

Kysely matkailuyrityksille luonnontuotteiden hyödyntämisestä

Loppuraportti

Arktiset Aromit ry
2016



Sisällys

1.	Johdanto.....	3
2.	Kyselyn tavoitteet	3
3.	Menetelmät.....	3
4.	Kyselyn tulokset.....	4
4.1.	Vastaajien lukumäärä, sukupuoli ja maantieteellinen jakautuminen	4
4.2.	Yrityksien tarjoamat palvelut.....	4
4.3.	Ruokaterminologia	10
4.4.	Suomi kylpee turpeessa	12
4.5.	Tietopankki.....	12
4.6.	Tuki Arktiset Aromit ry:ltä.....	13
4.7.	Luonnontuotealan ja matkailualan yhdistäminen	14
5.	Yhteenveto	15

1. Johdanto

Luonnontuotteiden hyödyntäminen on perinteisesti ollut keskeinen osa matkailuyritysten toimintaa Suomessa; ovathan puhtaat ja maistuvat luonnontuotteemme merkittävä matkailijoita houkutteleva vetonaula. Luontomatkailun suosio on kasvanut, ja luonnontuotteita osataan hyödyntää melko monipuolisesti hyvinvointi-, ravintola- ja ohjelmopalveluissa. Hyvinvointimatkailusta haetaan ruumiillista ja henkistä hyvinvointia esimerkiksi hiljaisuuden, puhtauden, ruoan, yrttien ja aktiveettien kautta. Matkailuyrityksien ravitsemuspalveluissa pystytään hyödyntämään lähi- ja villiruokatrendejä. Luonnontuotteita sisältäviä ohjelmal palveluita ovat esimerkiksi marja-, yrtti- ja sieniretket. Suomalaisesta luonnosta löytyy erinomaiset mahdollisuudet vastata matkailualan tarpeisiin, mutta tätä luonnontuotteiden tarjoamaa potentiaalia ei ole vielä täysin hyödynnetty.

Luonto, luonnontuotteet ja paikallinen ruoka on tärkeä osa matkaa merkittävälle osalle matkailijoita. Yhä useampi matkailija hakee tietoisesti matkastaan luonnontuotteisiin liittyviä elämyksiä, ja nämä asiat voivat olla jopa matkakohteen valintaperuste. Siksi onkin tärkeää, että matkailija pystyy helposti etsimään ne matkailuyritykset, jotka tarjoavat hänelle sopivia palveluita. Arktiset Aromit ry:n tavoitteena, osana Luonnontuotteiden vientiedellytysten ja matkailukytkennän kehittäminen -hanketta, on kartoittaa luonnontuotteita hyödyntävät matkailuyritykset. Yhdistyksen sivuille kootaan tietopankki, joka sisältää tietoa luonnontuotteita jollain tavalla hyödyntävistä matkailuyrityksistä. Matkailijat voivat hakea heille sopivaa matkailupaikkaa joko kartalta tai hakupalvelun avulla. Tietopankkia varten Arktiset Aromit ry laati kyselyn, jossa selvitettiin, millä tavoin matkailuyritykset hyödyntävät toiminnassaan luonnontuotteita.

2. Kyselyn tavoitteet

Kyselyn tavoitteena oli selvittää, kuinka paljon ja millä tavoin matkailuyritykset hyödyntävät toiminnassaan luonnontuotteita. Kyselyssä kysyttiin muun muassa, käyttääkö yritys ruokatarjoiluissaan luonnontuotteita, myykö yritys luonnontuotevalmisteita, tai järjestääkö yritys luonnontuotteisiin liittyviä retkiä tai kursseja. Osa kysymyksistä käsitteli erilaisten ruokatermien (esim. lähiruoka, luomuruoka, villiruoka) tuntemusta ja tarpeellisuutta matkailuyritysten markkinoinnissa. Lisäksi tiedusteltiin, haluavatko yritykset mukaan uuteen tietopankkiin, johon kootaan luonnontuotteita hyödyntäviä matkailuyrityksiä.

Kyselystä saatavien tietojen avulla pyritään kehittämään ja edistämään luonnontuotteiden matkailukytkentää. Lisäksi kyselyn avulla yritetään saada yhä useampi matkailuyrittäjä huomaamaan luonnontuotteissa piilevän potentiaalin.

Luonnontuotteilla kyselyssä tarkoitettiin sellaisenaan tai jalostettuina hyödynnettäviä luonnonvaraisia tai puoliviljeltyjä marjoja, sieniä, yrttejä ja erikoisluonnontuotteita (esim. mahla, pakurikäpä, hoitoturve, koristekasvit, terva).

3. Menetelmät

Kyselyä varten koottiin rekisteri sellaisista matkailuyrityksistä, jotka nettisivutietojen perusteella saattaisivat hyödyntää luonnontuotteita jollain tavalla toiminnassaan. Rekisteriin koottiin yhteensä 285 matkailuyrityksen tiedot. Tieto kyselystä lähetettiin yrityksille sekä postitse että sähköisesti, mikäli yrityksen verkkosivuilta löytyi sekä posti- että sähköpostiosoite. Sähköisessä lähetyksessä hyödynnettiin sekä Webropol-kyselyohjelmaa että perinteistä sähköpostia. Arktiset Aromit ry:n verkkosivuilla oli myös avoin linkki kyselyyn. Lisäksi kyselystä tiedotettiin mm. aiheeseen liittyviä koordinaatiohankkeita ja muita keskeisiä yhteyshenkilöitä. Useat hankkeet välittivät tiedon kyselystä eteenpäin omien tiedotusväyliensä kautta. Kyselystä tiedotettiin myös sosiaalisessa mediassa esimerkiksi Arktiset Aromit ry:n ja Kainuun Etu Oy:n Facebook-sivuilla. Taulukossa 1 on esitetty kyselyn jakelu ja vastaanottajien lukumäärä. Vastausaikaa annettiin kolme viikkoa; kyselyyn pyydettiin vastaamaan 6.5.2016 mennessä.

