruokaan liittyvän alueellisen omaleimaisuuden esiintuomiseen, tuotteistetun palvelukokonaisuuden elämyksellisyyteen, maaseudun elinvoimaisuuden kasvattamiseen ja Etelä-Savon ruokamatkailun houkuttelevuuden ja tunnettuuden lisäämiseen sekä yrittäjän intohimoon tekemäänsä työhön ja sen kehittämiseen.





# Etelä-Savon vuoden <sup>2014</sup> ruokamatkailuyritys

Etelä-Savon vuoden ruokamatkailuyritys valittiin nyt ensimmäistä kertaa. Palkittavaksi yrityksesi ehdotettiin 13 yritystä eri puolilta Etelä-Savo.

- Suunnitelmissa on valita vuosittain vuorotellen matkailun eri teemoihin liittyvä eteläsavolainen yritys. Tänä vuonna valinta kohdistui ruokamatkailuun. Ensi vuoden teemana voisi olla vaikkapa hyvinvointitai luontomatkailu, koulutusjohtaja **Tuija Pesonen** Mikkelin ammattikorkeakoulun matkailu- ja ravitsemisalalan laitokselta toteaa.

*Sahanlahteen liittyy myös Kalevalan korun perustaja Elsa Heporauta. Jaana Kuivalainen on tuotteistanut Sahanlahden sunnuntaibrunssin, jonka jälkeen vierailulla on mahdollisuus lähteä kierrokselle tutustumaan sahan ja Elsa Heporaudan historiaan.*



# Mikä on ruokailuelämys?

Elämyksellisen palvelun kehittämisessä halutaan luoda asiakkaalle edellytykset myönteiseen, henkilökohtaiseen ja kokonaisvaltaiseen tunnekokemukseen. Elämys jättää pysyvän muistijäljen. Mitä elementtejä tarvitaan ruokailuelämykseen?

Elämys on moniaistinen, myönteinen ja kokonaisvaltainen tunnekokemus, joka voi tuottaa henkilökohtaisen muutoskokemuksen (Tarssanen & Kylänen 2005, 103–149). Elämys on aina henkilökohtainen; sitä ei voi tuottaa, mutta sen syntymiselle voidaan luoda edellytykset (Komppula & Boxberg 2002, 29).

Elämyksen voidaan ajatella syntyvän tietyssä tilanteessa, jopa hetkessä, tai se voidaan ymmärtää pidemmällä aikavälillä syntyväksi kokonaiselämykseksi. Ruokailuelämyskin voi siis sisältää kohteen valinnan, itse ruokailutilanteen sekä sen muistelun myöhemmin. Matkaan kytkeytyvä ruokailuelämys alkaa usein jo kotimaassa ja päättyy vasta matkan jälkeen.

## Erikoistuminen ja ainutlaatuisuus

Elämystaloudessa (*experience economy*) yritys ei kilpaile hinnalla, vaan erikoistuneella tuotevalikoimalla ja palvelukonseptilla, jota on vaikea kopioida. Elämyksiä hakeva asiakas ei tyydy ruokaillessaan standardipalveluihin, vaan haluaa kokea jotakin unohtumatonta ja on valmis maksamaan siitä korkeamman hinnan.

Eeva Koivula, matkailu- ja palveluliiketoiminnan koulutuspäällikkö, Mikkelin ammattikorkeakoulu

Käytännössä elämyksellisyys ei kuitenkaan rajoitu vain pitkälle tuotteistettuihin hintaviin erikoistuotteisiin, vaan asiakkaalle myös aito, yksinkertainen ja edullinen palvelu voi olla elämys. Eräältä Pohjois-Norjan matkalta mieleeni vahvimmin jäänyt ruokamuisto on kalanmaksäöljypullo aamupalapöydässä ja vuosien takaa Tsekkoslovakiasta muistan parhaiten paikallisen, sikäläisittäin hyvinkin tavanomaisen oluen.

## Tyydytetään henkisiä tarpeita ja unelmia

Elämystalouteen liittyy myös keskustelut unelma-yhteiskunnasta. Siinä perusteena on, että ostaessaan tuotteita tai palveluita ihmiset pyrkivät käytännön tarpeittensa ohella täyttämään henkisiä tarpeita tai unelmiaan. Jensenin (1999) mukaan ostopäätökseen liittyy jokin tai joitakin seuraavista tarpeista: seikkailu, yhdessäolo, ystävyys ja rakkaus, huolenpito, itsensä löytäminen, mielenrauha tai vakaumus. Riippumatta siitä, uskooko edellä mainittuun luetteloon, asiakkaan arvostukset ja niiden heijastuminen valintoihin ovat kuluttajatutkimuksen keskeisiä kysymyksiä. Arvo asiakkaalle on aina myös tuotekehityksen ydin ja lähtökohta.



Kuva: Anttolanhovi





## Matkailijaryhmät ruoan painoarvon mukaan

Matkailijat voidaan jakaa kolmeen matkailijatyypin sen mukaan, mikä painoarvo ruualla ja ruokailuilla on matkailijan kohdevalintoihin ja valintoihin matkakohteessa. Nämä ryhmät odottavat ja arvostavat ruuassa erilaisia asioita.

Ruokamatkailijat (*culinary tourists*) lähtevät matkalle ja valitsevat matkakohteensa tarkoituksenaan saada elämyksiä alueen ruuasta ja ruokakulttuurista. He etsivät uusia miellyttäviä ruoka- ja ruokailuelämyksiä ja heille tärkeää voi olla ruuan ja ruokakulttuurin erikoisuus. He arvostavat autenttisuutta ja paikallisuutta, joiden kautta he oppivat ymmärtämään alueen kulttuuria ja historiaa. Ruokailut ovat keskeinen osa heidän matkakokemuksiaan ja -elämyksiään.

Toisen tyyppin muodostavat matkailijat, joille ruoka ja ruokailuelämykset eivät ole ensisijaisia matkalle lähtemisen syytä, vaikkakin ne voivat vaikuttaa heidän kohdevalintaansa. Kohteessa he etsivät ja arvostavat ruokaan liittyviä mukavia elämyksiä.

Kolmantena tyyppinä ovat matkailijat, joille ruoka ja ruokailut ovat tapa tyydyttää välttämättömiä tarpeita. Heille ruokailu on päivittäinen rutiinikokemus, jolta ei odoteta erityistä elämyksellisyyttä. (Björk & Kauppinen 2014, 4.)

## Ruoka ja ruokailu osana matkailuelämystä

Elämyksessä olennaista on kokemuksen positiivisuus ja kokonaisvaltaisuus sekä niiden aiheuttama pysyvä muistijälki, joka vaikuttaa asiakkaan toimintaan elämyksen jälkeenkin. Tässä on avain siihen, miksi elämyksellisyys on niin tärkeää matkailu- ja ravitsemisalalla. Myönteisen ruokailuelämyksen jälkeen asiakas haluaa ja uskoo saavansa lisää elämyksiä – joko saman vierailun aikana tai myöhemmin.

Useimmiten asiakas haluaa hankkia saamiinsa ruoka- ja ruokailuelämyksiin liittyviä matkamuuistoja, siis ostaa mukaansa alueen ruokatuotteita ja juomia. Lisäksi hän todennäköisesti jakaa elämyksensä lähipiirinsä kanssa ja verkon välityksellä laajemminkin. Matkan aikana koetut vahvat elämykset heijastuvat myös asiakkaan myöhempään kulutuskäyttäytymiseen, koska hän saattaa haluta vierailla kohteessa uudelleen tai hankkia kohteessa nauttimiaan tuotteita kotimaassaan.

Riippumatta siitä, mikä ruuan ja ruokailun merkitys matkailijalle on, useimmiten ruokailuilla on jonkinasteinen vaikutus matkailijan kokonaiselämyksessä. Nämä elämykset muovaavat matkailijoiden mielikuvakuvaa alueesta ja vaikuttavat siten koko alueen brändiin (Björk & Kauppinen-Räisänen 2014, 4).

## Ruoka- ja ruokailuelämyksen elementit

Björkin ja Kauppinen-Räisänen mukaan (2014, 7) ruokaan liittyvät elämykset syntyvät viidestä tyypillisestä ulottuvuudesta: ruuasta, sijaintipaikasta

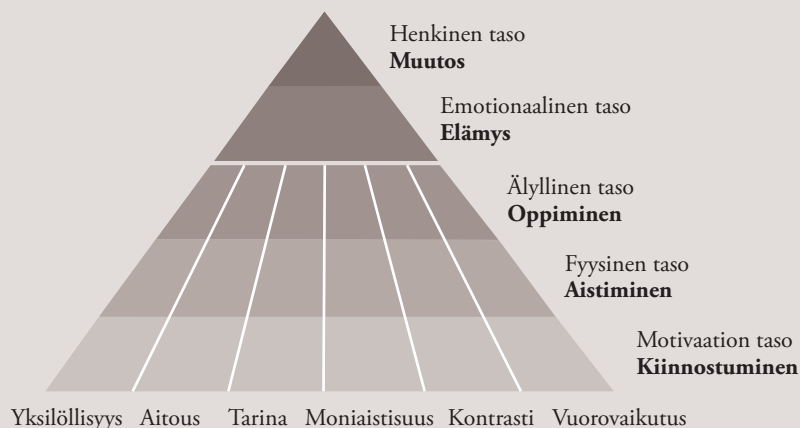


(mukaan lukien ympäristö), palvelupaikasta sekä sosiaalisesta ja ajallisesta ulottuvuudesta. Ruuan ominaisuuksia ovat ruokatyypit, laatu, luokitukset sekä asiakkaan henkilökohtaisiin havaintoihin ja tulkintoihin liittyvät ominaisuudet, kuten uutuus ja autenttisuus. Sosiaalinen ulottuvuus sisältää asiakkaan henkilökohtaiset havainnot itsestä sekä omasta ja muiden käyttäytymisestä. Paikka tarkoittaa palvelupaikan ja palvelutilan fyysisiä ominaisuuksia, kuten sijaintia (maa, alue) ja sisustusta, sekä koettuja ominaisuuksia kuten maisemaa ja ilmapiiriä. Ajallisella ulottuvuudella tarkoitetaan kokemuksen ajankohtaa (lapsuus, lomamatka).

Kaikki elämykset syntyvät aistihavainnoista, tunteista, sosiaalisista suhteista sekä älyllisistä elementeistä (Dube & Le Bel 2003, 263–295). Myös menestyneet käytännön toimijat ovat oivaltaneet tämän. Elannon ravintoloiden entinen toimitusjohtaja ja muun muassa legendaarisen helsinkiläisen Zetor-ravintolan perustaja Mikko Kääriä on todennut, että ravintolan liikeidean toimivuuteen vaikuttaa lähes sata asiaa, jotka eivät liity lautasen tai lasin sisältöön. Esimerkkeinä hän mainitsee esimerkiksi ympäristön, sisustuksen, ahtauden, henkilökunnan asut, valaistuksen, musiikin, peilien paikat, baari-pöydän sijainnin ja miten asiakkaat liikkuvat tilassa. (Tikkanen 2014.)

## Elämyskolmio -mallin elämyksen elementit

Lapin elämysteollisuuden keskuksen Elämyskolmio-mallin mukaan elämyksen elementtejä ovat yksilöllisyys, aitous, tarina, moniaistisuus, kontrasti ja vuorovaikutus (kuvio 4). Asiakkaan kokemuksen tasoja, joista elämys rakentuu, ovat motivaation taso, fyysinen taso, älyllinen taso, emotionaalinen taso ja henkinen taso. Malli kuvaa ideaalista elämystä, jossa kaikki osa-alueet ja vaiheet ovat edustettuina. (Tarssanen & Kyllänen 2005, 8–14.)



**Kuvio 4.** Elämyskolmio (Tarssanen & Kyllänen 2005, 8.)



Pinen ja Gilmoren mukaan (2011, 45) asiakkaan erilaiset tarpeet elämysten suhteen voidaan jakaa neljään osa-alueeseen, jotka ovat viihteellisyys, oppiminen, pako todellisuudesta (eskapismi) ja esteettinen nautinto. Vaikka jokin niistä olisi hallitseva, useimmiten elämyksessä on mukana useampia osa-alueita. Elämystä vahvistaa, kun siinä on mukana elementtejä useammalta kuin yhdeltä osa-alueelta. (Pine & Gilmore 2011, 45.)

Kun nautitaan ruoan ja juoman tuottamista aistihavainnoita ja arvioidaan ruokaa ja juomaa niiden esteettisten ominaisuuksien perusteella, kyse on esteettisestä elämyksestä (Kaplan 2012, 4). Ruokailusta saatava esteettinen nautinto on aina moniaistinen, sillä koettuun makuun vaikuttavat makuaistin ohella myös muut aistit. Ruoan ja juoman mausta 80 % on tuoksua ja tutkimusten mukaan silläkin, miltä ruoka näyttää, kuulostaa ja tuntuu (ruuan väri, juoman sihinä, rapean ruuan rasahdus suussa) on merkitystä. Myös ympäröivä äänimaisema, esimerkiksi musiikki, vaikuttaa siihen, miltä ruoka ja juoma maistuvat. (Hopia 2014, 8–9).

## Asiakkaan tarpeet vaikuttavat elämykseen

Kun halutaan tyydyttää ruuasta ja ruokailusta kiinnostuneiden asiakkaiden tarpeita, on analysoitava, mikä painoarvo heidän elämyksessään voisi olla oppimisessa, esteettisessä nautinnossa, viihteellisyydessä ja halusta paeta todellisuutta, tai lievemmin ilmaisuna halusta irrottautua arjesta. Vaikka ruuan ja juoman maku jo on moniaistinen kokemus, palve-

luun sisällytetään eri aistein havainnoitavia elementtejä. Lisäksi on huolehdittava kontrastista, liitettävä mukaan tarina sekä kiinnitettävä huomiota vuorovaikutukseen ja huolehdittava tarjonnan aitoudesta. Elämyksen yksilöllisyys syntyy mahdollisuudesta räätälöidä palvelua asiakkaan toiveiden mukaiseksi sekä kaikkien palvelutilanteeseen osallistuvien keskinäisestä vuorovaikutuksesta.

Ruuasta kiinnostuneet asiakkaat arvostavat aitoutta ja paikallisuutta sekä uutuutta ja toisaalta nostalgiaa. Aitous merkitsee monille asiakkaille samaa kuin paikallisuus tai lähiruoka ja nostalgiahakuisten mieleen ovat ruuat, joita he ovat lapsena tai aiempien vierailujensa aikana syöneet. Koska tämä kohderyhmä kertoo myös haluavansa ruuan kautta tutustua paikalliseen kulttuuriin, esteettisen (kulinaristisen) nautinnon ohella, heille on tärkeää oppiminen. Matkailijoille, jotka etsivät ja arvostavat ruokaan liittyviä mukavia elämyksiä, elämyksen painopiste on todennäköisesti viihtyminen eikä niinkään itse ruoka tai sen kautta oppiminen.

## Elämyksellä on teema

Tehokas keino luoda edellytyksiä elämyksille on teemoitus. Sen kautta asiakas vedetään mukaan tuotteen ideaan, pois arkitodellisuudesta. Mitä useammalla ulottuvuudella siirtyminen tapahtuu, sen tehokkaampi se on – ja sitä vahvempi on elämys. Teeman ulottuvuuksia ovat tila, aihe ja aika. Parhaiten teema toimii tarinana, jossa asiakkaalla on rooli. (Pine & Gilmore 2011, 67–77.)

Teeman valinnan jälkeen teemoituksen vaiheet ovat vaikutelmanhallinta, elementtien yhteensopi- vuuden varmistus, matkamuistojen kytkeminen tee- maan sekä varmistaminen, että elämyksessä on otettu huomioon kaikki aistit. Vaikutelmahallinnan avulla vahvistetaan valittua teemaa pohtimalla, mihin aika- kauteen ja millaiseen tilaan ja ympäristöön teema halutaan rakentaa, millaista teknologiaa halutaan käyttää, miten teemassa suhtaudutaan autenttisuu- teen, millaisella tasolla ja millaisessa mittakaavassa toimitaan. Lopuksi varmistetaan, että kaikki suunnit- tellun elämystuotteen yksityiskohdat tukevat tavoit- tetta. (Pine & Gilmore 2011, 67–77.)

Elämyksellisessä tuotteessa on tärkeää olla juoni ja sitä tukeva ajoitus. Tämä draaman kaari muodostuu odotusten luomisesta etukäteen ennen aloittamista, sitten jännityksen kasvattamisesta, huippukohdasta ja tasaantumisesta sekä kokemuksen loppupisteestä ja sen jälkeen kokemuksen jakamisesta. (Pine & Gilmore 2011, 157–161.)

## Ravintola Ädelbragdin ravintolakonseptin elämyksellisyys

Kun erilaisille kohderyhmille suunnitellaan elämyk- sellisiä ruoka- ja ruokailupalveluita, elämyksellisyys- teen vaikuttavista näkökulmista on muodostettavissa monitulotteinen matriisi, jonka avulla voidaan vah- vistaa elämyksellisyyttä kyseiselle kohderyhmälle hei- dän tarpeiden ja taustan mukaisesti.



Kuva: Tertin kartano

*Monesti asiakas haluaa ostaa ruokaelämyksiinsä liittyviä matkamuistoja. Näin elämyksestä pääsee nauttimaan jälkeinpäin ja myös jakamaan toisten kanssa.*

Analysoin esimerkkinä Oravaisissa sijaitsevan Ravintola Ädelbragdin ravintolakonseptia ja ruoka- ja juomatarjontaa, joista artikkeli Ruokamatkailua Oravaisten tapaan (sivuilla 32–35) kertoo.

Artikkelissa ei ole kerrottu, millaisille kohderyhmille ravintolakonsepti ja esiteltyt ruuat ja juomat on tarkoitettu. Koska ravintolan palvelukonseptiin sisältyy kuvauksen mukaan runsaasti tietoa alueen ruokaperinteestä ja kulttuurihistoriasta sekä tarjottavista ruokalajeista, oletuksena on, että asiakkaat haluavan oppia näistä. Maininnat ruokalajeista antavat ymmärtää niiden tarjoavan kulinaristisia elämyksiä. Tarinankerronnan korostaminen ja kuvaus piioista näyttävine tarjoiluvateineen kuvaavat palvelukokonaisuuden viihhteellisiä elementtejä.

Palvelukonseptissa ei selvästi tavoitella pakoa todellisuudesta, sillä asiakkaan ei ole tarkoitus osallistua aktiivisesti muuhun kuin ruokailuun. Jos tarkoituksena olisi tarjota asiakkaille mahdollisuus irtautua arjesta ja siirtyä ajassa 1800-luvun aliupseeritaloon, keinona voisi olla esimerkiksi osallistuminen tarinaan aikakauden mukaisissa rooleissa.

Ravintolakonseptissa näkyvät hyvin elämyskolmion elementit. Se on rakennettu historiallisesti aidon tapahtumapaikan tuntumaan, ja tapahtumiin ja ruokaan liittyvät tarinat perustuvat tutkituun tietoon. Ravintolakonseptissa moniaistisuus ei näyttäydy kovin vahvana, mutta ohjelmapalveluiden kautta mukaan tulevat esimerkiksi tykin pamaus ja torven ääni. Museoympäristö vanhoine rakennuksineen tuo konseptiin kontrastia. Yksilöllisyys toteutu-

nee vuorovaikutuksessa yrittäjän kanssa, esimerkiksi jos hänellä on mahdollisuus keskustella asiakkaiden kanssa. Kun asiakas on motivoitunut tutustumaan alueen sotahistoriaan ja ruokakulttuuriin ja pääsee edellä mainittujen elementtien kautta konkreettisesti mukaan palveluprosessiin, on luotu edellytykset elämyksen syntyyn myös älyllisellä, emotionaalisella ja henkisellä tasolla. Myös Björkin ja Kauppinen-Räisänen (2014) esittämät ruokailuun liittyvän elämyksen viisi ulottuvuutta on erotettavissa kuvauksesta.

Ravintola Ädelbragdin ravintolakonseptissa on selkeä teema, sotilaselämä. Aihetta tarkennetaan kertomalla paikan erityisyydestä sotahistoriallisena kohteena ja määrittelemällä aikakaudeksi 1800-luku. Kun palvelukonseptia tarkastellaan teemoituksen näkökulmasta, 1800-luvun sotilaselämän mukaisesti teemoitettu palvelukonsepti näyttäisi johdonmukaisesti toteutetulta. Ainoastaan mahdollisuus ostaa paikan päältä teemaan liittyviä matkamuuistoja ilmeisesti puuttuu.

Ilman tarkempaa kuvausta palvelupolusta on vaikea arvioida Oravaisten historiallisen yhdistyksen ja Ravintola Ädelbragdin omien ja yhteisten tuotteiden juonenkehittelyä ja jännitettä eli draaman kaarta.

Oravaisten ruokamatkailuartikkelin tavoitteena on esitellä yhdistyksen ja yrittäjän yhteistyötä. Tekstissä ei erityisesti tuoda esille tuotteen elämyksellisyyttä, jota vierailijoiden mukaan tuotteeseen sisältyy paljon.

Lähteet:

Björk, Peter & Kauppinen-Räsänen, Hannele 2014. *Exploring the Multidimensionality of Travellers' Culinary-Gastronomic Experiences. Current Issues in Tourism, Tourism*, DOI:10.1080/13683500.2013.868412. PDF-dokumentti. <http://dx.doi.org/10.1080/13683500.2013.868412>. Luotu 24.12.2013, luettu 5.11.2014.

Dube, L. & Le Bel, J. (2003). *The context and structure of laypeoples' concept of pleasure. Cognition and Emotion*, 17(2).

Jensen, Rolf 1999. *The Dream Society. How the Coming Shift from Information to Imagination Will Transform Your Business*. New York: McGraw-Hill. R.R. Donnelley & Sons Company.

Hopia, Anu 2014. *Moniaistinen keittokirja. Näky, haise, kuuluu, tuntuu ja tuoksuu. Mikä se on? SE ON RUOAN MAKU. Teoksessa Moniaistinen keittokirja. 5D Cookbook Toim. Anu Hopia ja Susanna Ihanus. Turun yliopiston Funktionaalisten elintarvikkeiden kehittämisen keskuksen hallinnoima KUMRU-hanke. WWW-dokumentti. <https://apps.utu.fi/media/nakoislehdet/5d-cookbook/desktop/index.html?article=1&page=1>. Ei päivitystietoa. Luettu 3.11.2014.*

Kaplan, David M. 2012. *Introduction. Teoksessa The Philosophy of Food. University of California Press. WWW-dokumentti. <http://site.ebrary.com.ezproxy.mikkeli.ami.fi:2048/lib/mikkeli/reader.action?adv.x=1&d=all&docID=10518904&f00=author&f01=title&f02=&hitsPerPage=500&p00=kaplan&p01=food&p02=&ppg=1>. Ei päivitystietoa. Luettu*

1.11.2014.

Kauppinen-Räsänen, Hannele, Gummerus, Johanna, & Lehtola, Katariina 2013. *Remembered Eating Experiences described by the self, place, food, context and time. British Food Journal*, Vol. 115 Iss 5 pp. 666-685. PDF-dokumentti. <http://dx.doi.org/10.1108/00070701311331571>. Ei päivitystietoa. Luettu 2.11.2014.

Komppula, Raija & Boxberg, Matti 2002. *Matkailuyrityksen tuotekehitys. Matkaluyrittäjä-sarja*. Helsinki: Edita.

Pine II B. Joseph & Gilmore James H. 2011. *The Experience Economy. Updated Edition*. Massachusetts: Harvard Business Review Press. Boston.

Tarssanen, Sanna & Kyllänen, Mika 2005. *A Theoretical Model for Producing Experiences - A Touristic Perspective. Teoksessa Articles in Experiences2. Rovaniemi: Lapin yliopistopaino*.

Tarssanen, Sanna & Kyllänen, Mika 2007. *Elämystuottajan käsikirja. Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus (LEO). EXTRA-hanke. Rovaniemi: Lapin yliopistopaino*.

Tikkanen, Johanna 2014. *Ravintola-alan konkari: Ravintoloita avataan kavereille vailla bisnesideaa. WWW-artikkeli. Helsingin Sanomat, verkkolehti. <http://www.hs.fi/ruokala1305893017839>. Luotu 31.10.2014. Luettu 1.11.2014.*





# Ruokamatkailua Oravaisten tapaan

## – yhdistys ja yritys elämyksen tuottajina

Pohjanmaalla Oravaisissa Oravaisten historiallinen yhdistys ry. ja ravintolayrittäjä Kenny Sundqvist ovat yhdistäneet voimavaransa ja tuottavat 1800-lukuun sijoittuvan ohjelmalvelun yhdessä.

Pohjanmaalla sijaitsevan Oravaisten alavilla pelloilla kohtasivat vuonna 1808 toisensa Venäjän keisarikunnan ja Ruotsi-Suomen sotajoukot. Oli alkamassa Suomen sodan verisin taistelu, Oravaisten taistelu. Täällä kokemansa tappion myötä Ruotsi hävisi lopulta koko Suomen sodan ja menetti Suomen osaksi Venäjää.

Pohjanmaan rykmentin voi kuitenkin edelleen nähdä marssimassa hyökkäysmuodostelmassa noilla samaisilla pohjalaisilla pelloilla. Oravaisten historiallinen yhdistys ry. on toiminut vuodesta 1992 tavoitteenaan tehdä merkittävän taistelutantereen historiasta elävää. Yhdistyksen toiminta on vuosien aikana kasvanut niin, että Furiirin Puustellin historiallisessa miljöössä tarjotaan tätä nykyä elämyspaketteja yhdessä ravintolayrittäjä Kenny Sundqvistin kanssa.

## Yhdistys ohjelmalvelun tuottajana

Varsin harvinaista on, että yhdistys on ottanut näin aktiivisen roolin matkailun ohjelmalvelujen tuottajana. Oravaisten historiallinen yhdistys on toimintavuosiensa saatossa luonut taistelutantereen yhteyteen elämyksellisen palvelukokonaisuuden.

Alueen sydämenä on Furiirin Puustelli, entinen aliupseerikerho, jossa nykyisellään toimii Ravintola Ädelbragd. Pihapiirissä toimii myös museo ja kesäkahvila ja saunomaankin pääsee savusaunassa. Yhdistys kehittää aluetta edelleen voimakkaasti ja nyt on valmistumassa tiloja kokouskäyttöön.

Tulevaisuudessa vierailija voi tutustua alueeseen myös entistä itsenäisemmin ja löytää tarvitsemaansa tietoa informaatiotauluista tai Mobilquiden opastuksesta. Yhdistys on saanut alueen kehittämiseen ja korjausinvestointeihin ELY-keskuksen ja paikallisen Leader-toimintaryhmän tukea.

## Historiakierros Oravaisten taisteluun

Oravaisten elämystuotteeseen sisältyy näytöksenomainen historiakierros, jonka tarinat liittyvät Oravaisten taisteluun vuonna 1808. Tuotteessa vuorottelevat taitavasti historiallinen kerronta, ajanmukaiset tarjoilut ja pienet elämykselliset tapahtumat.

Vierailijaa kuljetetaan maustetun viinaryypyn jälkeen pihapiirissä, jossa upseerin asuun sonnustautunut isäntä kertoo taistelun kulusta ja sotilaiden elämästä 1800-luvulla. Sopivassa välissä ammutaan tykillä muutama laukaus vanhan vihollisen suuntaan. Kierros päättyy Adlercreuzin komentokukkulalle, josta on hieno näköala alas taistelulenttänä toimineelle pelolle. Täällä taistelun satavuotiaan muistokiven juurella upseeri puhalttaa torveensa komean iltasoiton.



*Elämystuote räätälöidään vieraiden aikataulun ja toiveiden mukaisesti. Siihen voi sisältyä tykinlaukauksia tai vaikkapa Suomen sodan aikainen taistelunäytös. Kuva: Auli Teppinen, ProAgria Etelä-Suomi*







*Henkilökunnan asut, ohjelman sisältö ja tarjoilut on toteutettu huolellisesti 1800-luvun alun mukaisesti. Kuva: Auli Teppinen, ProAgria Etelä-Suomi*

## Ruokailu 1800-luvun henkeen

Ravintolakonsepti on rakennettu sotilaselämän ympärille. Furiirin Puustelli on ollut aliupseerikerho, jossa nykyäänkin tarjoilut on suunniteltu 1800-luvun alun mukaisiksi. Historialliseen toteutustapaan ja ruokalajeihin on etsitty tarkkaa taustatietoa Tukholman Kuninkaallisista arkistoista.

Puustellin tuvassa ruokaillaan kynttilänvalossa. Piiat kantavat ruokia vieraiden eteen vadeissa, joissa on muun muassa savulihaa, makeaa uunijuustoa, haudutettua kaalia ja myös harvinaisia etelänherkkuja kuten oliiveja. Yrittäjä Kenny Sundqvist kuljettaa ruokailua kuin tarinaa, kertoen ruokalajeista, valmistustavoista ja 1800-luvun aliupseeritalon ruokailutavoista. Vieraille selviää, miksi suolaa tarjoiltiin vain isännän pöydässä, kahvi maustettiin kardemummalla tai kuinka ainokaiset lasit ”tiskattiin” kesken illallisen.

## Yhteistyöstä voimaa

Tässä elämyksessä yhdistyy hienosti monta osatekijää. Se osoittaa, kuinka perusteellisella pohjatyöllä ja tekijöiden innostuksella on merkitystä onnistuneen kokonaisuuden syntymiselle. Oravaisten historiallisen yhdistyksen jäsenet ovat toiminnassaan pystyneet ulkopuolisin silmin yhdistämään huvin ja hyödyn.

Heillä on palo elävöittää paikallishistoriaa. Tuotteistamalla sen koettavaksi myös muille, he saavat kerätty toiminnan jatkuvuuden varmistavia varoja.

Kaikkea ei kuitenkaan pyritäkään osaamaan itse, vaan sopivilta osin tehdään yhteistyötä esimerkiksi yrittäjien kanssa. Yhteisellä ponnistuksella tuotetussa elämyksessä vierailija voit tuntea, kuinka aika Oravaisissa on pysähtynyt Suomen Sodan vuoteen 1808.



*Ruokavieraan toivottaa tervetulleeksi pöytään katettu suolarinkilä.*

*Kuva: Kirsi Mutka-Printola, ProAgria Etelä-Savo*





## ”Tarina tuotteen kruununa – miten palvelu tarinallistetaan”

Audiovisuaalisuus on yhä hallitsevampi osa viestivää palveluympäristöämme. Nykyisin jokainen yhtiö on ”mediayhtiö”; jokainen välittää asiakkailleen koke-musta tarinana. (Kalliomäki 2014, 6.) Tarinalla ja tarinallistamisella ei tässä yhteydessä tarkoiteta tari-nankerronnan taitoa eikä edes sitä, että yrityksen kotisivujen osana on ”tarina”-linkki, jossa yritykselle tuotettuja tarinoita julkaistaan. Itse asiassa yrityksen kotisivujen tulisi kertoa tarinaa kokonaisuutena.

”Me kaikki toivotamme teidät lämpimästi tervetulleiksi elämykselliseen ruokatapahtumaan. Muistakaa se, että elämä on elämys, te maustatte sen.”

*Tämän artikkelin välilainaukset (Laukkarinen ym. 2014) ovat osia Mikkelin ammattikorkeakoulun 2. vuoden restonomiopiskelijoiden markkinoinnin opin-tojaksolla kirjoitetuista tarinoista, joita opiskelijat kir-joittivat Elämyksellinen keittoruokatarjoilu -tapahtu-maan kehitettyjen ruoka-annosten ympärille paranta-maan osaltaan tapahtuman elämyksellisyyttä.*

Tässä artikkelissa tarinallisuudella tarkoitetaan asiakkaan palvelukokemuksen syntymistä, miten pal-velun yksityiskohtia voidaan johtaa tarinalähtöisesti, tarinasta käsin tai miten kilpailuetua voidaan tuottaa elämyksellistämisen ja erilaistamisen avulla.

### Mitä on tarinallistaminen?

Tarinallistaminen on aina liiketoiminta-, arvo- ja asiakaslähtöistä. Tarina valjastetaan kokonaisvaltai-sesti yrityksen käyttöön: tarinan avulla johdetaan ja tehdään valintoja niin markkinointiin kuin palvelui-den sisältöönkin. Tarina sitoo yhteen markkinoin-nin keinot ja kanavat, tapahtuipa palvelu sitten fyy-sisessä ympäristössä tai verkossa. Tärkeässä roolissa on aitous: kokijan tulee pystyä ”heittäytymään” osaksi tarinaa, olla motivoitunut osallistuja. (Kalliomäki 20014, 13.)

Tarinat toimivat myös työyhteisön koossapitä-jinä: jokaiselle on tärkeää tuntea kuuluvansa sopivassa määrin yhteiseen tarinaan. Tarinan kantavista tee-moista tulisi löytää itseään henkilökohtaisesti puhut-televia arvoja ja sävyjä. Turhan moni hokee organi-saationsa ”hissipuhetta” ymmärtämättä sitä tai edes kuulematta sitä itseään. Jokaisen pitäisi muodostaa organisaation tarinaan oma suhde ja viedä sitä eteen-päin omin sanoin ja omien kokemusten kautta. Vain näin viesti on uskottava sekä koskettava. (AC-Sana-for 2014.)

Toimitusjohtaja Anne Berner (Vallila Interior) kiteyttää tarinoiden merkityksen taitavasti: ”Monikanavaisessa viestinnässä yritykset ovat entistä enemmän itse oma kanavansa omalle tarinalleen” (Kalliomäki 2014).