Taulukko 1. Kyselyn jakelu ja vastaanottajien lukumäärä.

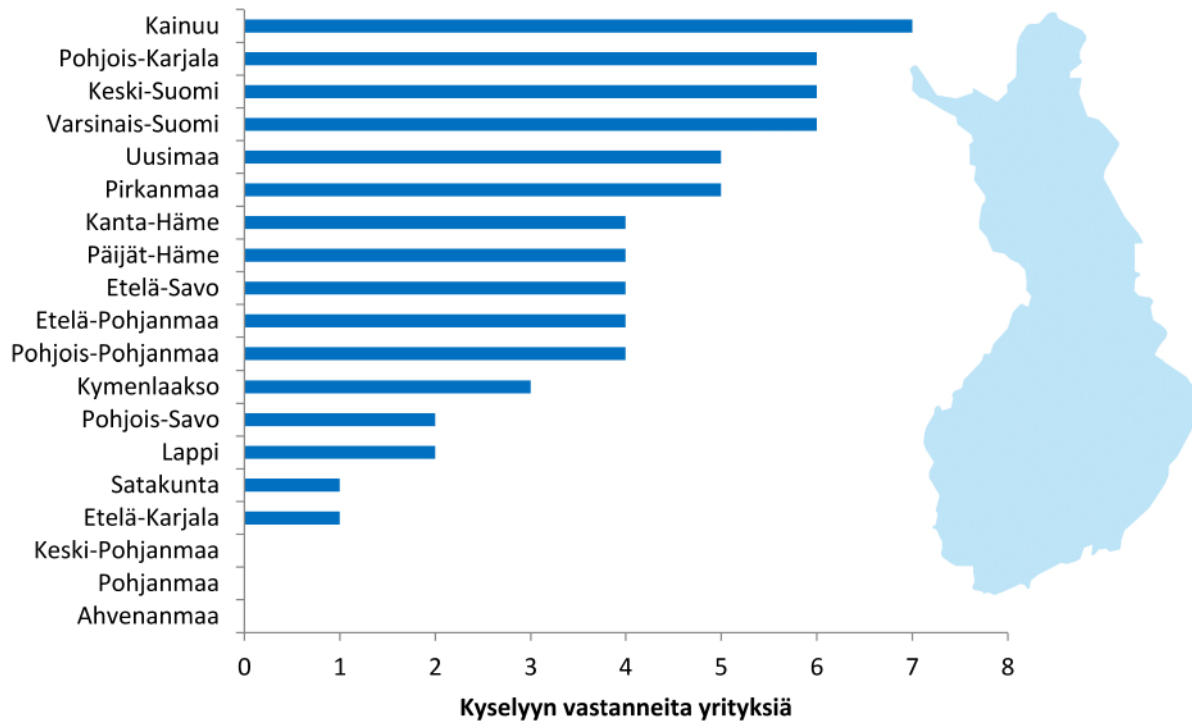
Jakelu	Jakeluaika	Vastaanottajien lukumäärä
Avoin linkki verkkosivuilla	12.4.2016	(keskimäärin 35 000 vierailijaa kotisivuilla kuukauden aikana)
Paperikyselyt postitse	13.4.2016	179
Sähköiset kyselyt Webropolista	15.4.2016	246
Tieto kyselystä matkailuyhdistyksille	15.4.2016	30

4. Kyselyyn tulokset

4.1. Vastaajien lukumäärä, sukupuoli ja maantieteellinen jakautuminen

Kyselyyn tuli yhteensä 64 vastausta. Vastausprosentti oli 23 %. Vastaajista enemmistö (61 %) oli naisia. Eniten vastauksia tuli Kainuusta, Pohjois-Karjalasta, Keski-Suomesta ja Varsinais-Suomesta (kuva 1). Myös Uudeltamaalta ja Pirkanmaalta tuli useita vastauksia. Vähiten vastauksia tuli Pohjois-Savosta, Lapista, Satakunnasta ja Etelä-Karjalasta. Keski-Pohjanmaalta, Pohjanmaalta ja Ahvenanmaalta ei tullut yhtään vastausta.

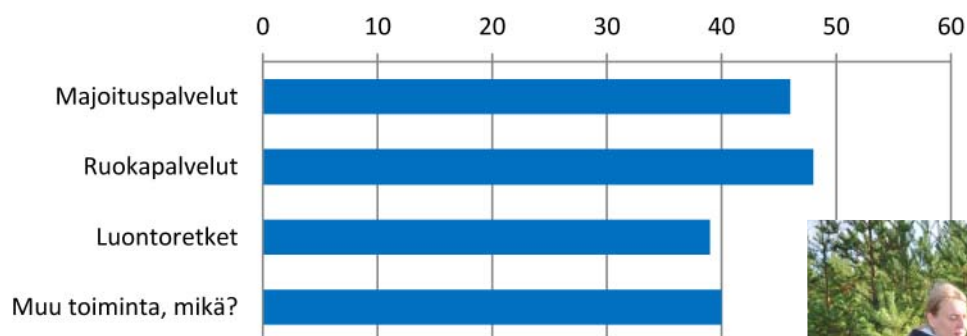
Kuva 1. Kyselyyn vastanneiden yritysten maantieteellinen jakaantuminen.



4.2. Yrityksien tarjoamat palvelut

1. Millaisia palveluita yrityksenne järjestää?

Voitte valita yhden tai useamman alla olevista vaihtoehdoista.



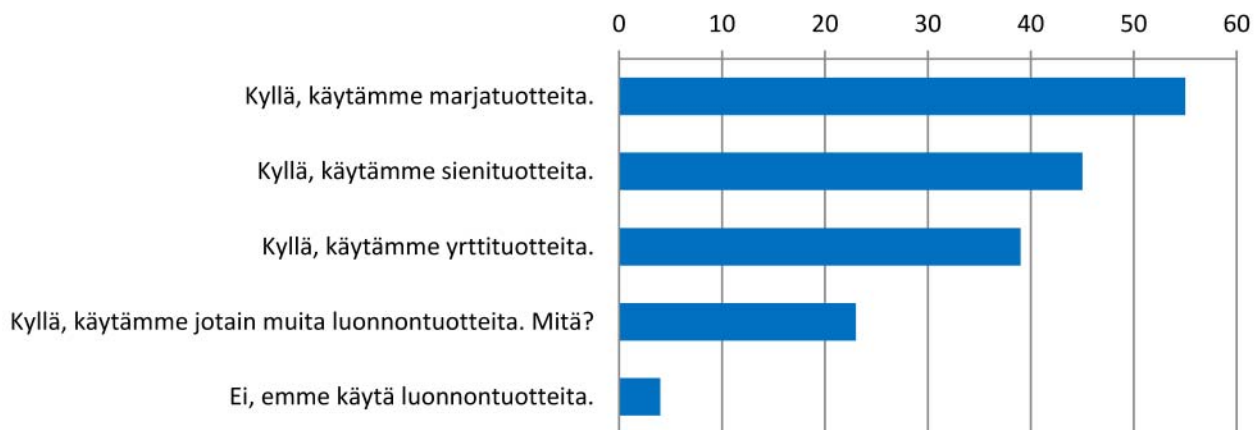
Kyselyyn vastanneet yritykset edustivat monipuolisesti erilaisia matkailupalveluja. Vastaajista 75 % tarjosi ruokapalveluja ja 72 % majoituspalveluja. Ilahduttavan moni yritys, 61 % vastanneista, tarjosi asiakkailleen luontoretkeä. Toki on huomioitava, että kyselyyn vastanneissa on todennäköisesti keskimääräisesti enemmän luontoon liittyviä palveluja tarjoavia yrityksiä, eivätkä kyselyn vastaukset siten edusta koko Suomen matkailukentän näkemyksiä.

Vastaajista 63 % valitsi vaihtoehdon ”muu toiminta”. Heidän toimintaansa kuului mm. seuraavia palveluja:



- Kurssit, esim. yrttikurssit, neuvojakurssit
- Erilaiset ohjelmapalvelut
- Sienten, marjojen ja yrttien keruu
- Historia- ja kulttuuriaiheiset näyttelyt, ateljeet, konsertit
- Maatila, luomutila, eläinten hoito, viinitila, ravintola, kahvila, herkkupuoti, pitopalvelu
- Kokouspalvelut, juhlapalvelut, saunapalvelut, yritystapahtumat
- Työhyvinvointi, hyvinvointimatkailu
- Erityispalvelut, kuten Kalevalainen jäsenkorjaus, perinnebiotooppien hoito, välinevuokraus, hunajan tuotanto, hevosajelu, perinnetyönäytökset, tervan jatkojalostus

2. Mikäli yrityksenne tarjoaa ruokapalveluita, käyttääkö yrityksenne ruokatarjoiluissaan suomalaisia luonnontuotteita? Voitte valita yhden tai useamman alla olevista vaihtoehdoista.

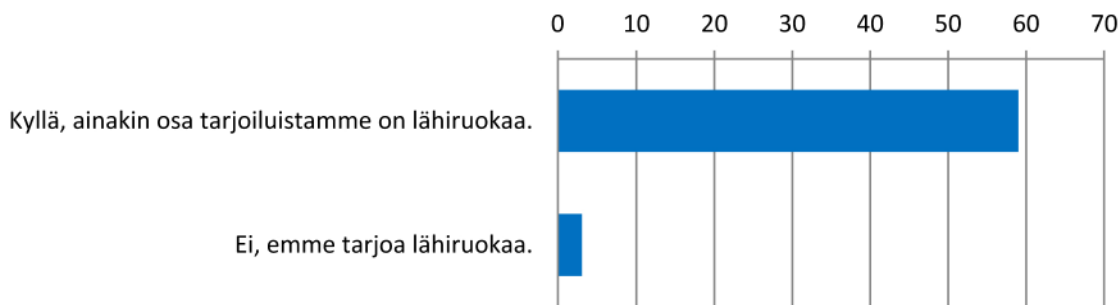


Suurin osa vastaajista (86 %) hyödynsi marjatuotteita yrityksensä tarjoamilla aterioilla. Myös sieniä (70 %) ja yrttejä (61 %) tarjottiin runsaasti vastanneiden yritysten ruokapalveluissa. Vastaajista 36 % valitsi vaihtoehdon ”kyllä, käytämme jotain muita luonnontuotteita”. Heidän valikoimistaan löytyi muun muassa seuraavia tuotteita:



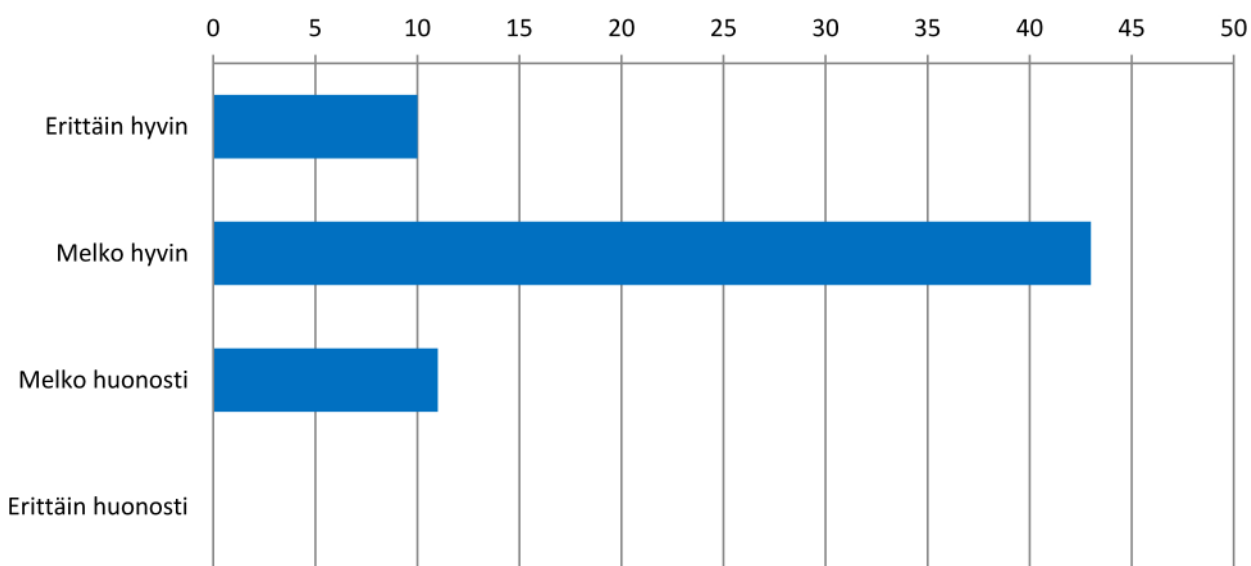
- Luonnonkukat ja muut koristeet
- Turve, jäkälä, käsityömateriaalit
- Mahla, pettu, pakurikääpä
- Hunaja, kuusenkerkkä, syötävät kukat

3. Mikäli yrityksenne tarjoaa ruokapalveluita, onko aterioilla tarjolla lähiruokaa?



Vastaajista selvä enemmistö (92 %) tarjosi asiakkaille lähellä tuotettua ruokaa.

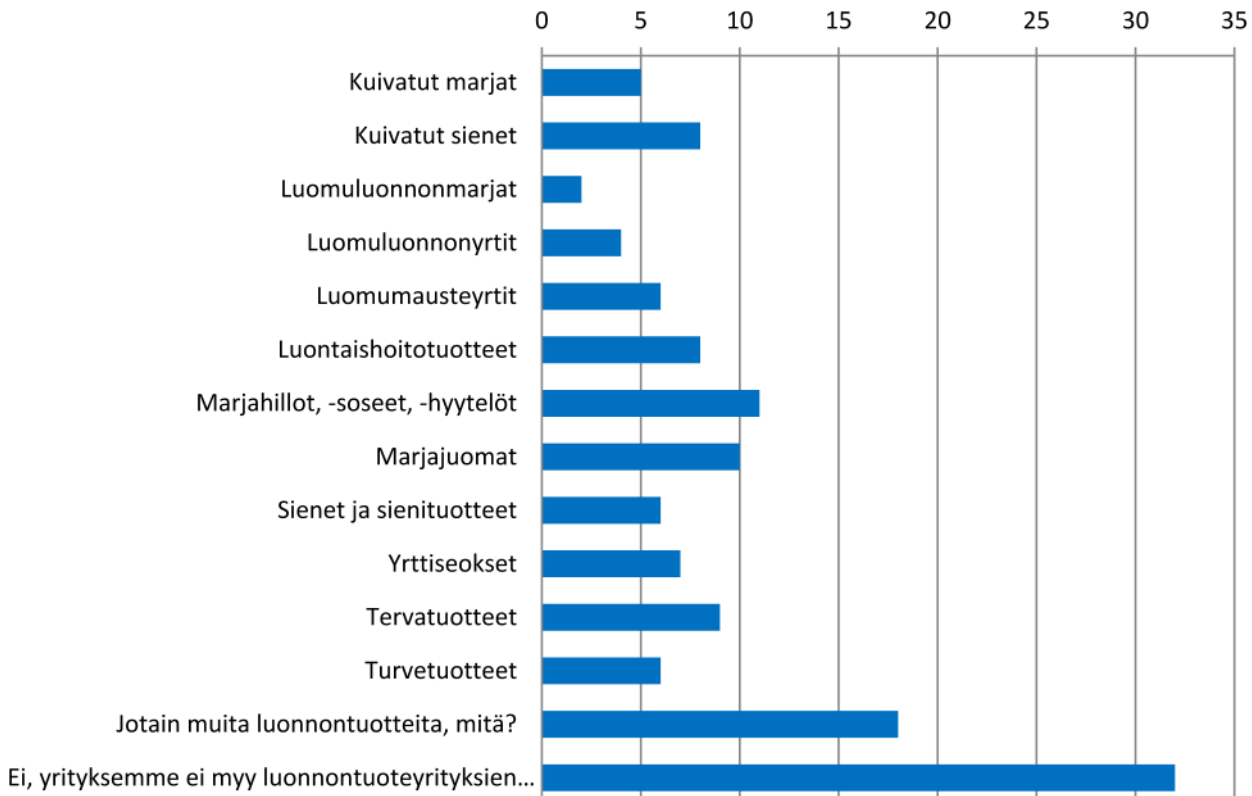
4. Kuinka hyvin tunnette alueellanne lähiruokaa tarjoavat yritykset?



Enemmistö vastaajista (83 %) kertoi tuntevansa alueellaan lähiruokaa tarjoavat yritykset erittäin hyvin tai melko hyvin. Kukaan vastaajista ei valinnut vaihtoehtoa ”erittäin huonosti”, mutta 17 % vastaajista kertoi tuntevansa alueensa lähiruokayritykset melko huonosti. Lähiruokaa tarjoavat yritykset voisivat siis halutessaan markkinoida tuotteitaan vielä näkyvämmiin.