*”Kierros aloitetaan makubermosten virittämisestä. Virittämiseen sopii alkoholiton Punajuuri-shotti, jonka voitte sunnuntaiaamun brunssia nauttiessa muuttaa kuohuviinillä perinteiseksi Mimosa-drinkiksi vaikkapa Laurin neuvojen mukaan.”*

## Markkinoinnillinen liikeidea vai Taustatarina?

Yrityksen tulee perustaa toimintansa harkittuun ja suunniteltuun liikeideaan. Sitä voidaan tässä yhteydessä kutsua vaikka Taustatarinaksi. Liikeideaprosessi sinänsä voi olla moninainen: idean kehittäminen voi perustua kuluttajatrendien tutkimiseen, arvojen muuttamiseen ja vaikka väestöllisiin tekijöihin. Vanhoille innovaatioille voi kehittää uuden käyttötavan, kilpailijoiden epäonnistuminen voi antaa yrittäjälle uuden mahdollisuuden. Tärkeintä on, että liikeideaprosessi on systemaattinen ja tärkeät osa-alueet tulevat käsitellyä. (Kuvio 5.)

Timo Rope (SPYM 2011) on todennut osuvasti segmentoinnista: ”valitse niin pieni kohderyhmä, että oikein hävettää, ja siitä vielä sitten puolet pois”. Yrityksellä on oltava selvä näkemys, kenelle tuotteita tai palveluita tarjotaan. Voidaan puhua myös asiakkaan tarinasta – mitkä ovat asiakkaan taustat ja motiivit.



*Kuvio 5. Markkinoinnillinen liikeidea  
(Bergström & Leppänen 2009, 29)*

Joka tapauksessa valinnan on oltava realistinen. Kohderyhmän tulee olla kannattava eli sen tulee pystyä tarjoamaan menestymisen mahdollisuus.

Kilpailijoista on pyrittävä erottumaan, mutta ei tavalla, jota asiakkaat eivät arvosta. Oma tarjoama on rakennettava valitun kohderyhmän mukaisesti. Imagollinen tavoite voi perustua vain uskottavaan tarinaan: pieni baari kaupungin laidalla ei ole gourmet-ravintola. Liikeidean osien on oltava yhteensopivia. Hinta on suhteutettava laatuun ja koko tarinaan. (Bergström & Leppänen 2009, 30.)

Godin (2008, 80) korostaa, että vain aidot organisaatiot saavat asiakkaat uskomaan tarinaansa. Usein jo ensimmäinen silmäys riittää asiakkaille tekemään päätelmiä yrityksestä lähes olemattomiin tietoihin perustuen. Päätökset eivät muutu, vaikka he saisivat käyttöönsä paljon tietoa, joka todistaa heidän ajattelunsa vääräksi. ”Käsinkirjoitettu ruokalista saattaa viehättää asiakasta, mutta jos tuolit ja muu sisustus on vääränlainen, asiakas kääntyy kannoillaan”.

Onko esimerkiksi ravintolassa kyse vain syömisestä? Godin (2008, 150) painottaa, että ”asiakkaat ovat kuulemassa ja kokemassa tarinaa”. Jos tarina on aito ja sopii asiakkaan maailmankuvaan, hän on tyytyväinen ja jakaa kokemuksen ystäviensäkin kanssa. ”Uskominen tekee hyvän olon”, jatkaa Godin.

*”Viinikellari on muuntunut Annamarin, Kristan ja Stellan toimesta Porkkanalaaksoksi, jossa seikkailaan ja yhdistellään mielenkiintoisia makupareja. Ovatko pihlajanmarjat sittenkään happamia? Eivät ole, varsinkin jos marjat tarjoillaan cocktaillaseista osana suurempaa makusinfonia.”*

## Erotu kilpailijoista

Yrityksen tulee rakentaa identiteettiään jatkuvasti. Yrityksen tarinaintiteetti tiivistää yrityksen olemassaolon tarinan muotoon ja samalla ohjaa yrityksen toiminnan tarinalähtöistä kehittämistä. Tarinaintiteetti näkyy toimintana ja persoonana yrityksen ja sen asiakkaiden vuorovaikutussuhteessa. Asi-

Tarinaintiteetti vastaa kysymyksiin:

- Keitä me olemme?
- Mistä me olemme tulossa?
- Minne olemme menossa?
- Mikä on meille tärkeää?

akkaat tunnistavat yrityksen ja sen tarjoamat palvelut erottuvan tarinan ansiosta.

Tarinaintiteetin keskiössä on aina asiakas: jokaisella yrityksellä on yksi tai useampi kohderyhmä. Monesti kohderyhmän määrittely on jäänyt kesken, eikä selkeää asiakasryhmää ole uskallettu rajata. Tässä olisi myös keino erottua kilpailijoista rohkeamman kohderyhmävalinnan avulla. Trout (2003, 241) kehottaa suorasukaisesti erottumaan: ”tee toisin kuin muut”. Hän korostaa myös perinteiden olevan keino erottua kilpailijoista. Kalliomäki (2014, 23) puhuu syntytarinasta, millä hän tarkoittaa yrityksen tai palvelun historiaa. Toinen mahdollinen erottava tekijä on tuotteiden alkuperä (paikallisuus, kansallinen erikoisuus, traditio).

Kultaisen ohra-  
pellon juurella  
kasvoi pieni kanta-  
relli. Ohra tulessa  
sille kuiskutteli,  
ettei kantarellin  
aika yksinäiseksi  
kävisi. Keltainen  
kantarelli oli lau-  
mastaan eksynyt  
ohra puolestaan  
veliensä kanssa  
kasvanut. Ohra  
kantarellista huoletta  
piti, kunnes...



## Yrityksen palveluiden tarinallistamisprosessin vaiheet

1. Tarinaidentiteetti – mikä on yrityksen ydintarina. Sen pohjalta rakennettu identiteetti määrittelee ”tarinamaailman” eli tarinanäyttämön, jolle elämyspalveluita suunnitellaan.
2. Tarinanäyttämö – suunnitellaan yrityksen palveluympäristö, joka tukee tarinan kertomista.
3. Palveluiden tarinakäsikirjoitukset – yksittäisille palveluille voidaan kirjoittaa käsikirjoituksia, jolloin tarinaidentiteetti jalkautuu osaksi asiakkaan palvelukokemusta. Voidaan myös puhua palvelun tarinasta, palvelun kulku asiakkaan näkökulmasta.

Tarinallistamisessa yrityksen toimintaa havainnoidaan ydintarinana (*core story*), joka on sekoitus faktaa ja fiktiota.

Esimerkkinä ydintarinasta voidaan esittää Ivana Helsingin tarina (Ivana Helsinki 2014):

*Tehtailija Ivan J. Paolovski saapui junalla Helsinkiin venäläisten miehittämästä Viipurista vuonna 1938. Paolovski perusti maapallon pohjoisimman tulitikkutehtaan synkkään asumattomaan korpeen Itä-Helsinkiin. Ivanin ideologia askeettisesta, aidosta arkipäivän elämästä sai runsaasti kannattajia työntekijöiden piirissä. Tänäpäin IVANA Helsinki on yksi maailman suurimmista tulitikkutehtaista. IVANA Helsinki tuot-*

*taa myös vaatteita. (lainaus yrityksen englanninkielisestä esitteestä, esillä Salon taidemuseossa).*

Yrittäjä Paola Suhonen kertoo, että ydintarina ei muutu, mutta se ei aina näy asiakkaalle asti - se on aina pohjalla, ja siitä synnytetään uusia versioita. Tarinoita käytetään myös mallistokohtaisesti, kyse on tunnelman luonnista. Tarina on tapa käsitellä asioita, se on punainen lanka mallistosta toiseen.

Tarinallisuus on läsnä tässä ja nyt, joka paikassa ja aina. Tarina voi olla ristiriitainen tai siinä voi olla yllättävä käänne, nimet tai hahmot voivat koukuttaa tai tehdä palvelun mielenkiintoiseksi. tarinat antavat mahtavan pohjan tunteiden liikahdukselle ja liiketoiminnalliselle menestykselle.

”Halusitpa tai et, olet tunteenvälittämis-busineksessä. Ilman tunteiden liikahdusta kukaan ei innostu ideoistasi, yrityksestäsi”. (AC-Sanafor 2014.)

*”Pilttuu-kabinetissa eivät hörise tykistön hevoset vaan tyytyväiset ”Tappaiskeiton” syöjät. Ulla, Tanja ja Anna tarjoavat perinneruokaa ranskalaisella vivah-teella, joka twistaa tämän syksyn herkun nykypäivään. Ennen vanhaan ”Tappaiskeitolle” kutsuttiin naapuritkin, olisiko tässä rapujuhlien kilpailija?”*



## Miten Tarinaidentiteetti rakennetaan?

Seuraavassa konkreettisia ohjeita tarinallistamiseen ja tarinaidentiteetin rakentamiseen (AC-Sanafor 2014.):

- Muista, että tarina ei ole koskaan valmis.
- Tarinalla on runko, mutta toimintaympäristössä nimeltä elämä se muuttuu jatkuvasti.
- Osa yrityksistä on jäänyt ”jankkaamaan” vanhaa versiota tarinastaan, samalla kun kehitys kiittää ohi kovaa vauhtia.
- Tarinaan voi sisällyttää laajojakin kokonaisuuksia, mutta koko historiaa ja tulevaisuutta ei yhteen tarinaan kannata mahdollistaa.
- Tarina tukee liiketoimintaa – ei tee sitä puolestasi.

Kalliomäki (2014, 129–130) hahmottaa tarinallistamisen kivijalan, tarinaidentiteetin seuraavasti:

### **Ydinviesti:**

- On yrityksen tarinan tärkein sanoma. Se tiivistää yrityksen tarjoaman tarinallisen kokemuksen viestiksi.

### **Syntytarina** (ydintarina):

- Tiivistää yrityksen olemassaolon tarinaksi.
- Tämä tarina on yrityksen toiminnan punainen lanka.
- Kaikki, mitä yritys tekee, heijastaa ja tukee tätä ydintarinaa.
- Muista käyttää sekä faktaa että fiktiota.

### **Hahmot:**

- Hahmot voivat olla todellisia ja/tai fiktiivisiä.
- Hahmona voi olla yritys itse, yrityksen tuote tai palvelu tai vaikkapa ympäröivä maisema.

- Määrittele, keitä ovat yrityksesi tarinan hahmot. Kuvaile heidän persoonansa ja tapansa toimia tarinaidentiteetin käsikirjaan.

### **Teemat:**

- Tarinan kertomisen kannalta on tunnistettava yrityksen toiminnassa tärkeimmät tarinaa tukevat teemat.
- Teemat helpottavat palveluiden tarinallistamista ja tuotteistamista.

### **Miten tarina jalkautetaan asiakkaan palvelukokemukseen?**

- Tarinallistaminen on tarinatekoja!
- Tarina tulee todeksi vasta kohtaamisissa.

### **Palveluympäristö:**

- Laadi lähtökohdat sille, miten yrityksesi palveluympäristö tukee tarinasi kokemista.

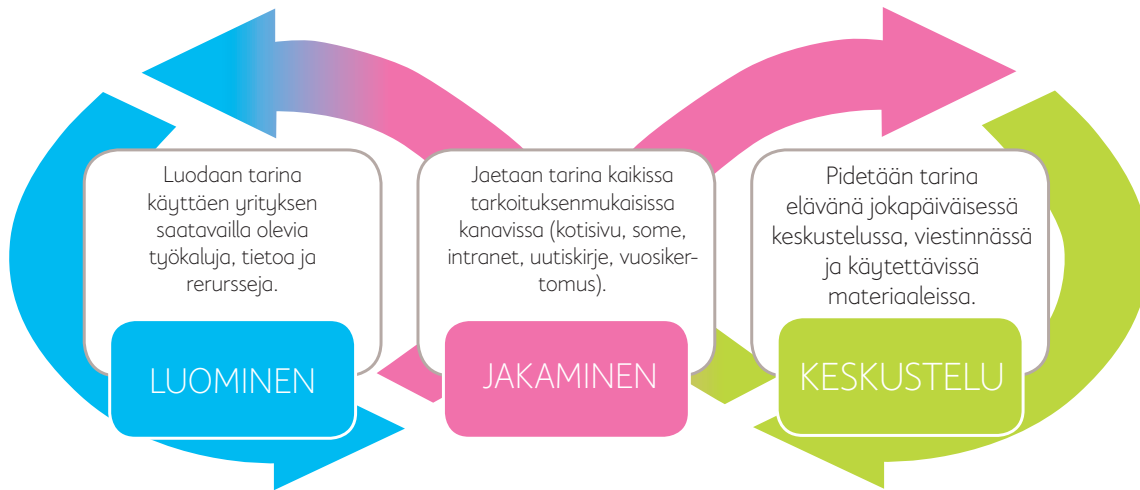
### **Palvelut:**

- Miten jalkautat tarinasi osaksi palveluitasi?
- Miten tarina toteutuu ravintolassa?
- Miten majoituspalveluissa?
- Entä ruokien esillepanossa?
- Kokouspaketeissa?
- Ohjelmapalveluissa?

### **Markkinointi:**

- Miten markkinoit tarinan ja tarinoiden avulla?
- Erilaista markkinointi tarinalla.
- Ole rohkea: hyödynnä tarinaa ja sen elementtejä monipuolisesti.
- Kerro tarinaa eri tavoin eri kanavissa.
- Eri tarina eri kohderyhmille – erilaista, räätälöi, tee asiakkaalle sopivaksi.

# Tarina elää sen synnyttämässä keskusteluissa



*Kuvio 6. Storytelling Theory Weber'in & Shandwick'in mukaan (AC-Sanafor 2014)*

Markkinoinnin yksi merkittävä tavoite on saada muut jakamaan ja omaksuma tarinasi: kun itse olet viestinyt tai kertonut jonkin organisaation tai brändin tarinaa eteenpäin, on se koskettanut sinua jollain tavalla voimakkaasti (Kuvio 6).

*”Tallin ruokasali tarjoaa tunnelmallisen hetken, jolloin voitte kuvitella jalkojenne alle pehmeän sammalmaton, jonka kätköissä piilee kullankeltainen aarre. Maiju, Milla ja Katri suovat kantarellille tämän piilekelyn, tarjoamalla keittonsa kannen alta. Tämän sieniretken yksi ihanuus on siinä, että hirvikärpäsiä ei ole!”*

## Esimerkkejä tarinallistamisesta ja tarinoista osana liiketoimintaa

### Apple ja Steve Jobs

Suuret globaalit markkinoijat ovat jo pitkään ymmärtäneet tarinallistamisen ja tarinoiden merkityksen. Applen jo edesmennyt toimitusjohtaja ja perustaja Steve Jobs hallitsi kuulijoitaan eri tuotteiden julkistamistilaisuuksissa kuin taikuri yleisöään. Hän oli todellinen tarinankertoja ja kaupallinen menestyjä. Hänen jälkeensä sama tyyli on jatkunut: uudet tuotejulkistukset tehdään samalla kaavalla – vain yksi oleellinen tekijä puuttuu, karismaattinen Steve Jobs. (Steve Jobs 2009.)

### Coca-Cola Journey

Coca-Cola on korvannut perinteiset lehdistötiedotteet Coca-Cola Journey'llä: sen sisältö koostuu dynaamisesta tarinankerronnasta, joka herättää keskustelemaan ja osallistumaan, viestimään. Coca-Colan historiasta kertovat tarinat ovat suosittuja, mutta mukana on myös ruoka-artikkeleita, musiikkia, kulttuuria ja tarinoita työelämästä. Digilehdestä rakennetaan versiot yli 30 maahan. (AC-Sanafor 2014.)

### Sokos Hotels Viro – ”Nuku hyvin tarinoiden keskellä”

Sokos Hotels lanseerasi uuden Solo by Sokos Hotels -konseptin kesällä 2012. Konseptin markkinoinnissa käytetään tarinankerronnallisia elementtejä: ”Nuku hyvin tarinoiden keskellä”. Esimerkiksi Tallinnassa

sijaitsevan Solo Sokos Hotel Estonian konsepti on Viron markkinoilla uniikkia: jokainen hotellihuone kertoo yhden tarinan moni-ilmeisestä Virosta. Ne on toteutettu yli 70 yhteistyökumppanin kanssa. (AC-Sanafor 2014.)

### Kissakahvila Purnauskis – ”Kössi-kissa on kissakahvilan pomo”

Lähempääkin löytyy hyviä esimerkkejä tarinallistamisesta: Tampereella avattiin syksyllä 2014 ”Kissakahvila Purnauskis”, joka on saanut valtavasti huomiota osakseen. Iltasanomien otsikko oli kuvaava: ”Kössi-kissa on kissakahvilan pomo”. Suomen ensimmäisen kissakahvilan toimintamallia ja tarinaa kerrottiin ja kerrotaan laajalti eri medioissa. Loistavaa! (Kauppinen 2014.)

*”Kaikki kiva  
päättyy aikanaan ja  
seuraa kotiin lähtemisen aika.  
Viimeisen makuelämyksen  
teille tarjoaa Hämmästyshuttu,  
joka näin syksyllä valmistetaan  
puolukoista. Mahtaakohan  
Veera kertoa teille tarkemmin,  
mistä on kyse?”*





### **Tertin kartano, Mikkeli**

Eteläsavolainen hyvä esimerkki eri toimintojen, arvojen ja historian yhdistämisestä liiketoiminnallisesti on Tertin Kartano Mikkelissä. 1500-luvulta alkanut historia näkyy nykypäivänäkin ja tarinat todella elävät – ovat tarinatekoja. Majoitus- ja ravitsemusliiketoimintaa laajentaa nykyaikaisesti verkkokauppa. (Tertin Kartano 2014.)