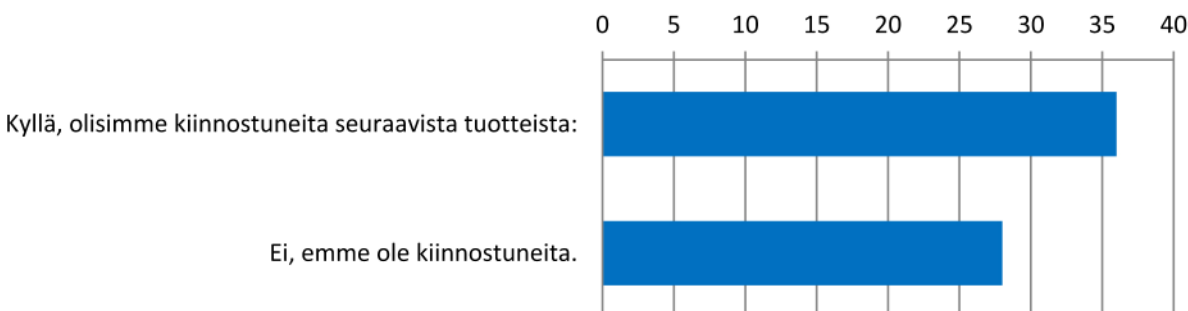
5. Onko teillä myynnissä luonnontuotealan yritysten valmistamia tuotteita? Mikäli on, mitä tuotteita yrityksenne myy? Voitte valita yhden tai useamman alla olevista vaihtoehdoista.



Yleisin vastaus kysymykseen oli ”ei, yrityksemme ei myy luonnontuoteyritysten valmistamia tuotteita”. Tämän vaihtoehdon valitsi puolet vastaajista. Yksittäisistä tuoteryhmistä yleisimmät myyntiartikkelit olivat marjahillot, -soseet ja -hyttelöt (17 %), marjajuomat (16 %), tervatuotteet (14 %), kuivatut sienet (13 %) ja luontaishoitotuotteet (13 %). Vastaajista 28 % valitsi vaihtoehdon ”jotain muita luonnontuotteita”. Heidän myyntivalikoimaansa kuului muun muassa:

- Kuusenkerkät, Kuohuva kuusenkerkkä-juoma, yrttiteet, limonadit luonnonyrteistä
- Pakurikäpä, pettuleipä
- Luomuhunaja, hunaja
- Itse kerätyt sienet, pähkinät, villiyrtit
- Terva-aromi alkoholijuomiin ja ravintoloihin, tervasalva, eläinten hyttysterva, hevosen kavioterva
- Villiyrttisinappi
- Viherjauheet, askartelutuotteet

6. Onko yrityksenne kiinnostunut ottamaan myyntiin joitakin luonnontuotealan yritysten jalostamia tuotteita?

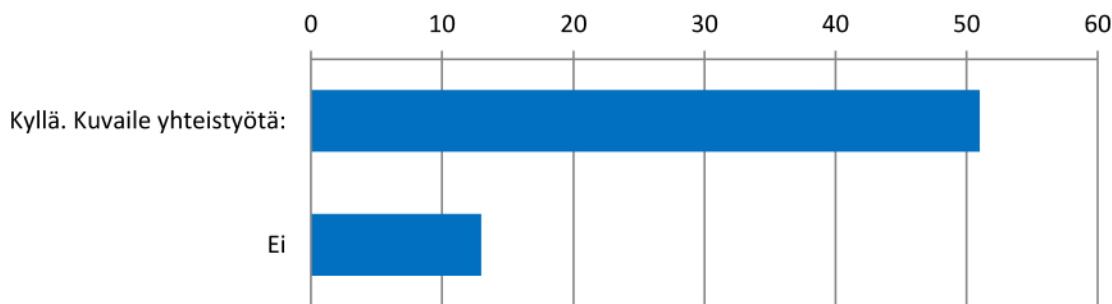


Enemmistö vastaajista (56 %) oli kiinnostunut ottamaan myyntiin luonnontuotealan yritysten jalostamia tuotteita. Heitä kiinnostivat erityisesti seuraavat tuotteet:

- Luomuluonnonyrtit, luomumausteyrtit
- Kuivatut marjat, sienet ja yrtit
- Paikalliset marjat, sienet ja yrtit
- Kosmetiikka-, hyvinvointi- ja hygieniatuotteet
- Hillot ja marjat
- Terva, luonnonsaippua
- Luontaishoitotuotteet
- Hillot, pikkelssit, soseet, hyytelöt, marjajuomat

Useassa vastauksessa todettiin, että vastaaja ei ole aikaisemmin tullut edes ajatelleeksi, että voisi ottaa tuotteita myyntiin, mutta ajatus luonnontuotteiden myymisestä kuulosti monen mielestä kehittämiskelpoiselta idealta. Jatkossa luonnontuotteita saattaa siis olla myynnissä yhä useammassa matkailuyrityksessä.

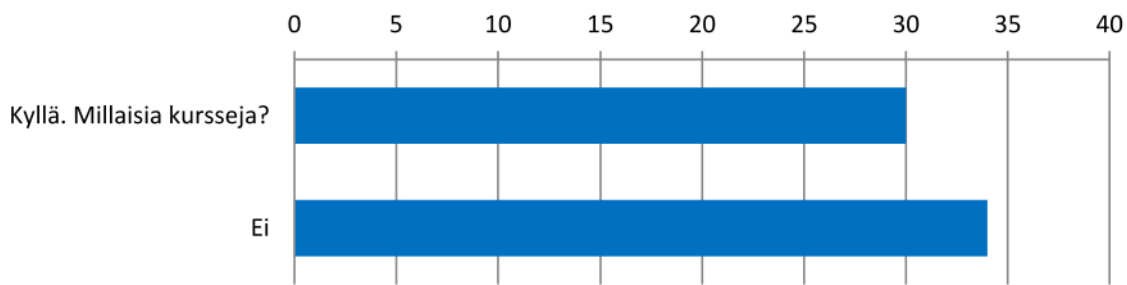
7. Teettekö jonkinlaista yhteistyötä alueen muiden matkailu- tai luonnontuotealan yritysten kanssa?



Enemmistö vastaajista (80 %) teki jonkinlaista yhteistyötä alueen muiden matkailu- tai luonnontuotealan yritysten kanssa. Yrittäjien välinen yhteistyö piti sisällään muun muassa seuraavia asioita:

- Alueen matkailuyhdistyksen kautta tapahtuva yhteistoiminta
- Yhteinen markkinointi, yhteiset hankkeet, yhteiset verkkosivut
- Yhteiset ohjelmapalvelut
- Majoitus- ja ruokapalvelujen ostaminen muilta yrityksiltä, tuotteiden ostaminen suoraan tuottajilta, muiden valmistamien tuotteiden myynti
- Möheillä esitteitä muista yrityksistä, kotisivuilla linkkejä
- Asiakkaiden neuvominen tarvittaessa toisiin yrityksiin
- Isojen tapahtumien järjestäminen yhdessä
- Yhteinen ideointi, suunnittelu, kehitys

8. Järjestääkö yrityksenne kursseja, joilla opetellaan valmistamaan erilaisia ruokia sienistä, marjoista, yrteistä tai muista luonnontuotteista?

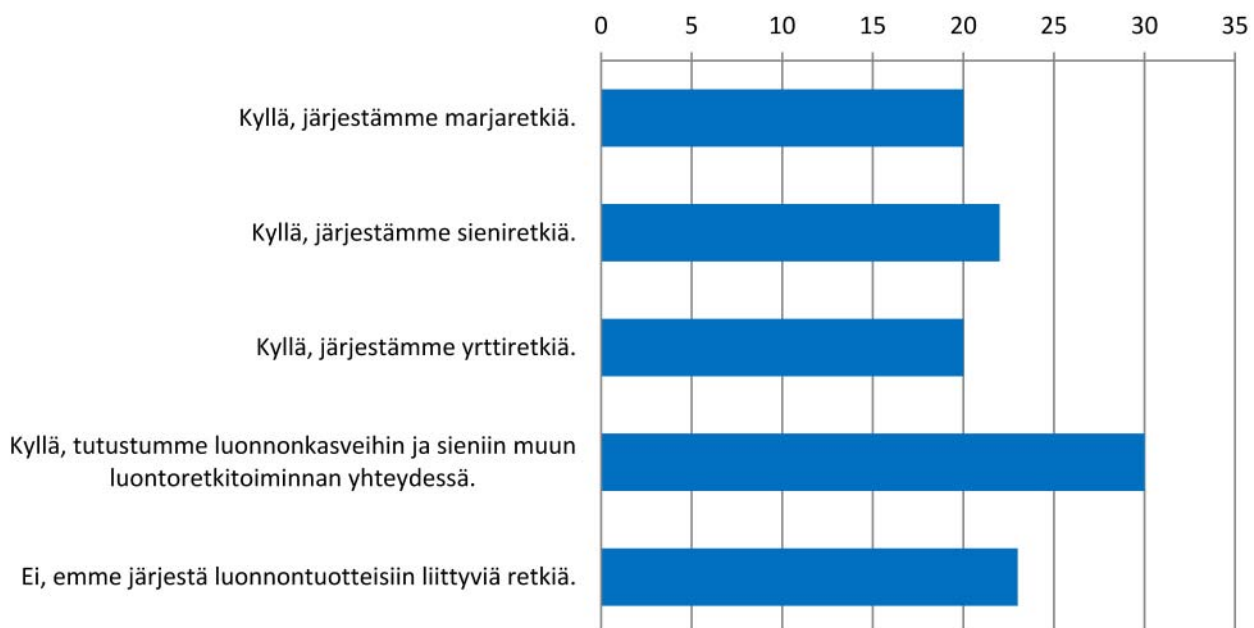


Noin puolet vastaajista (52 %) eivät järjestä luonnontuotteisiin liittyviä kursseja. Yhteensä 30 yritystä ilmoitti järjestävänsä luonnontuotteisiin liittyviä kursseja. Yritykset järjestävät kursseja muun muassa seuraavista aiheista:



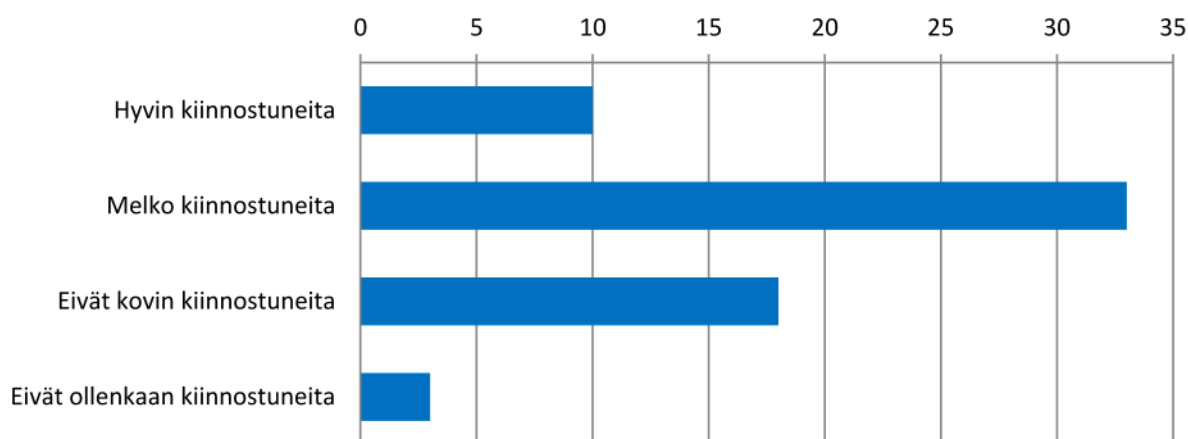
- Sieniruokakurssi
- Villivihannekset, villiruokakurssit, villiyrttikurssit
- Kauneutta luonnollisesti -kurssit
- Ruokakursseja erilaisilla teemoilla
- Retkeilykurssit
- Kasveilla värjäys, tervanpoltto, ruoka, sauna, kattopäreet
- Keräys- ja tunnistusretket
- Neuvojakurssit

9. Järjestääkö yrityksenne luonnontuotteisiin liittyviä retkiä? Voitte valita yhden tai useamman alla olevista vaihtoehdoista.