### **Rapion Mylly, Juva**

Juvalla sijaitsevaa Rapion Myllyä kutsutaan jopa ”Suomen Helmeksi”. Rapion Myllyn 200 vuotta vanha myllyperinne on osattu tuoda hienosti osaksi liiketoimintaa ja tarjoomaa: laaja jälleenmyyjäverkosto myy myllyn tuotteita ja myllymiljöön tarjoaa hienot puitteet paikalliselle liiketoiminnalle. Ei ihme, että heidän sloganinsa onkin ”Tunnelmia ja tuoreutta!”. (Rapion Tuote 2014.)

### **Kari Neilimo: ”Hyvyys on myös hyvää bisnestä”**

S-ryhmän entinen pääjohtaja, professori Kari Neilimo on todennut, että ”hyvyys on myös hyvää bisnestä”. Omaan liiketoiminnalliseen tarinaansa kannattaakin hakea elementtejä eettisyydestä, sosiaalisuudesta ja kestävästä kehityksestä. Liiketoiminnan ei sinänsä tarvitse olla voittoa tavoittelematonta, riittää että siihen ”hyvyyteen” liittyviä tarinallisia elementtejä on mukana. (Puusa ym. 2013, 100.)

*Rapion mylly. Kuva: Ilpo Aalto*

*Lähteet:*

*AC-Sanafor, Viestintätoimisto 2014. Tarinaopas – Kerro Tarina. Saatavilla: <http://www.acsanafor.fi/ladattavat-opaat/tarinaopas-kerro-tarina/>. Luettu 13.11.2014.*

*Bergström, S. & Leppänen, A. 2009. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki: Edita Publishing Oy.*

*Godin, Seth 2008. Kaikki markkinoijat ovat valehtelijoita. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.*

*Ivana Helsinki 2014. Saatavilla <http://www.ivanahelsinki.com/collections/>. Luettu 13.11.2014.*

*Kalliomäki, Anne 2014. Tarinallistaminen, palvelukokemuksen punainen lanka. Print Best, Viro: Talentum Media Oy.*

*Kauppinen, Jukka 2014. Kössi on kissakahvilan pomo. Iltasanomat 13.11.2014. <http://www.iltasanomat.fi/lemmikit/art-1288768641932.html>. Luettu 13.11.2014.*

*Laukkarinen, Satu 2014 (ja muut 2. vuoden restonomiopiskelijat, MAMK). Tarinallinen kurssitehtävä markkinoitukurssilla.*

*Pietarila, Päivikki 2014. Ei se tuote vaan tarina. Kauppalehti 17.9.2014.*

*Puusa, A., Reijonen, H., Juuti, P. & Laukkanen, T. 2013. Akatemiasta markkinapaikalle. Helsinki: Talentum.*

*SPYM 2011. Markkinoinnin suunnittelu. Suomen Pienyrittäjien Mainostoimisto. Blogi. <http://www.spym.fi/blogi/markkinoinnin-suunnittelu-osa-3-miten-se-asiakas-sitten-tavoitetaan/>. Päivitetty 26.10.2011. Luettu 13.11.2014.*

*Steve Jobs iPhone launch 2009. Youtube-video. Saatavilla <https://www.youtube.com/watch?v=vZYlhShD2oQ>. Katsottu 12.11.2014.*

*Tertin kartano, Mikkeli 2014, saatavilla <http://www.tertinkartano.fi/>. Luettu 13.11.2014.*

*Tikkurila 150 vuotta - Tikkurilan henkilöstön vauhti kiihtyy 2012. Videoklipp. <https://www.youtube.com/watch?v=aXLqXpoaMbg>. Katsottu 13.11.2014.*

*Trout, Jack & Hafren, Gustav 2003. Erilaistu tai kuole. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.*



*Kuva: Taina Harmoinen*

## Ideasta tuotteeksi – elämysruokatapahtuma tuotekehitysprojektina

Restonomiopiskelijoiden Ruoka- ja ravintolapalveluiden suunnittelu ja kehittämien -opintojaksolla toteutettiin tuotekehitysprojektina elämysruokatapahtuma. Tuotekehityksen kohteeksi valittiin keittotarjoilu. Tavoitteena oli koota yksinkertaisen ruokatuotteen ympärille elämyksellisiä toteutustapoja, joista tapahtumaan osallistuvat voisivat saada ideoita omiin yrityksiinsä tai kotona tapahtuvaan ruuanvalmistukseen ja tarjoiluun.

Elämysruokatapahtuma liittyi Eteläsavolaisen ruokamatkailun kehittämishankkeeseen – Ruokamatkailun keskiöön. Keittotarjoilussa tuli näkyä paikallisuus sekä lähituottajien ja sesongin raaka-aineet. Erilaisia keittoja valmistettaisiin neljä ja ne sijoitettaisiin

siin eri pisteisiin, joissa asiakkaat kiertävät ryhmissä. Niiden lisäksi tulisi yksi tarjoilupiste, jossa asiakkaat otetaan vastaan ja myös hyvästellään keittokierroksen jälkeen.

Ruokatarjoilun asiakashinta oli 10 euroa, jolla täytyi kattaa kaikki raaka-ainekulut. Tapahtuman markkinoinnissa käytettiin Elämyksellinen keittotarjoilu -nimeä, joten tarjoilun tulisi tuottaa elämyksiä ympäristöstä, kattamisesta, miljööstä, äänimaailmasta, pukeutumisesta ja tarinallistamisesta. Kaikkien elementtien pitäisi tukea toisiaan siten, että kehitetystä tuotteesta ja palvelusta muodostuu elämyksellinen kokonaisuus asiakkaalle.

### Tuotekehitysprojekti

Tuotekehitysprojekti on yhteistoiminnallinen oppimisprojekti. Yhteistoiminnallisen oppimisen ideaa käytetään tuotteiden ja palveluiden kehittämisessä myös yrityksissä (Hyppönen & Linden 2009, 40). Ketju-ravintoloiden menut ja à la carte -annokset suunnitellaan kehitystiimeissä ja yhteistyössä eri ravintoloista valitun henkilöstön kesken. Myös pienemmissä yrityksissä voidaan hyödyntää koko henkilöstön osaamista ja yhteistyötä uusien tuotteiden ja palveluiden kehittämisessä. Asiakkaita ei tule unohtaa ja heiltä voi mainiosti pyytää palautetta ja käyttää asiakastietoa hyväksi suunnittelussa.

## Ideointi ja suunnitteluvaihe

Tapahtuman ideointiin käytettiin niin kutsuttua kumuloituva ryhmä ja lumipallomenetelmää, jossa runsas määrä ideoita tiivistetään yhdeksi kehittämiskelpoiseksi ideaksi (Hyppönen & Linden 2009, 41).

1. Alussa opiskelijat saivat tehtäväksi miettiä yksin mahdollisimman monta keittoideaa. Lähteinä he käyttivät internetiä, lehtiä ja omaa tietämystään. Ideat tuli kirjata paperille.

2. Tämän jälkeen työstämistä jatkettiin pareittain. Pari keskusteli ideoista ja kokosi kummankin 5 parasta ideaa, jotka sitten kerrottiin ääneen luokassa.

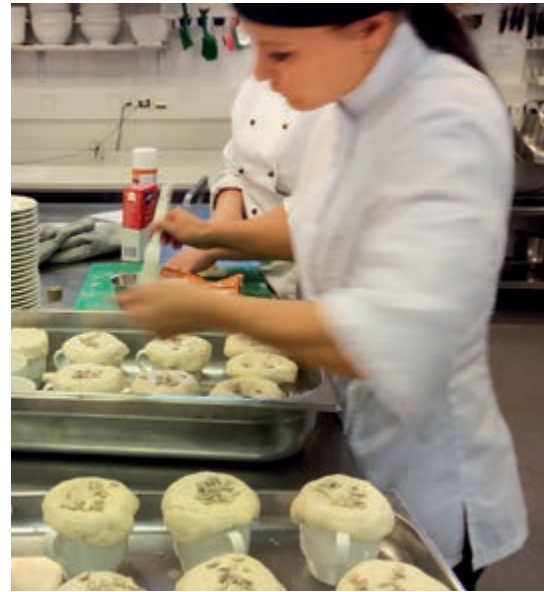
3. Seuraavaksi ideoita pohdittiin neljän hengen ryhmissä. Parien ideat koottiin ryhmässä yhteen ja valittiin kolme parasta ideaa, jotka kirjattiin paperille ja kiinnitettiin seinälle arviointia varten. Ryhmät kuvasivat ideoita muutamalla sanalla, ja koko luokka sai esittää kommentteja.

4. Opettaja ryhmitteli tuotokset ja tuloksena syntyi neljä alkui-deaa keitoiksi ja yhdelle ryhmälle kehitettäväksi kahvileipä, alkudrinkki ja jälkiruoka. Keitoiksi valittiin kylmä kasviskeitto, kalakeitto, ”tappaiskeitto”-idealla toteutettava liha- tai makkarakeitto ja sienikeitto.

Alkujuoman idea oli asiakkaiden vastaanottamisen ja tervehtiminen ja pienellä jälkiruualla päätettäisiin tilaisuus.

5. Tämän jälkeen opiskelijat jaettiin sattumanvaraisesti viiteen eri ryhmään, joille arvottiin ryhmätyön aihe. Opintojaksolla tavoitteena on työelämässä tarvittavien tiimityötaitojen oppiminen. Työpaikalla

Kuva: Eeva Koljonen



työkavereita ei voi valita, joten tässä tehtävässä ryhmän jäseniä ei voinut valita.

Tuotekehitysryhmät saivat käyttöönsä ideoinnin tuloksena syntyneet lukuisat ideat tarjoilutavoista, maustamisesta, tarjoilusta ja esillepanosta. Reseptien alustava kehittäminen, samoin tarinoiden, miljöön ja toteutuksen ideointi jatkuivat ryhmissä oppitunneilla ja tehtävänä oppituntien välillä.

Toteutusajatuksia esiteltiin vielä koko luokalle, jolloin muut opiskelijat kommentoivat niitä ja esitivät vielä kehittämisideoita. Tämä vaihe oli tärkeä, jotta saatiin riittävästi eroja raaka-aineisiin, valmistustapoihin ja esillepanoon. Näin perusreseptit olivat valmiit ensimmäisiin testauksiin.



Opiskelijoita ohjeistettiin hakemaan myös tarinoita tuotteilleen. Tarinallistamista ohjasi markkinoinnin opettaja markkinoinnin opintojaksolla. tarinat kulkivat osana suunnitteluprosessia: tuotetta ja tarinaa ei voi irrottaa kokonaan toisistaan. Kalakeittoryhmä sai ajatuksen tarinaansa Mannerheimistä, joka nimitti haukea rantarosvoksi, eikä suostunut syömään sitä (Lehmusoksa & Lehmusoksa 2009). Ryhmä päätti kuitenkin näyttää, että hauesta saa maittavan keiton. Osalla ryhmistä tarinan ideointi jäi vähemmälle huomiolle, eikä tarina alkuvaiheessa vielä syntyneet. Kukin ryhmä suunnitteli toteutukseensa liittyvän rekvisiitan.

Tarinallistaminen on haasteellista. Ruokatuotannossa työskentelevät ovat tottuneet keskittymään enemmän tuotteeseen. Palvelun ja uusien tuotteiden kehittämisessä tarinallistaminen kuitenkin selkeyttää ja antaa suunnan kehitysprosessille.

## Tuotekehitykseen kuuluu testaus ja arviointi

Tunneilla laadittiin alustavat reseptit käytännön testausta ja kokeilua varten. Keittoannoksen tuli olla pieni, sillä asiakkaille tarjottiin neljä erilaista keittoa. Kunkin keiton annoskooksi määriteltiin noin 1,5 dl eli 150 g.

Ryhmät laativat alustavan reseptin Jamix-tuotannon ohjauksjärjestelmään, johon tehtiin myös raaka-ainetilaukset. Ryhmät testasivat reseptejään ja kirjäsivat raaka-aineisiin ja valmistukseen tulevat muutokset muistiin. Osa ryhmistä kokeili tuotteestaan useita eri vaihtoehtoja.

Opiskelijat arvioivat tuotteitaan yhteistoiminnallisesti ryhmissä ja pyysivät arviointia myös ohjaavalta opettajalta sekä satunnaisesti muilta ryhmiltä. Arvioinnissa voi käyttää myös arviointilomakkeita ja kerätä järjestelmällistä palautetta tuotteen ulkonäöstä, rakenteesta ja mausta.

Sienikeittoryhmä teki taikinakannen kahvikupista tarjottavalle keitolle voitaikinasta ja sämpylätaikinasta. Tuotteen arvioinnissa päädyttiin käyttämään ohraista sämpylätaikinaa, joka sopi rakenteeltaan ja maultaan paremmin sienikeitolle kuin voitaikina.

Kasviskeittoryhmällä oli vaikeuksia saada tuote sopivan paksuiseksi. Keitto oli tarkoitus tarjota kylmänä jalallisesta lasista. Tavoitteena oli koota kaksi eriväristä keittoa kerroksittain lasiin. Kylmän keiton tarjoilu vaatii keiton jäädyttämisen ja maun arvioinnin kylmänä sekä oikean paksuuden, jotta värit eivät sekoitu.

Tappaiskeittoryhmän sipulikeitto osoittautui maultaan erinomaiseksi. Maksan oikea kypsäysaste, palakoko ja maustaminen olivat ryhmäläisille haasteellisia.

Kalakeittoryhmän idea haukimurekepyöryköistä keitossa osoittautui toimivaksi ja pyöryköiden maku erinomaiseksi.

*Kuva: Manu Eloaho/Darcmedia*

Alkudrinkkir ryhmä päätyi vaihtamaan kokonaiset punajuuret punajuurimehuksi. Drinkki olisi siten nopeampi valmistaa kuin keittämällä mehu punajuurista. Drinkin maku puolestaan vaati useita kokeiluja.

Kokeilujen jälkeen tuotteiden reseptit kirjattiin korjattuina Jamiin ja raaka-aineet tilattiin varsinaista toteutuspäivää varten. Kaikki ryhmät saivat reseptin toimivaksi yhden kokeilukerran jälkeen. Usein tuotekehitys saattaa vaatia useita kokeilu- ja arviointikeroja ennen kuin tuote on valmis tuotantoon.

## Elämystapahtuman kaikki elementit on suunniteltava

Markkinoinnin suunnitteluun ei tässä tuotekehitysprojektissa tarvinnut paneutua. Tapahtuman järjestämisestä kokonaisvastuussa ollut Eteläsvolaisen ruokamatkailun kehittämishanke huolehti Elämyksellisestä keittotarjoilusta lehti-ilmoituksen ja markkinoitilaisuutta sähköpostitse. Opiskelijat kuitenkin laativat blogikirjoituksen ravintolan internetsivuille.



*Sienikeittoryhmä ideoi tapahtumaan yhdeksi keiton tarjoiluvaihtoehdoksi ohraleivän, jonka keskeltä leikattiin leipää pois ja täytettiin keitolla.*

Reseptin kehittämisen aikana opiskelijat jatkoivat esillepanon ja tarjoilun ideointia. Tilat oli sovittu jo aiemmin. Miljöösuunnittelu vaati sopimista ja yhteistyötä, jotta somistus, äänimaailmat, pukeutuminen ja tarjoilutavat olisivat eri ryhmillä keskenään erilaisia. Kukin ryhmä suunnitteli tarvittavat esivalmistelut ja laati raaka-ainetilaukset esivalmistettaviin tuotteisiin sekä varsinaiseen tapahtumapäivään.

## Asiakaspalautte ja arviointi

Tapahtuman aikana pyydettiin asiakkailta palautetta. Asiakkaat arvioivat kaikkien ryhmien toiminnasta tuotetta, miljöötä, palvelua ja uusien ideoiden saamista. Palaute oli erinomaista ja asiakkaat olivat palautteessaan nostaneet esille ryhmien vahvuudet ja kehittämiskohteet. Myös opiskelijat kiinnostivat omissa arvioissaan huomiota samoihin asioihin kuin asiakkaat. Opintojaksolla projektin loppuarvioinnissa arvioitiin opettajan kanssa myös opiskelijoiden tiimityötaitoja. Tiimissä toimiminen oli haasteellista, kun tässä projektissa ei voinut valita ryhmään parasta kaveriaan.

Erityisen ilahduttavaa oli se, että asiakkaat olivat saaneet uusia ideoita tuotteista ja tarjoilutavoista. Sienikeittoryhmän taikinakansi-idea oli uusi ja raikas ja keiton maku hyvä. Keitolle syntyi runsaasti



käyttökohteita alku- ja pääruokana tarjottavaksi. Tapaiskeittoryhmän vahvuus oli nostaa vanhaa perinnee esille uudistettuna. Sipulikeiton lisänä erikseen tarjottavat lisäkkeet saivat asiakkaat ideoimaan uutta ravintolakonseptia; keittoravintola, jossa saisi itse valita peruskeiton lisäkkeet.

Rantarosvon kalakeiton kalapyörykkäideaa pidettiin hyvänä; vähempiarvoinen kala saadaan maukkaaseen ja helposti syötävään muotoon, ja tuote sopii myös lapsille. Kasviskeittoryhmä sai kehuja maukkaasta kylmästä kerrosellisesta keitosta, jolle keksittiin useita muunteluideoita. Keiton mausteena käytetyt pihlajanmarjat sopivat ajankohtaan. Kasviskeittoa voidaan tarjota myös lämpimänä. Alkudrinkki punajuuresta oli raikas idea ja puolukasta, talkkunasta, maidosta ja kermasta tehty hämmästyshuttu maukas ja käyttökelpoinen jälkiruoka.

## Alkudrinkki ja jälkiruoka

Alkudrinkkiryhmä suunnitteli juoman, jolla asiakkaat toivotettiin tervetulleiksi. He suunnittelivat myös tilaisuuden kulusta kertomisen ja jakoivat asiakkaat ryhmiin kiertämään eri tarjoilupisteissä. Drinkkilasien pohjiin kiinnitettävät värilaput muodostivat asiakkaista neljä ryhmää. Ryhmä valmisteli tarinan alkudrinkin alkuperästä.

Elämysruokakierroksen jälkiruokana tarjottava hämmästyshuttu oli useille aivan uusi tuttavuus, jonka alkuperästä kerrottiin tarina.

*Kuvat: Manu Eloaho/Darcmedia*







*Hämmästyshuttu*



## **Punajuurimimosa**

*Vesi 1 dl*

*Sokeri 50 g*

*Punajuuri, tuore 500 g*

*Kuohuviini, rose 2 dl*

*Mansikka, 2 dl / 100 g*

1. Keitä vedestä ja sokerista sokeriliemi, n. 5 minuuttia.
2. Purista punajuuri mehuksi ja keitä mehua kokoon noin 30 minuuttia.

*Punajuuren sijaan voi käyttää valmista punajuurimehua.*

3. Yhdistä punajuurimehu ja sokeriliemi ja jäähdytä.
4. Soseuta mansikat.

*5. Laita shottilas pohjalle n. 1 cl mansikkasosetta.*

*6. Kaada lasiin n. 1 cl punajuuri-sokeriliemiseosta.*

*7. Kaada lasihin juuri ennen tarjoilua  
noin 2 cl kuohuviiniä.*

*Viinin sijasta voi käyttää  
kivennäisvettä.*

## **Hämmästyshuttu**

*(10 annosta, a 130 g)*

*Puolukka 8 dl / 500 g*

*Maito, kevyt, laktoositon 2,5 dl / 250 g*

*Sokeri 2 dl / 170 g*

*Vaniljasokeri 1 ¼ rkl / 14 g*

*Talkkunajauho n. 2dl / 160 g*

*Kuohukerma, laktoositon 2,5 dl / 250 g*

1. Survo puolukat.
2. Sekoita maito, puolukkasurvos ja sokerit.
3. Siivilöi talkkunat seokseen ja sekoita.
4. Vaahdota kerma, lisää varoen seokseen.  
Tarjoile kylmänä.

*Ryhmä:*

*Veera Kujansuu, Satu Laukkarinen  
ja Lauri Myllyoja*

## Rantarosvon kalakeitto

Rantarosvon kalakeitto sijoitettiin ulos telttakatokseen, jonne tehtiin myös avotuli. Keitto tarjoiitiin puulautasia muistuttavista kertakäyttöastioista. Tarina syntyi helposti Mannereheimin kala-aterioiden ympärille. Esivalmisteluun kuului kalapyöryköiden valmistaminen ennen tapahtumaa.

(10 annosta, a 300 g)

### **Kalapyörykät:**

Haukifile nahaton	500 g
Ruokakerma, 15 % laktoositon	1 ½ dl / 150 g
Korppujauho	4–5 rkl / 40 g
Kananmuna	2 kpl / 100 g
Suola	1 tl / 5 g
Valkopippuri jauhettu	vajaa 1 tl / 4 g

### **Keittopohja:**

Vesi	1,2 / 1,2 kg
Peruna	700 g
Porkkana	300 g
Purjo, viipale tuore	150 g
Voi	50 g
Kalaliemijauhe	2 rkl / 25 g
Ruokakerma, 15 % vähälaktoosinen	2 ½ dl / 250 g
Tilli, tuore	10 g
Sitruuna	10 g

### **Kalapyörykkäaikina:**

1. Jauha nahattomat haukifileet hienoksi monitoimikoneella.
2. Sekoita joukkoon kerma, korppujauhot ja muna.
3. Mausta suolalla ja valkopippurilla.
4. Nosta kylmään tekeytymään siksi aikaa, kun valmistelet keiton.

### **Keitto:**

1. Pese varhaisperunat juuresharjalla ja leikkaa isommat perunat puoliksi.
2. Pese ja kuori tarvittaessa porkkanat ja leikkaa viipaleiksi.
3. Halkaise purjo, huuhtelee ja leikkaa viipaleiksi.
4. Kuumenna voi kattilassa. Lisää kasvikset ja kuullota viitisen minuuttia.
5. Lisää vesi ja kalaliemikuutiot. Kiehauta ja keitä noin 10 minuuttia.
6. Pyörittele haukimureketaikinasta pieniä pullia ja nostele keiton joukkoon kypsymään.
7. Kypsennä noin viisi minuuttia, kunnes perunat ja porkkanat tuntuvat kypsiltä.
8. Lisää kerma ja kiehauta.
9. Lisää keittoon runsaasti hienonnettua tilliä.



## Hasviskeitto



Kasviskeittoyhmän kabinettila suunniteltiin cocktailtilaisuuden tyyliin ilman istumapaikkoja. Kylmä keitto tarjoiltiin lasista. Väritys suunniteltiin oranssin sävyihin syksyisistä pihlajanmarjoista ja pihlajanlehdistä. Tarinan kerrontaan oli useita ideoita, mutta ryhmällä oli vaikeuksia tarinan lopullisessa muotoilussa. Kasviskeitto valmistettiin ennakoon, jotta se ehti jäähtyä ennen tilaisuutta.

### **Pihlajanmarja-porkkana- sosekeitto** (10 annosta, a 150 g)

#### **Oranssi porkkanasosekeitto**

10 annosta, a 50 g

Porkkana kuorittu	250 g
Sipuli kuorittu	70 g
Vesi	200 g
Valkoviini, kuiva	30 g
Hunaja	15 g
Kasvisfondi tai liemijauhe	5 g
Kuohukerma	50 g
Voi	20 g
Suola	
Mustapippuri	

<b>Pihlajanmarjasose</b>	50 g
Pihlajanmarjoja	100 g
tilkka vettä	

1. Keitä pihlajanmarjat kypsäksi pienessä nestemäärässä.
2. Soseuta marjat ilman vettä ja paseeraa.

#### **Keitto**

1. Kuori ja paloittele vihannekset.
2. Kuullota vihannekset kattilassa voissa.
3. Lisää vettä niin, että vihannekset juuri peittyvät.
4. Soseuta kypsät vihannekset (jos vettä on liikaa, voi ylimääräisen kaataa toiseen astiaan ja tarvittaessa lisätä keittoon).
5. Mausta keitto valkoviinillä, suolalla, hunajalla ja pippurilla.
6. Lisää pihlajanmarjasosetta varoen ja maistellen.

### **Keltainen porkkanasosekeitto**

(10 annosta, a 100 g)

Porkkana keltainen kuorittu	200 g
Peruna kuorittu	160 g
Palsternakka kuorittu	350 g
Sipuli kuorittu	65 g
Vesi	400 g
Koskenlaskija-sulatejuusto	100 g
Voi	20 g
Kuohukerma	50 g
Kasvisfondi	10 g
Suola	
Mustapippuri	

1. Kuori ja paloittele vihannekset.
2. Kuullota vihannekset voissa.
3. Soseuta kypsät vihannekset (jos vettä on liikaa, voi ylimääräisen kaataa toiseen astiaan ja tarvittaessa lisätä keittoon).
4. Mausta ja lisää loput aineet.

Keitot jäähdytetään ja kootaan kylminä varovasti kerroksittain lasiin. Tarjotaan alkuruokana. Sopii myös cocktailtilaisuuden tarjoiluun. Voidaan tarjota myös lämpimänä.

Ryhmä: Annamari Hänninen,  
Stella Koskelainen ja Krista  
Rantanen



Kuva: Manu Eloahol  
Darcmedia



## Moderni tappaiskeitto

*Tappaiskeittoryhmä ideoi kabinettiin ”savutupa”-tunnelmaa. Ryhmä laati seinälle heijastettavan diaesityksen suomalaista vanhoista valokuvista. Savutupaan saatiin savua polttamalla savupuruja. Tarina muotoutui tarjoilutavan ja suomalaisen tappaisperinteen ympärille. Ruutupaidat, vilttibatut, esiliinat, pöytä- ja lautasliinojen väritys tukivat ideaa.*

### **Moderni tappaiskeitto** (10 annosta, a 300 g)

<i>Sipuli</i>	800 g	<i>Lisäksi:</i>	
<i>Rypsiöljy</i>	40 g	<i>Naudan maksa</i>	400 g
<i>Lihaliemi</i>	1,4 l	<i>Riistamakkara</i>	400 g
<i>Valkosipulin kynsi</i>	2 kpl	<i>Öljy</i>	10 g
<i>Mustapippurirouhe</i>	½ t / 3 g	<i>Suola</i>	
<i>Timjami</i>	1 t / 3 g	<i>Mustapippuri</i>	
<i>Valkoviini</i>	1,5 dl		
<i>Suola</i>	5 g		

1. Kuori sipulit ja leikkaa ne ensin kahtia ja sitten viipaleiksi.
  2. Kuumenna rasva kattilassa ja kuullota sipulit.
  3. Lisää liemi, puserretut valkosipulin kynnet, mustapippuri ja timjami ja keitä kunnes sipulit ovat pehmeät, noin tunti.
  4. Mausta keitto valkoviinillä ja tarvittaessa suolalla.
  5. Paloittele ja paista makkara ja maksa pannulla öljyssä ja lisää keittoon.  
Maksaa voi maustaa suolalla ja pippurilla.
- Voit myös tarjoilla makkaran ja maksan erikseen, jolloin jokainen voi koota itse oman keittonsa haluamillaan täytteillä.*

*Ryhmä: Ulla Hänninen, Tanja Ottelin  
ja Anna Yli-Kovanen*





*Kuva: Shutterstock*

## Sienikeitto

Sienikeittoryhmä päätyi noutopöytätarjoiluun. Keittojen taikinakannet tehtiin ajoissa valmiiksi ja tuotteet pidettiin lämpimänä lämpöhautessa. Pöydän ja miljöön koristeluun haettiin ideat suomalaisesta havuisesta metsämaisemasta. Tarina syntyi sienen ja ohran ympärille.

### Kantarellikeitto ohrakannen alla

(10 annosta, a 250 g)

Kantarelli tuore tai säilyke	8 dl / 500 g
Voi	50 g
Sipuli, salotti	100 g
Vesi	1,3 / 1,3 kg
Kasvisfondi	½ dl / 60 g
Valkoviini, kuiva	2 ½ dl / 250 g
Ruokakerma, vähälakt.	3 ½ dl / 350 g
Suola	
Pippuri	

1. Kuumenna rasva kattilassa ja kuullota sienisipuliseosta, kunnes sienistä irronnut neste on haihtunut.
2. Lisää valkoviini, vesi ja kasvisfondi.
3. Mausta ja lisää kerma, kuumenna.
4. Tarkista maku.
5. Jos keitto on liian ohut, sitä voi saostaa kylmään veteen sekoitetuilla vehnä jauhoilla.

### Ohrakannet

Piimä rasvaton	5 dl / 500 g
Sokeri	1 tl / 5 g
Suola	½ tl / 3 g
Hiiwa kuivattu	10 g
Ohrajauho	5 dl / 280 g
Vehnäjauho	5 dl / 330 g
Oliiviöljy	1 rkl / 15 g

1. Lämmitä piimä käden lämpöiseksi ja lisää siihen sokeri ja suola.
2. Sekoita kuivahiiva jauhoihin ja sekoita jauhot ja oliiviöljy piimän joukkoon.
3. Alusta taikinaksi.
3. Nostata taikina kaksinkertaiseksi liinan alla n. ½ h.

### Annosten kokoaminen

1. Kaulitse ja muotoile taikinasta pyöreitä paloja, jotka ovat hiukan keittokupin suuaukkoa suurempia.
2. Jaa kantarellikeittoa 2 dl uunikestäviin annoskeittokulhoihin tai teekuppeihin.
3. Kostuta kuppien reunat vedellä ja nostele taikinapalat tiiviisti kuppien päälle
4. Anna kohota 10 min.
5. Paista uunissa keskitasolla 225 °C:ssa noin 10–12 minuuttia, kunnes taikinakuori on kypsynyt kauniin ruskeaksi.

Ryhmä: Milla Barck, Maiju Huisman ja Katri Hyvärinen

Lähteet:

Hyppönen, Olli & Lindén, Satu. 2009. Opettajan käsikirja – opintojaksojen rakenteet, opetusmenetelmät ja arviointi. Teknillisen korkeakoulun Opetuksen ja opiskelun julkaisuja 4/2009. Espoo.  
Lehmusoksa, Risto & Lehmusoksa, Ritva. 2009. Mannerheimin pöydässä. Gummerus Oy



## Turvallisesti ruokaa luonnossa

Lapsuudesta on jäänyt varmasti kaikille muistoja siitä, kuinka eväitä pakattiin reppuun ja mentiin lähimetsään tai muualle luontoon syömään niitä. Luonnossa ruokailu on elämys myös aikuisena. Sen ovat monet matkailu- ja maaseutuyrittäjätkin huomanneet tarjoamalla asiakkailleen joko tapahtumallista ruokailua maastossa tai eväät mukaan omatoimiretkelle. Hienoja ideoita keksittäessäkin on tärkeää kuitenkin muistaa elintarviketurvallisuuden toteutuminen kaikissa tilanteissa.

Viime vuosina kansallinen elintarvikelaki (23/2006) ja sen myötä lainsäädännön velvoitteet muuttuvat jatkuvasti. Aiemmin hyvin pitkälle säädelystä ja valvotusta elintarviketoiminnasta, jota ei voinut aloittaa ennen kuin viranomainen oli sen hyväksynyt, on tultu hyvin sallivaan järjestelmään, jossa ei ole mitään ennakkovalvontaa.

Nykyään kaikkea saa tehdä hyvin vapaasti, kunhan lakien velvoitteet täyttyvät. Elintarviketoimintaa sääteleviä lakeja tosin on kymmenittäin elintarvikelain (23/2006) lisäksi. Lainsäädännön nopeat muutokset voivat olla ongelmallisia toimijalle (yrittäjälle), sillä hänen tulee olla selvillä omaa toimintaansa koskevasta lainsäädännöstä koko ajan.

### Muista ilmoitus ennen toiminnan aloittamista

Ruoan käsittely-, varastointi- ja tarjoilupaikkaa kutsutaan lainsäädännössä yleisnimellä elintarvikehuoneisto. Vuonna 2011 voimaan tullessa elintarvike-

lain muutoksessa siirryttiin elintarviketoiminnassa elintarvikehuoneistojen ja omavalvontasuunnitelman ilmoitusmenettelyyn. Aikaisemmin vaadittiin elintarvikehuoneistojen ennakkohyväksyntä. Nyt riittää, että yrittäjä tekee ilmoituksen paikalliselle valvontaviranomaiselle neljä viikkoa ennen elintarviketoiminnan aloittamista.

Kun ilmoitus on tehty, elintarvikeviranomainen lähettää yrittäjälle kirjeitse tiedon ilmoituksen käsitteystä ja yrittäjän merkitsemisestä valvontarekisteriin. Tämän ilmoituksen saatuaan yrittäjä voi aloittaa varsinaisen toiminnan. Terveystarkastaja tulee ensimmäiselle tarkastuskäynnille omavalvontasuunnitelman mukaisesti. Tuolloin myös varsinainen omavalvontasuunnitelma tulee olla esitettävissä terveystarkastajalle.

### Elintarvikelaki mahdollistaa ruoanvalmistuksen luonnossa

Elintarvikelaissa (23/2006) on esitetty määritelmät kahdelle erilaiselle elintarvikehuoneistolle. Laissa määritellään elintarvikehuoneistoksi paikka, joka on mikä tahansa huoneisto tai rakennus, niiden osa tai ulko- tai sisätila, jossa valmistetaan, säilytetään, kuljetetaan, pidetään kaupan, tarjoillaan tai muuten käsitellään myytäväksi tai muuten luovutettavaksi tarkoitettuja elintarvikkeita. Edellä kuvattu ei kuitenkaan koske alkutuotantopaikkaa.