Suurin osa vastaajista (47 %) valitsi vaihtoehdon ”kyllä, tutustumme luonnonkasveihin ja sieniin muun luontoretkitöiminnan yhteydessä”. Useat yritykset ilmoittivat järjestävänsä marjaretkiä, sieniretkiä ja yrttiretkiä. Vastaajista 36 % ilmoitti, etteivät he järjestä ollenkaan luonnontuotteisiin liittyviä retkiä.

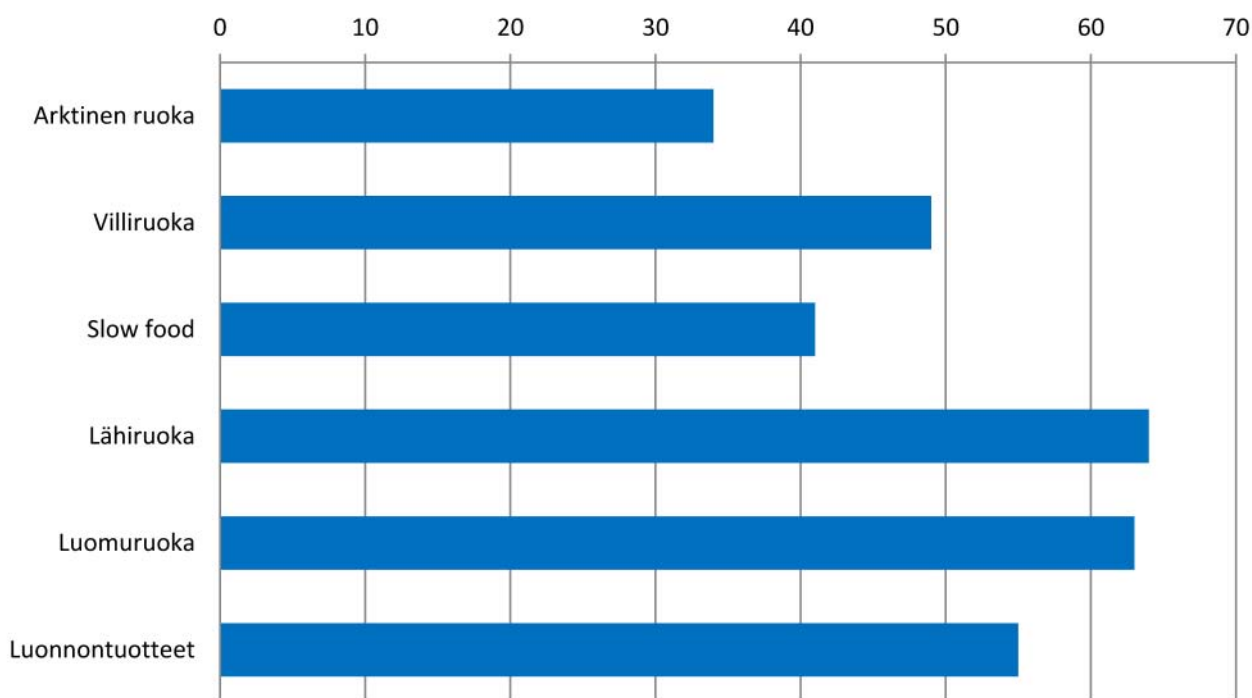
10. Kuinka kiinnostuneita asiakkaanne ovat myytävistä luonnontuotteista ja/tai luonnontuotteisiin liittyvistä retkistä?



Tuloksien perusteella suurin osa yrittäjistä (67 %) uskoi asiakkaidensa olevan hyvin tai melko kiinnostuneita luonnontuotteista ja niihin liittyvistä retkistä. Suurin osa vastaajista valitsi vaihtoehdon ”melko kiinnostuneita”. Kuitenkin myös melko usea vastaaja (28 %) valitsi vaihtoehdon ”eivät kovin kiinnostuneita”.