## Elintarviketurvallisudessa keskeiset tekijät

Elintarvikehygieniasetuksessa (EY) 852/2004 on määritelty keskeiset elintarviketurvallisuuteen vaikuttavat tekijät, jotka tulee huomioida työskennellessä elintarvikkeiden kanssa.

### Henkilökohtainen hygienia

Huolellinen ja säännöllinen käsienpesu on tärkein elintarvikkeiden hygieenisen käsittelyn edellytys. Henkilökunnalla täytyy olla mahdollisuus henkilökohtaiseen hygieniaan eli saniteettitiloihin ja käsienpesuun.

Suojakäsineiden käyttö ei poista tarvetta käsien pesemiselle. Suojakäsineiden käytön tarkoitus on suojata elintarvikkeita käsien kautta leviävältä lialta. Jos suojakäsineitä käytetään, ne tulee vaihtaa riittävän usein eikä niillä tulisi koskea mitään muuta kuin elintarviketta. Tämä täytyy huomioida, mikäli henkilökunnan tehtäviin kuuluu samalla myös rahastus.

### Hygieeniset pinnat ja välineet

Elintarvikkeiden kanssa kosketuksiin joutuvien pintojen pitää olla helposti puhdistettavia. Laki edellyttää sileiden, pestävien, ruostumattomien ja myrkyttömien materiaalien käyttöä, ellei toimija pysty osoittamaan, että muut käytetyt materiaalit ovat soveltuvia. Tämä täytyy huomioida esimerkiksi tarjoiltaessa ruokaa puupäreiltä tai vastaavilta pinnoilta.

Työkalujen ja astioiden puhdistamiseen tulee olla asianmukaiset menetelmät. Jos yrittäjä puhdistaa elintarvikkeita itse, on huolehdittava puhdistusmenetelmän hygieenisyydestä. Tällaista elintarvikkeiden puhdistusta on esimerkiksi multajuuresten käsittely tai perkaamattoman kalan valmistus ruuaksi.

### Riittävästi talousvettä

Elintarvikehygieniasetus (EY) 852/2004 velvoittaa myös pitämään kuumaa ja/tai kylmää juomavettä riittävästi saatavilla. Tällä tarkoitetaan Suomessa yleisemmin käytettyä termiä talousvesi, jota tarvitaan muuhunkin ruuanvalmistukseen ja käsittelyyn kuin vain juomiseen.

Luonnonvesien käyttöä tulee arvioida perusteellisesti ennen käyttöä. Perunoiden pesua järvessä ennen keittämistä ei voitane pitää riskitoimintona, mutta luonnonlähteen veden tarjoamista ruokajuomaksi kannattaa välttää, jos veden laatua ei tutkita säännöllisesti.

### Minimoitava saastumisriski

Elintarvikkeet tulee sijoittaa ja säilyttää siten, että saastumisriski voidaan välttää niin hyvin kuin käytännössä on mahdollista. Erityisesti on kiinnittävä huomiota eläinten ja tuhoeläinten aiheuttamaan saastumiseen. Kärpäset kuuluvat kesällä Suomen luontoon, mutta elintarvikkeisiin ja elintarvikkeiden valmistus- ja säilytystiloihin ne eivät kuulu, jyrksijöistä tai linnuista puhumattakaan. Elintarvikkeet tulee pitää riittävän hyvin suojattuina jokaisessa vaiheessa ennen pääsyä asiakkaan suuhun.

### Oikeat lämpötilat ja niiden valvonta

Elintarvikkeiden pitämiseksi sopivassa lämpötilassa tulee olla tilat ja välineet. Lämpötiloja täytyy myös valvoa, jotta tiedetään pystytäänkö lämpötiloja koskevat velvoitteet täyttämään.

### Jätteiden käsittely

Toiminnasta syntyy jätteitä, jotka varastoidaan ja hävitetään hygieenisesti. Maastossa ruokailtaessa ruuantähteitä ei ole toivottavaa hävittää maastoon. Kaikki kiinteät sekä nestemäiset jätteet tulee kerätä, säilyttää ja hävittää asianmukaisesti.







Liikkuvaksi elintarvikehuoneistoksi laki määrittelee siirrettävän tai väliaikaisen tilan kuten kioskin, myyntiauton, telttakatoksen, kojun tai muun liikkuvan laitteen. Yleisessä elintarvikehygienia-asetuksessa (EY) nro 852/2004 liitteen II luvussa III rinastetaan yksityinen asunto siirrettäväksi tai väliaikaiseksi tilaksi. Tämä mahdollistaa esimerkiksi bed and breakfast -tyyppisessä toiminnassa asiakkaalle mukaan annettavaksi eväspaketin teon.

Laissa (elintarvikehygienia-asetus (EY) 852/2004) olevassa liitteessä on kuvattu hyvin yksityiskohtaisesti, millaisia vaatimuksia tällaisen liikkuvan elintarvikehuoneiston, johon koti tai maasto luetaan, pitää täyttää. Keskeistä näissä velvoitteissa on, että elintarviketurvallisuus saadaan ylläpidettyä kaikissa tilanteissa ja olosuhteissa.

## Kuumana ja kylmät kylmänä

Elintarvikehuoneistoasetuksessa (1367/2011) määritellään helposti pilaantuvien elintarvikkeiden lämpötilavaatimukset. Elintarvikkeiden lämpötilahallinta on keskeistä elintarviketurvallisuuden ylläpitämiseksi. Kiinteässä elintarvikehuoneistossa, jossa on asianmukaiset jäähdytys- ja kuumennuslaitteet, lämpötilanhallinta on huomattavasti helpompi toteuttaa kuin maastossa. Maastoruokailu edellyttää kuitenkin samojen lämpötilavaatimusten toteuttamista kuin kiinteässä elintarvikehuoneistossa.

Toimittaessa olosuhteissa, joissa sähköä ei ole saatavissa, sääolot vaihtelevat päivittäin ja mahdollisesti aikataulut eivät toteudu, joudutaan usein miet-

timään myös vaihtoehtoisia ratkaisuja; kuinka saada hellepäivänä kylmänä säilytettävät tuotteet pysymään kylminä, kun ryhmä myöhästyy ruokailusta pari tuntia. Tai milloin ruoka on vielä sellaista, että sitä uskaltaa turvallisesti tarjoilla?

Yksi helpoimmista lämpötilahallinnan ratkaisuista on ruokalistasuunnittelu. Karsimalla tarjottavista kaikkein herkimmät tuotteet, kuten tuore kala tai kermatäytekakku, saadaan huomattavasti helpommin hallittava kokonaisuus. Tämä kannattaa ottaa huomioon sekä joukkoruokailun järjestämisessä luonnossa, vaikkapa melontaretken lomassa, että matkailijoiden mukaan annettavan eväspaketin suunnittelussa. Vaikka matkailija hautoisi eväspaketiaan iltaan asti hellepäivänä auton takaikkunalla tai pyörän tarakalla ennen syömistä, niin eväspaketin tarjoava yrittäjä on vastuussa sen turvallisuudesta.

Elintarvikehuoneistoasetuksessa on säädetty säilytys- ja myyntilämpötiloja eräille elintarvikeryhmille. Tuoreen kalan säilytyslämpötila on sulavan jään lämpötila eli noin 0 °C Tämä edellyttää, että kala on peitetty jäällä. Jääkerroksella astian pohjalla ei välttämättä saavuteta tuotteessa vaadittua lämpötilaa. Valtaosalle elintarvikkeista lämpötilavaatimus säilytyksessä on 6 °C:tta.

Elintarvikehuoneistoasetus (1367/2011) edellyttää kuumana tarjoiltavan ruuan lämpötilaksi vähintään 60 °C. Kylmäsäilytystä vaativien, helposti pilaantuvien elintarvikkeiden lämpötila ei saa nousta tarjotuaikana yli 12 °C:een. Elintarvikkeen kannalta vaarallinen lämpötila-alue on 6–60 °C. Lyhytkin säilytys riskilämpötila-alueella voi pilata elintarvikkeen ja

tehdä siitä terveydelle vaarallisen, koska riskilämpötiloissa useat haitalliset mikrobit viihtyvät ja lisääntyvät.

## Ruoanvalmistus ja tarjoilu luonnossa

Maastossa tai ulkona tapahtuvan ruoan valmistuksen ja tarjoilun olosuhteet edellyttävät, että ruokaa valmistetaan vain paikan päällä syötäväksi tai kotiin viemistä varten. Hygieeninen ruoanvalmistuksen pitää tapahtua riittävän erillään muista toiminnoista riittävästi suojatussa paikassa. Suoja voi olla esimerkiksi telttakatos, laavu, kota tai muu tila, jossa on riittävä suojaus mielellään sivuilta, takaa ja päältä.

Käytettävien raaka-aineiden tulisi olla esikäsitelty eli pesty, kuorittu ja paloiteltu asianmukaisissa tiloissa. Elintarvikkeiden kuljetuksessa valmistus- ja tarjoilupaikalle täytyy huolehtia niiden asianmukaisesta suojaamisesta ja muistaa lämpötilahallinta. Lämpötilat eivät saa nousta kuljetuksen aikaan. Kuljetuskaluston pitää soveltua elintarvikkeiden kuljettamiseen ja sen puhdistamisesta tulee huolehtia.

### Esivalmistelussa muistettava nopea kylmäjäähdytys

Jos halutaan esivalmistella tarjottavaksi kylmäsäilytystä vaativa tai myöhemmin kuumennettavaksi tarkoitettu elintarvike, on se välittömästi valmistuksen jälkeen jäähdytettävä 6 °C:een tai alle enintään neljässä tunnissa. Normaaleja kylmäsäilytyslaitteita ei ole tarkoitettu tällaiseen toimintaan eikä niiden teho yleensä riitä edellä mainitun jäähdytysnopeuden saavuttamiseen. Aikaa ja lämpötilaa kannattaa mitata, jotta vaatimuksen edellytys saadaan täytettyä.

### Helposti pilaantuvien elintarvikkeiden tarjoilu

Pakkaamattomia, helposti pilaantuvia elintarvikkeita saa pitää tarjolla enintään neljän tunnin ajan, minkä jälkeen ne tulee hävittää eli niitä ei voi laittaa uudelleen tarjolle. Helposti pilaantuvia elintarvikkeita ovat sellaisia, joita täytyy säilyttää joko kylmässä tai kuumassa, eli ne eivät säily huoneen lämmössä. Tällaisia tuotteita ovat esimerkiksi valmiit ruoka-annokset, osa maitotuotteista, liha ja lihavalmistet – kuten makkarat – raaka kala ja kalajalosteet, leivokset ja kakut, joissa on täytteenä tai koristeena kermaa tai vastavaa täytettä, sekä pilkotut tai raastetut kasvikset ja hedelmät.

### Ruokien lämpötiloja tarkkailtava maastossa

Ulkona erityisesti auringonpaahde ja lämmin ilma asettavat haasteita jäähdytykselle ja kylmänä pitämiselle. Toisaalta kylmä ilma tai kova tuuli saattavat haitata ruoan kuumennusta tai valmistamista. Vaikka ruoka saadaan valmistettua paikan päällä riittävän kuumaksi ja se nautitaan välittömästi, lämpötiloista tulee huolehtia kuljetuksen ja mahdollisen odotusajan ajanakin.

Kylmänä säilytettäviä/tarjottavia ruokien lämpötiloja on helppo säädellä jäällä maastossa. Ongelmaksi saattaa muodostua riittävän jäämäärän saaminen tai sulavan jään lämpötila voi olla liian kylmä joillekin elintarvikkeille. Jäähdyttämisen onnistumista ja säilytettävien elintarvikkeiden lämpötilaa tulee seurata omavalvonnassa mittauksilla.



## Talousvesi

Useimmiten maastossa käytettävä talousvesi joudutaan kuljettamaan ruokailupaikalle. Vettä tarvitaan ruokajuomaksi, kahvinkeittoon, käsiensuun ja mahdollisesti välineiden puhdistukseen. Veden kuljettamiseen ja varastointiin tarkoitettujen astioiden puhtaudesta tulee huolehtia. Käyttökertojen välillä astiat säilytetään tyhjinä ja kuivina. Astiat täytetään jokaista käyttökertaa varten talousvedeksi luokitellusta vesilähteestä eli kunnallisesta tai osuuskunnan verkostosta tai omasta kaivosta, jonka veden laatua valvotaan säännöllisillä tutkimuksilla.

### Talousvesi

Talousvesi on vettä, jota käytetään kotitalouksissa juomavetenä ja ruoan valmistamiseen sekä elintarvikealan yrityksissä tuotteiden valmistamiseen.

Talousvedessä ei saa olla pieneliöitä tai loisia tai mitään aineita sellaisina määrinä tai pitoisuuksina, joista voi olla vaaraa ihmisten terveydelle.

## Asiakas mukaan ruoanvalmistukseen

Joskus voi olla mielekästä tarjota asiakkaalle omatoimista tekemistä luontoruokailun yhteydessä. Se on mahdollista, kunhan vain huolehditaan riittävästä hygieniasta työskentelyssä. Asiakas voi tehdä muutakin kuin paistaa oman makkaransa. Valmiista taikinasta asiakas voi muotoilla oman tikkupullansa tikun nokkaan mainiosti. Keskeistä on miettiä, mikä eri toiminnoissa on oikeasti riski elintarviketurvallisuudelle.

Jos halutaan osallistaa asiakkaita ruoanvalmistuksessa, tulee varata riittävästi käsiensuunmahdollisuuksia tai kertakäyttöisiä suojakäsineitä, jotta voidaan taata hyvä käsihygienia. Lisäksi varataan kaikkia muitakin tarvittavia työskentelyvälineitä riittävästi, jotta jokaiselle riittää omat välineet eikä turhaan aiheuteta ristikontaminaatiota.

Julkiisuudessa esillä olleita hygieniapasseja ei tarvitse asiakkailta edellyttää, vaikka laavulla tarjottava keitto tehtäisiin porukalla. Asiakas voi osallistua sipulin pilkkomiseen, perunoiden pesuun tai muihin vastaaviin tehtäviin mainiosti ilman hygieniapassia. Jos joku asiakkaista on flunssainen tai on sairastanut vatsataudin äskettäin, voi hänelle antaa tehtäväksi mieluummin nuotion ylläpidon kuin ruoan käsittelyn. Tämän tiedon saanti edellyttää asian kysymistä asiakkailta ennen tehtävien jako



## Elintarvikkeiden valmistus kotona

Elintarvikkeita voidaan tietysti edellytyksin valmistaa myös kotikeittiössä ilman, että tarvitsee varata erillistä tilaa toiminnalle. Elintarvikealan toiminta on siten mahdollista aloittaa kotona, jos työskentely pystytään järjestämään hygieenisellä tavalla eikä asumisen aiheuta riskiä käsiteltäville elintarvikkeille. Elintarvikehuoneistoa ei saa käyttää asumiseen tai muuhun tarkoitukseen niin, että siitä saattaa aiheutua terveysvaaraa (Elintarvikelaki 23/2006 § 10). Ammatimaista kotona tehtävää elintarvikkeiden käsittelyä pidetään elintarvikehuoneistotoimintana, josta on tehtävä ilmoitus valvontaviranomaiselle.

Tällaiset kotiin järjestetyt elintarvikehuoneistot ovat kuitenkin perustuslain mukaisen kotirauhan piirissä eikä viranomaisen tule tekemään sinne tarkastuksia. Toimintaa kyllä valvotaan. Yrittäjä vastaa omasta toiminnastaan ja siitä mahdollisesti aiheutuvista seurauksista. Kotikeittiössäkin tulee olla omavalvontasuunnitelma ja keinot riskien hallitsemiseksi. Esimerkiksi lemmikkieläimiä ei sallita elintarvikkeiden valmistustilassa.

Vaikka elintarvikkeiden käsittely ja valmistus on elintarvikelain mukaan sallittua, niin joitakin rajoituksia on. Eläimistä saatavien elintarvikkeiden, kuten lihan, kalan, maidon tai munien, käsittely ja valmistus eivät ole mahdollista kotiin perustettavassa elintarvikehuoneistossa, koska tällainen toiminta edellyttää laitosta. Kotikeittiössä ei esimerkiksi voi valmistaa makkaraa, lihapullia tai juustoa.

## Toimija vastaa ruokaturvallisuudesta

Nykyinen lainsäädäntö on hyvin salliva monille erilaisille toiminnoille elintarviketoiminnassa. Sallivuus tuo kuitenkin yrittäjälle veloitteen ja odotuksen olla selvillä omaa toimintaansa koskevasta lainsäädännöstä. Lisäksi yrittäjän tulee tehdä oman toimintansa tueksi omavalvontasuunnitelma, jossa kuvataan toimintaan liittyvät elintarvikeriskit ja keinot niiden hallitsemiseksi. Todentaakseen suunnitelman toteuttamisen ja toimivuuden, yrittäjän tulee dokumentoida toimintaansa omavalvontaveloitteiden perusteella.

Etenkin kotona tapahtuvaa elintarvikevalmistusta valvotaan hyvin pitkälti toimijan omien kirjauksien pohjalta, koska varsinaisia tarkastuskäyntejä ei tehdä. Tämä vie myös toimijalta yhden keinon hankkia ajankohtaista tietoa muuttuvista säädöksistä ja veloitteista, sillä usein tarkastuskäynnillä oleva terveystarkastaja on se ensisijainen tietolähde alalla tapahtuvista muutoksista.

Ennen toiminnan aloittamista on hyvä panostaa etukäteissuunniteluun, jota myös omavalvontasuunnitelma edustaa, ja siten pyrkiä minimoimaan toiminnasta aiheutuvat riskit. Edellytys riskien tunnistamiselle on riittävä elintarvikehygieeninen osaaminen ja omaa toimintaansa säätelevän lainsäädännön tuntemus. Usein hyvien ideoiden toteutus saattaa jäädä kesken, koska etenkin lainsäädännön veloitteet saattavat tuntua ylivoimaisilta. Paikalliselta valvontaviranomaiselta, erilaisilta neuvontajärjestöiltä ja alan koulutusta tarjoavilta oppilaitoksilta saa yleensä apua, ja niihin kannattaakin olla yhteydessä jo suunnitelmien alkuvaiheessa.





*Lähteet ja lisätietoja:*

*Elintarvikehygienia-asetus (EY) 852/2004*

*Elintarvikelaki 23/2006*

*Elintarvikehuoneistoasetus 1367/2011*

*Eviran ohje 16025/3 ilmoitettujen elintarvikehuoneistojen elintarvikehygieniasta*

*Eviran ohje 16022/3 ulkomyynnistä*

*Sosiaali- ja terveysministeriön asetus talousveden laatuvaatimuksista ja valvontatutkimuksista 461/2000*

## Ruokanautinto luonnon helmassa

Ruokaelämyksestä luonnon helmassa voi nauttia myös ilman, että ruoka valmistetaan luonnossa. Mustilan Viini Oy tarjoaa picnic-lounaita Arboretum Mustilassa.

Mustilan Viini Oy sijaitsee Elimäellä valtatie 6:n varrella. Välittömässä läheisyydessä ovat Arboretum Mustila, Piika ja Renki -myymälä sekä Alppuruusu, jossa on kahvilapalvelujen lisäksi tarjolla lähiseudun yrittäjien elintarvikkeita ja käsitöitä.



*- Puhtaus, aitous ja jäljitettävyyys ovat tärkeimpiä asioita meidän toiminnassamme. Tuotteiden tausta pitää pystyä kertomaan asiakkaalle, Mustilan Viini Oy:n tihetööri Maria Tigerstedt kertoo.*

Rakkaus ruokaan innoitti Maria Tigerstedtin perustamaan reilu 15 vuotta sitten Mustilan Viini Oy:n. Raaka-aineet Mustilan Viini Oy:n tuotteisiin tulevat Mustilan kartanon mailta sekä paikallisilta paimijoilta.

Paikalliset elintarvikkeet ovatkin keskeisiä raaka-aineita kaikissa Mustilan Viini Oy:n tuotteissa sekä yrityksen järjestämissä tilaustarjoiluissa. Tarjolle voidaan tuoda speltpiirakkaa picnic-ruoaksi Arboretumiin, strutsipataa tai vaikkapa paikallisista kasviksista tehtyä keittoa.

Arboretum Mustila tarjoaa mahtavat puitteet Mustilan Viini Oy:n picnic-lounaalle. Maria Tigerstedt valmistaa picnicillä tarjottavat tuotteet etukäteen yrityksen elintarvikehuoneistoksi hyväksytyissä tiloissa. Juuri ennen picnicin alkua hän tai yrityksen työntekijä käy viemässä picnic-tuotteet tarjoilupaiikkaan. Ruokien kuljetuksissa tarjoilupaiikalle käytetään kylmälaukkuja ja termoksia. Tarjottavien suunnittelussa on pyritty huomioimaan elintarvikeeturvallisuus.

Asiakkaiden saavuttua Mustilan Viini Oy:n Maria Tigerstedt johdattaa heidät lyhyen kävelymatkan päähän Arboretumiin picnic-paikalle. Matkalla ruokapaikalle voi ihailla Arboretumin upeita istutuksia. Perillä odottaa luonnon keskelle katettu picnic-pöytä, ja asiakkaat pääsevät heti nauttimaan pöydän herkuista.

*Kuvat: Taina Harmoinen*





*Maria Tigerstedt tarjoaa picnic-lounalla kehittelemäänsä herkullista spelttipiirakkaa. Piirakan kanssa Maria tarjoaa itse kasvattamistaan vihanneksista koottua salaattia sekä Maria Mamman maukkaita hyytelöitä ja Mustan Everstin kynsiä. Ruokajuomana on vesi tai marjamehu. Jälkiruokana tarjoillaan esimerkiksi kahvia ja marjapiirakkaa.*





# Innostus villivihannesten käyttöön on vallannut koko Suomen

## - kaupallisessa käytössä huomioitavaa

Luonnonkasvit kiinnostavat, koska ne ovat ekologista lähiruokaa, kasvavat ilman tuotantopanoksia ja niillä on erinomainen ravintoainetiheys. Luonnonkasvien perinteisen pienimuotoisen tee-, mauste- ja annoskoristekäytön rinnalle onkin muutamassa vuodessa noussut ”villikasvivillitys”.

Luonnonkasveista käytetään myös nimiä villiyrtilt, villivihannekset, luonnonyrtilt tai kreikkalaisperäinen horta. Syötävistä kasveista kielitoimisto suosittelee käytettäväksi villivihannes-sanaa, mutta jos kasvia käytetään mausteena tai lääkkeenä, suositellaan villiyrtilti-nimeä. Kasvien käyttöön opastavien kurssien kysyntä on suurta, ja tällainen toiminta sopiikin mainiosti myös luonto-, ohjelmapalvelu- tai matkailuyrityksiin. Aiheesta on julkaistu lukuisia kirjoja, lehtiartikkeleja ja blogeja, ja tietoa kasveista on runsaasti tarjolla. Kaupallisen toiminnan tietoon on suhtauduttava kriittisesti ja on huomioitava myös lainsäädännön vaatimukset.

## Toimija on vastuussa tuotteiden ja palveluiden turvallisuudesta

Kasvit on tunnistettava 100-prosenttisesti, kun niitä kerätään elintarvikekäyttöön. Tietyillä kasveilla on myrkyllisiä näköislajeja. Turvallisuusriskejä voi-

vat aiheuttaa vierasaineet, kuten raskasmetallit, kasvinsuojeluaineet tai hometoksiinit. Riskejä voidaan minimoida keräämällä kasvit keruuohjeiden mukaisesti puhtailta alueilta sekä käsittelemällä ja säilyttämällä ne oikein. Kasveissa itsessään voi olla erilaisia aineita, jotka suurina määrinä voivat olla haitallisia, esimerkiksi suolaheinän oksalaatti. Kun toiminta on kaupallista, yleisten elintarvikelainsäädännösten lisäksi on tunnettava erityisesti uuselintarvikeasetus (EY) N:o 258/97 sekä ravitsemus- ja terveysväiteasetus (EY) N:o 1924/2006.

## Uuselintarvikeasetus rajoittaa luonnonkasvien käyttöä

Vuonna 1997 voimaan tulleen uuselintarvikeasetuksen mukaan kasvilla tai kasvin osalla on oltava merkittävää elintarvikekäyttöä ennen vuotta 1997 Suomessa tai muualla EU:n alueella, jotta sitä voisi vapaasti käyttää elintarvikkeena. Muussa tapauksessa sille haettava uuselintarvikelupa. Suomessa vuosikymmeniä käytössä olleille ja keruutuotekoulutuksissa käytetyille kasveille edellytys käyttöhistorian osoittamisesta tuli yllätyksenä vuoden 2013 alussa ja asiaa on selvitelty siitä asti.

Tällä hetkellä tavanomaiseen elintarvikekäyttöön on hyväksytty vain muutamia kasveja tai kasvinosia: kangasajuruohon, niittysuolaheinän, voikukan sekä

väinönputken lehdet, kuusen kerkät, humalan kävyt, kuminan siemenet, metsälehmuksen ja ruiskaunokin kukat sekä väinönputken ruodit ja varret sekä nokkos- ja maitohorsman nuoret versot ovat sallittuja elintarvikekäyttöön. Kasvien uuselintarvikestatuksen voi tarkistaa komission uuselintarvikeluettelosta (*Novel Food Catalogue*).

## Ravintolisänä ja pienimuotoisessa käytössä kasvivalikoima on suurempi

Mikäli kasvi tai kasvinosa on ollut todistetusti ravintolisäkäytössä ennen vuotta 1997, sen käyttö on sallittua ravintolisissä edelleen. Ravintolisäkäyttö ei kuitenkaan oikeuta laajentamaan käyttöä muihin elintarvikeryhmiin. Suomessa Elintarviketurvallisuusvirasto Evira on ottanut huomioon käyttöhistorian yrittäneenä, mausteena tai annoskoristeena arvioitaessa ainesosan uuselintarvikestatusta samassa elintarvikeryhmässä, vaikka se ei riitäkään osoittamaan merkittävää käyttöhistoriaa yleisesti.

Evira julkaisi 18.6.2014 listan kasveista, joista dokumentaatiota on koottu. Toisin kuin komission uuselintarvikeluettelossa olevat tulkinnat, Eviran tulkinnat pie-

nimuotoisesta käytöstä ovat voimassa vain Suomessa, ja käytännöt eri jäsenmaissa saattavat vaihdella. Käyttöhistoriatietoja kootaan edelleen ja tietoja kannattaa tarkistaa ajoittain Eviran tai komission sivuilta.

## Entä mahla, pettu, pakuri, marjat ja sienet?

Koivun mahla on hyväksytty elintarvikekäyttöön. Sitä käytettäessä on huomioitava kuitenkin talteenotossa ja säilytyksessä hyvä hygienia ja lyhyt käyttöaika, sillä se pilaantuu nopeasti. Petun osalta selvitystä tehdään edelleen. Pakurin käyttö on sallittu ravintolisissä ja teessä, mutta sitä ei saa käyttää tavanomaisessa elintarvikekäytössä.

Marjoista perinteisesti kaupallisesti hyödynnettyjen marjojen, kuten puolukan, mustikan, lakan, mesimarjan, vadelman ja karpalon lisäksi tavanomaiseen elintarvikekäyttöön on hyväksytty ahomansikan, juolukan, kaarnikan, katajan, koiranruusun ja pihlajan marjat.

Kauppasieninä aikaisemmin tunnetut sienet ovat nykyisin suositeltavia ruokasieniä ja niiden käyttö on sallittu kuten aiemminkin. Haluttaessa ottaa uusia sienilajeja kaupalliseen käyttöön koskee uuselintarvikeasetus ja käyttöhistorian osoittamisvaatimus myös niitä.



*Vuohenputki. Kuva: Taina Harmoinen*



## Lääkeluettelon kasvit ja ravitsemus- ja terveysväitteet

Kasvin esiintyminen lääkeluettelossa ei estä elintarvikekäyttöä, mikäli se muun lainsäädännön mukaan on sallittua eikä siitä esitetä lääkkeellisiä väitteitä eli sairauden ennalta ehkäisyyn, hoitoon ja parantamiseen viittaavia väitteitä. Niitä koskee Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus (EY) N:o 1924/2006 elintarvikkeita koskevista ravitsemus- ja terveysväitteistä. Asetus koskee pakkausten lisäksi myös elintarvikkeita koskevaa suullista viestintää.

## Muista myös jokamiehen oikeudet ja -velvollisuudet sekä keruuohjeet

Jokamiehenoikeuksien ydin on, että toiminta ei saa aiheuttaa vähäistä suurempaa haittaa maanomistajalle, maankäytölle tai luonnolle. Jokamiehenoikeudella saa kerätä rauhoittamattomien luonnonkasvien maanpäällisiä osia, mutta kasvavia puita ei saa vahingoittaa. Siten esimerkiksi koivunlehtien, kuusenkerkkien tai pakurin keräämiseen on oltava maanomistajan lupa.

Kasveja kannattaa kerätä vain puhtailta kasvupaikoilta – ei teiden tai muiden saastelähteiden laskeutumisalueilta, eikä voimakkaasti lannoitetuilta tai torjunta-aineilla käsitellyiltä alueilta. Kerätään niitä lajeja, jotka varmasti tunnistaa. Useimmat kasvit ovat parhaimmillaan nuorina, ennen kukintaa ja kuivalla säällä kerättyinä. Arktiset Aromit ry:n sivustolta on luettavissa sekä keruuohjeet että Hyvän käytännön laatuohjeet luonnontuotteille.



*Lähteet ja lisätietoja:*

*Arktiset Aromit ry, Hyvän käytännön laatuohjeet luonnon-  
tuotteille: [http://www.arctic-flavours.fi/binary/file/-/id/19/  
fid/2383/](http://www.arctic-flavours.fi/binary/file/-/id/19/<br/>fid/2383/)*

*Elintarvikevirasto Evira, uuselintarvikkeet:*

*<http://www.evira.fi/portal/31350>*

*Evira, taulukko joidenkin kotimaisten luonnonkasvien  
uuselintarviketatuksista: [http://www.evira.fi/files/attachments/  
filelinterarvikkeet/valmistus\\_ja\\_myynti/uuselintarvikkeet/  
luonnonvaraisten\\_kasvien\\_elintarvikekaytto\\_\\_3\\_.pdf](http://www.evira.fi/files/attachments/<br/>filelinterarvikkeet/valmistus_ja_myynti/uuselintarvikkeet/<br/>luonnonvaraisten_kasvien_elintarvikekaytto__3_.pdf)*

*Jokamiehen oikeudet: [http://www.ymparisto.fi/download.  
asp?contentid=145756&lan=fi](http://www.ymparisto.fi/download.<br/>asp?contentid=145756&lan=fi)*

*Kinnunen, Johanna 2013. Luonnonkasvien elintarvikekäyttö-  
selvitys ja kasvien status uuselintarvikeasetuksen*

*kannalta. Opinnäytetyö. [https://www.theseus.fi/bitstream/  
handle/10024/64761/Kinnunen\\_Johanna.pdf?sequence=1](https://www.theseus.fi/bitstream/<br/>handle/10024/64761/Kinnunen_Johanna.pdf?sequence=1)*

*Keruuohjeet [http://www.arctic-flavours.fi/fi/arkitiset+aromit/  
yrtit/keruuohjeet](http://www.arctic-flavours.fi/fi/arkitiset+aromit/<br/>yrtit/keruuohjeet)*

*Komission uuselintarvikeluettelo:*

*[http://ec.europa.eu/food/food/biotechnology/novelfood/novel\\_  
food\\_catalogue\\_en.htm](http://ec.europa.eu/food/food/biotechnology/novelfood/novel_<br/>food_catalogue_en.htm)*

*Luontoportti, lajintunnistus [http://www.luontoportti.com/  
suomi/fi/kasvit/](http://www.luontoportti.com/<br/>suomi/fi/kasvit/)*

*Metsähallitus 2014. Jokamiehen oikeus luonnonvaraisten  
kasvien ja villiruoan keräilyssä. WWW-dokumentti.*

*[http://julkaisut.metsa.fi/assets/pdf/lp/Esitteet/  
villiruoka-kasvit.pdf](http://julkaisut.metsa.fi/assets/pdf/lp/Esitteet/<br/>villiruoka-kasvit.pdf)*

*Ravitsemus- ja terveysväiteopas elintarvikevalvojille ja  
elintarvikealan toimijoille (Eviran ohje 17052/3)*

*[http://www.evira.fi/portal/fi/tietoa+evirasta/  
julkaisut/?a=view&productId=393](http://www.evira.fi/portal/fi/tietoa+evirasta/<br/>julkaisut/?a=view&productId=393)*

*Pakurina ei kerätä itse kääpää, vaan sen aiheuttamaa  
kasvannaista. Sitä ei voi irrottaa puuta vahingoitta-  
matta, minkä vuoksi keräämiseen täytyy olla maan-  
omistajan lupa. Kuva: Lasse Kosonen*







## Modernit humanistit nauttivat suomalaisesta ruoasta ja ruokaelämyksistä matkallaan

Ruokamatkailun suosion kasvu on yksi näkyvimpiä kansainvälisiä trendejä. Ruoan myötä matkailija pääsee helposti kokemaan kohdemaan kulttuuria ja paikallisuutta. Suomessa syötävä ruoka on tutkusti Euroopan puhtainta. Kiinnostus terveellisyyteen sekä luomu- ja lähiruokaan on suurta kaikissa kohde- maissa, joista Suomeen tulee matkailijoilta.

Lähiiruoka, paikallisuus ja suomalaisuus ovat tärkeä osa matkailijan ruokakokemusta. Ruokakulttuurin ja matkailun yhdistäminen on edistynyt viime vuosina merkittävästi pääkaupunkiseudulla ja muualla Suomessakin on jo herätty asiaan. Maastamme löytyy upeita ruokaelämyksiä matkailijoille. Jo tehdyn työn mukanaan tuoma innostus, kunnioitus suomalaista ruokaa kohtaan ja hyvät käytänteet tulisi saada leviämään ympäri Suomea kaikkialle, jossa ulkomaiset matkailijat liikkuvat.

### Strategioista suuntaviivoja kehittämiselle

Matkailun edistämiskeskuksen (MEK) kansainvälisille markkinoille suunnattujen tuotteiden tuotekehitystyötä ohjaavat teemakohtaiset kehittämisstrategiat, jotka linjaavat koko elinkeinon kehittämistyön suuntaviivat ja päämäärän Suomessa. Strategiat on luotu kulttuuri-, hyvinvointi-, talvi- ja kesäaktiviteeteille, ja

ne on päivitetty vuoden 2014 aikana. Ruoka on kussakin teemassa yllättävänkin selkeästi nostettu esille.

Strategioiden tärkeimpiä linjauksia ovat kehittämisen painopisteet. Kulttuurin, talven sekä hyvinvoinnin matkailustrategioissa ruoka on omana painopisteensä – toisin sanoen yhtenä neljästä tärkeimmästä kehitettävästä painopisteestä. Myös kesäaktiviteeteissa ruoka nousee tärkeäksi teemojen yhdistämistä koskevassa painopisteessä. Ruokaa käsitellään kussakin teemassa juuri kyseessä olevan teeman näkökulmasta. Myös kehittämistoimenpiteet liittyvät selkeästi kuhunkin teemaan erikseen. Siten on odotettavissa, että ruokamatkailun kehittämiseen tulee jatkossa paljon lisää positiivista liikettä.

### Kulttuuri ja ruoka

Kun ruoka-teemaa käsitellään kulttuurimatkailussa, on tärkeää nostaa esille suomalainen ja paikallinen ruoka, suomalainen ja skandinaavinen ruokakulttuuri nyt ja menneisyydessä, eri alueiden ruuanlaittotavat, ruokaperinteet, juhlaruokat, elämyksellisyys, tarinat ja osallistaminen. Lisää keinoja kaivataan matkailijoiden tutustuttamiseen Suomen kattavaan lähiruokaan ja villiruokatarjontaan, joiden merkitys on suomalaisten elämässä aina ollut suuri. Ruoan myötä matkailija pääsee helposti aistimaan kohdemaan

kulttuuria ja paikallisuutta. Myös vaikutteet naapurimaiden ruokakulttuureista näkyvät selkeästi ja kiinnostavat ulkomaalaisia.

## Ruoka osana hyvinvointimatkailua

Hyvinvointimatkailussa ruoassa korostuu erityisesti terveellisen ruoan näkökulma. Sitähän on luomuruokamme, Suomen puhtaan luonnon antimet villiruoka ja lähiruoka. Matkailukohteiden, jotka tarjoavat hyvinvointipalveluita, tulisi kiinnittää enemmän huomioita näihin asioihin.

Asiakkaille tarvitaan selviä todisteita ruoan terveellisyydestä ja puhtaudesta. On myös syytä kertoa asiakkaalle, mitkä ovat ruoan terveysvaikutukset. Esimerkiksi mustikoiden hyvää tekevät ainesosat kiinnostavat kaikkia omasta hyvinvoinnistaan huolehtivia matkailijoita. Myöskään muita erikoisuuksiamme, kuten pakurikäppää, ei kannata unohtaa. Myös erikoisruokavalioiden tuotetarjonta ja osaamisemme sillä alueella on erityinen kilpailuvalttimme.

## Talvimatkailu ja ruoka

Myös talviteemassa suomalainen ja paikallinen ruoka ovat tärkeitä. Talvimatkailutuotteen yhteydessä tarjottavan ruoan tulisi heijastaa vuodenaikaa – esimerkiksi talven teemaruokat tai etenkin hyvinkin eksoottiset talven juhlapäivien perinteiset ruokamme. Pitkä talvemme on tuonut ruokaperinteisiimme oman pohjoisen erityispiirteen säilöttyjen tai kuivattujen ruoka-aineiden kautta, mistä kannattaa kertoa matkaili-

joille. Toinen tärkeä kehitettävä alue on hiihtokeskusten ja rinneravintoloiden ruokatarjonta. Sen laatuun ja monipuolisuuteen tulisi panostaa enemmän.

## Ruoka näyttelee tärkeää osaa kesämatkailussa

Kesäaktiiviteeteissa ruoka on entistä tärkeämpiä matkailijan elämyksiä. Luontoreiteillä liikkuvat matkailijat haluavat yhä useammin syödä huolellisesti valmistettua ja herkullista ruokaa sekä istua valmiiksi katettuun pöytään. Meillä on vahvat eränkävijäperinteet ja tarvittava elanto on haettu ja haetaan edelleenkin luonnosta, ekologisesti kestäväällä tavalla (esimerkiksi itse kalastetut kalat, itse paistetut marjapiirakat, nuotiolla evästelyt), jolloin luonnon ja ruuan yhdistäminen on luonnollista.

On tärkeää nostaa ruoka ja juoma merkittäväksi osaksi myös luontoliikkujan elämyksissä. Erityisesti lähiruoka, villiruoka, pelloilta/mereltä pöytään, pyydystä ja valmista itse, paikallisuus, ruoan puhtaus, terveysvaikutteiset ruuat, sienestys ja marjastus tulee ottaa osaksi luontomatkailua. Omatoimisetkin luonnossa liikkujat haluavat syödä hyvin. He tarvitsevat matkan varrella pienissä majoituskohteissa (mökki-isännät, b & b -kohteet, hostellit ym.) joustavia ruokailupalveluita. Majoittajalla pitäisikin olla mahdollisuus valmistaa yksittäismatkailijoille pyynnöstä pieniä, vaivattomia, mutta silti hyviä lounas- tai illallisannoksia. Tässä tarvitaan yrittäjille apuvälineitä muun muassa reseptiikkaan, ansaintalogiikkaan ja käytännön suunnitteluun.





## Ruokaa kiertomatkalaisille

Kiertomatkailu on yksi suurimmista matkailumuodoistamme, ja yksittäisten matkailijoiden osuus kiertomatkailussa kasvaa. Meillä on suuri määrä pelkästään ryhmille tarjottavia kohteita upeine pitopöytineen, mutta etenkin maaseudulla yksittäisille matkailijoillekin tulee saada entistä enemmän tasokkaita ruokapalveluita. Tarvitaan kohtuuhintaisia, herkullista suomalaista ruokaa yksittäisille asiakkaille tarjoavia lounasruokaloita, maaseuturavintoloita, kahviloita, kioskeja ym. ”katuruoka”-kohteita reitien varrelle.

## Ruokamatkailustrategia

Ruokamatkailulle on valmistumassa myös oma strategiansa, jonka avulla ruoka pyritään nostamaan oleelliseksi ja elämykselliseksi osaksi ostettavaa matkailutuotetta. Strategiaa työstää Haaga-Helia yhteistyössä Matkailun edistämiskeskuksen kanssa. Strategia on artikkelin kirjoittamishetkellä vielä työstövaiheessa, mutta strategiaa tarvitaan näyttämään suuntaa kehittämiselle ja osoittamaan keinoja, joilla ruoan avulla lisätään Suomen matkailun vetovoimaisuutta kansainvälisillä markkinoilla. Keskeistä on luoda yhteistyöverkosto ja koordinaatio ruokamatkailutoimijoiden välille ja saada uutta puhtia ruoka-alan yrittäjyyteen. Upeat ja uniikit ruokatapahtumamme kaipaavat lisää tunnettua ulkomailla.

## Modernit humanistit ruokamatkalla

Modernit humanistit ovat matkailijaryhmä, jolle Suomi on kiinnostava kohde. Modernien humanistien arvot ja arvostukset ovat niissä asioissa, joita meillä Suomessa on matkailijoille tarjota. Suomessa on tarjolla niin kulttuuria kuin luontoaktiviteetteja. Koska Suomi vastaa matkailukohteena juuri modernien humanistien tarpeisiin, Matkailun edistämiskeskus on määritellyt modernit humanistit tärkeimmäksi markkinoinnin kohderyhmäksi. MEKin ensisijainen tehtävä on markkinoida ja tuoda Suomea esiin kiinnostavana matkailukohteena ja tässä ruoka voisi toimia hyvänä vetoapuna.

Modernit humanistit ovat kiinnostuneita vieraista kulttuureista ja uusista kokemuksista ja ajattelevat hyvin kestäväällä tavalla. Modernit humanistit ovat aktiivisia ja monipuolisesti kiinnostuneita erilaisista asioista. Matkustaessaan he haluavat yhden matkan aikana tehdä ja nähdä mahdollisimman paljon: kokea sekä luonnon että kulttuurin.

Psyykinen hyvinvointi ja aktiviteetit ovat tärkeitä moderneille humanisteille. He eivät kuitenkaan ole ”urheiluhulluja”. Hyvässä lomassa yhdistyvät kauniit maisemat, mahdollisuus rentoutua ja irtautua arjesta. Modernit humanistit seuraavat mielellään paikallista elämäntapaa ja tutustuvat paikalliseen kulttuuriin.

Modernien humanistien matkailullisiin motiiveihin paneuduttiin tarkemmassa kyselytutkimuksessa, jossa saatiin vastauksia heidän matkustus-



käyttäytymiseen ja suhtautumiseen Suomeen matkakohteena. Tutkimuksen mukaan moderneille humanisteille ruoka on hyvin tärkeää matkalla. Yleisesti hyvän loman elementteinä kohderyhmällä nousee ensimmäiseksi upeat maisemat (49 %) ja mielenkiintoinen koettava ja nähtävä, mutta jo kuudennella sijalla mainittiin kiinnostavana paikallinen ruokakulttuuri (38 %) (kuvio 7). Erityisesti hyvään kulttuurilomaan kuuluu oleellisesti paikalliseen ruokakulttuurin tutustuminen, se mainittiin neljänneksi tärkeimpänä elementtinä kulttuurilomassa (53 % vastaajista) (kuvio 8).

Suomesta toivotuissa elämyksissä ruoka nousi kärkijoukkoon erilaisten kokemusten ja elämysten keskellä. Vastaajistani 51 % toivoi pääsevänsä maistamaan ja syömään suomalaisen keittiön parhaita herkuja. (Kuvio 9.)

Yli puolet moderneista humanisteista on sitä mieltä, että ruoka kuuluu osana hyvään kulttuuriin. Paikallinen ruokakulttuuri ja ruokalajit ovatkin korkealla modernien humanistien kiinnostuksen kohteissa. Erityisen kiinnostuneita ruoasta ovat italialaiset, espanjalaiset ja ranskalaiset. (TNS Gallup 2012.)

## Ruoka tärkeä osa matkakokemusta

Matkailijoille ruoasta on tullut yhä merkittävämpi osa onnistunutta matkakokemusta. Ruokapaikkoja suunnitellaan jo ennen matkaa, mikä asettaa ravintoloillekin yhä suurempia haasteita nettinäkyvyydelle. Myös mielikuva maan ruokatarjonnasta, siitä mitä kannattaa maistella missäkin, on tärkeä. Fiilistely jatkuu matkan jälkeen ja luo lisää mielikuvaa maasta sosiaalisessa mediassa ja suoraan ystäville ker-

rottuna. Ruoka herättää tunteita ja jättää mielikuvia. Eivät kaikki matkailijat tietenkään ole ruokamatkailijoita, mutta moderneille humanisteille paikallinen ruoka on merkittävää.

Tutkimusten mukaan on kuitenkin hälyttävää se, että Suomeen matkaavat modernit humanistit eivät odota kovin paljon ruokaelämyksiltä. Tässä meillä on pienoinen mielikuvaongelma: suomalaista ruokaa ei tunneta, eikä sen tuottamia elämyksiä osata odottaa. Koska onnistunut ruokaelämys on tärkeää moderneille humanisteille, meidän tulisi jakaa kuvia ja sanomaa suomalaisesta hyvästä ja elämyksellisestä ruoasta rohkeasti! Tuote on pääosin kunnossa – mutta kohderyhmät eivät tuotetta vielä tunne.

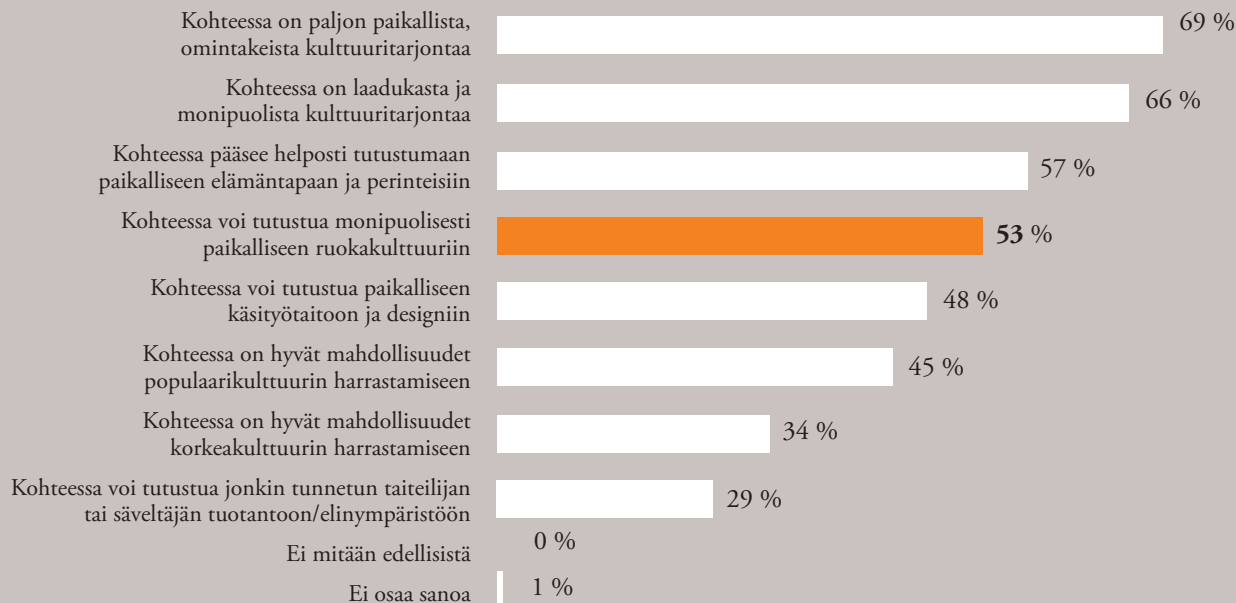
Esimerkiksi ranskalaisen matkanjärjestäjän esitteessä suomalaista ruokakulttuuria on kuvattu seuraavasti: ”Suomalainen keittiö vastaa ensisijaisesti käytännöllisiin vaatimuksiin: ravitseminen. Siksi se on vakaa ja konstailematon...”. Useiden matkanjärjestäjien internetsivujen ja esitteiden ruokakuvat ovat vaatimattomia, sillä matkanjärjestäjillä on epämääräinen kuva siitä, mitä suomalainen ruoka oikeasti on. Siksi ne matkailun ja ruoan parissa toimivat toimijat voisivat entistä aktiivisemmin jakaa kuviaan kansainvälisille matkanjärjestäjille ja sosiaalisessa mediassa.

Kun puhutaan ruoasta, on syytä huomioida myös seikka, että ruokatarjontaakin tulee kehittää, kun ulkomailla avautuu ovia uusiin kohderymiin. Matkailun edistämiskeskus on siirtänyt markkinoinnin painopistettä Aasiaan ja seuraavaksi onkin tärkeää tutkia, miten pystymme vastaamaan tämän kohderyhmän toiveisiin ruokatarjonnan suhteen.





*Kuvio 7. Hyvän loman keskeiset elementit, % (TNS Gallup 2012.)*



*Kuvio 8. Hyvän kulttuurimatkan keskeisimmät elementit, % (TNS Gallup 2012, 62.)*

## Evästä matkailuun -opas

RUOKA&MATKAILU-hankkeessa on luotu paljon ruokaan ja matkailuun liittyviä työkaluja, reseptiikkaa ja jaettu hyviä käytäntöjä matkailuyrittäjien kesken. Käytännönläheinen ”Evästä matkailuun”-opas on ladattavissa hankkeen sivuilta [www.ruokajamatkailu.fi](http://www.ruokajamatkailu.fi)



**Kuvio 9.** Suomesta toivotut kokemukset ja elämykset, % Suomesta kiinnostuneista (TNS Gallup 2012, 87.)

Lähteet:

Modernit humanistit ja matkustaminen Suomeen 2012. TNS Gallup. WWW-dokumentti:  
<http://www.mek.fi/wp-content/uploads/2013/04/2012-MoHu-quantitatiivinen.pdf?dl>





*Kuva: Järvisydän*





Ruokamatkalle Etelä-Savoon – vinkkejä ruokamatkailun kehittämiseen -julkaisu kokoaa yhteen ruokamatkailun kehittämisessä tärkeät aihealueet. Julkaisu toimii hyvänä käsikirjana ruokapalveluita tarjoaville maaseutumatkailuyrityksille sekä muille ruoan parissa työskenteleville.