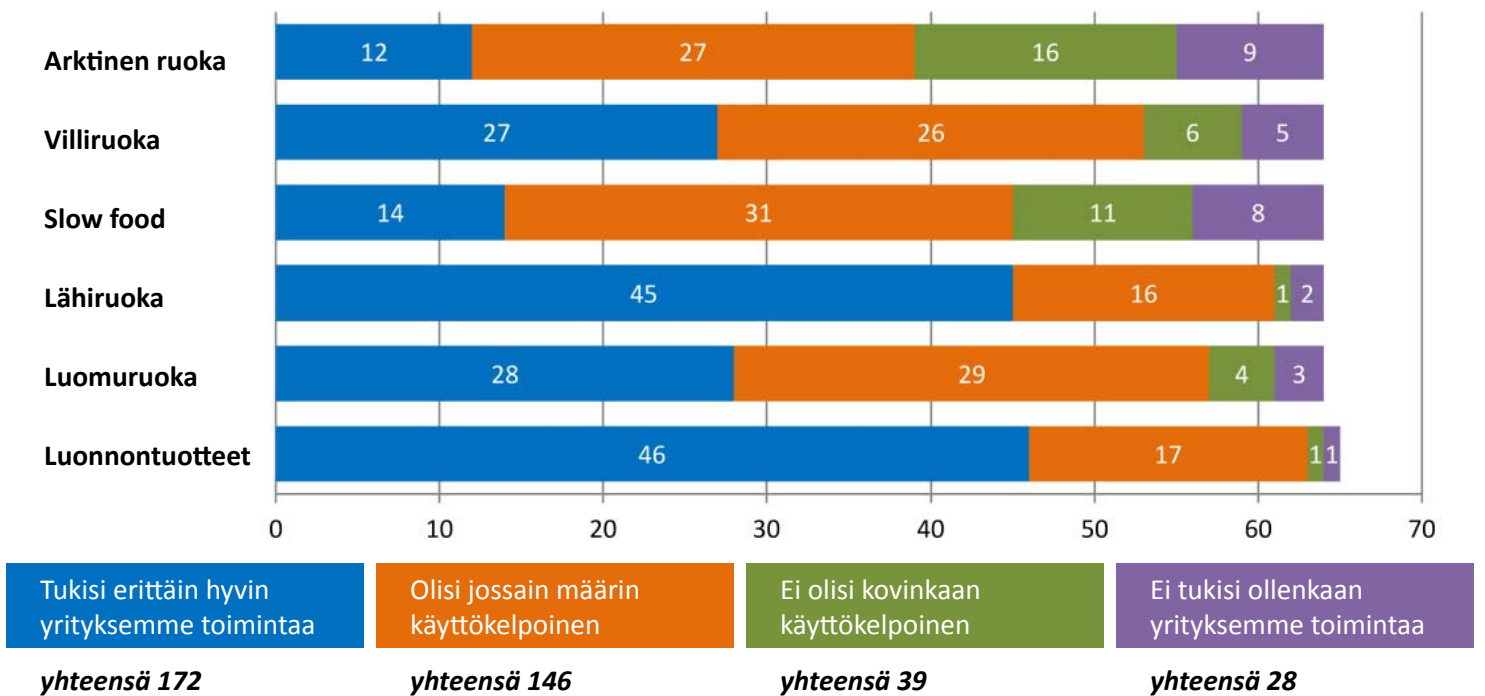
4.3. Ruokaterminologia

11. Mitkä seuraavista termeistä ovat teille käsitteinä tuttuja?



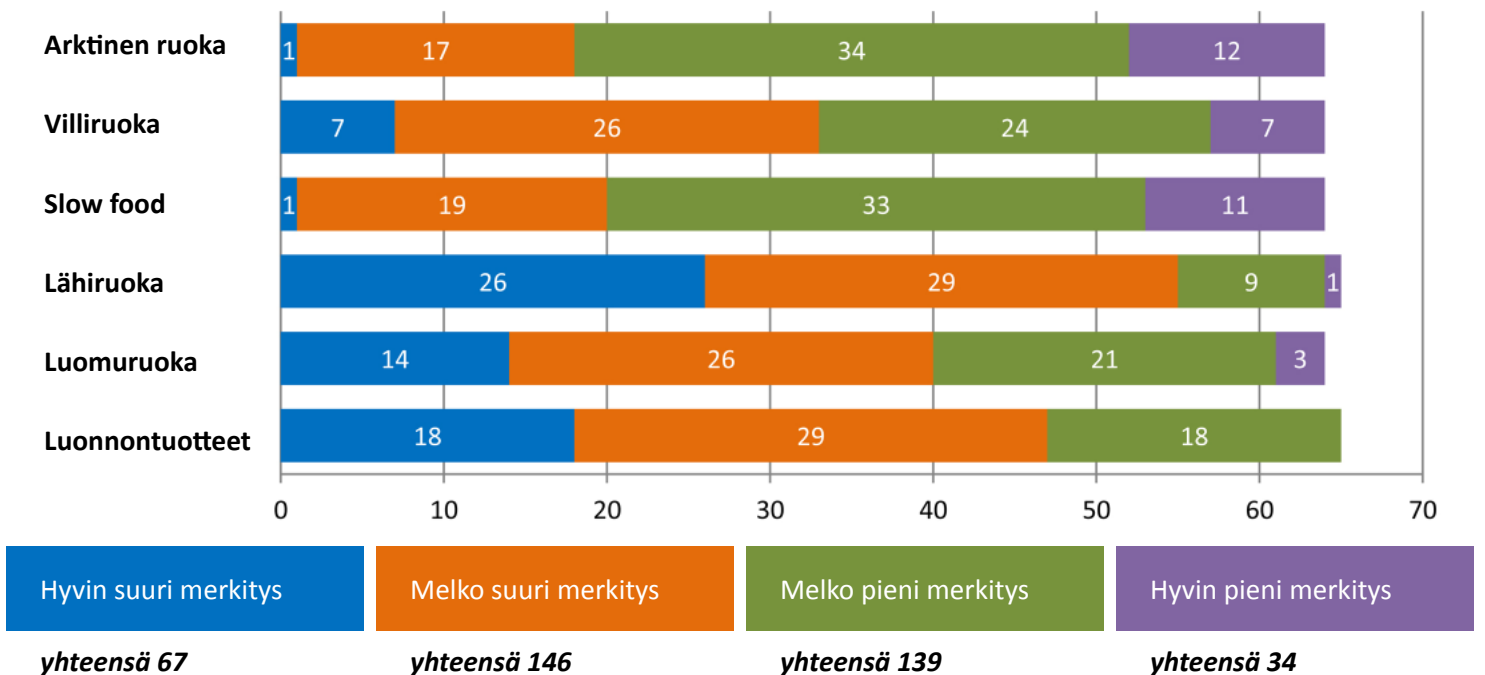
Kyselyssä esitetyt käsitteet olivat tuttuja suurimmalle osalle vastaajista. Kaikki vastaajat tunnistivat lähiiruoka-termin, ja myös luomuruoka ja luonnontuotteet olivat tuttuja käsitteitä vastaajille. Sen sijaan termit arktinen ruoka ja slow food olivat vieraampia käsitteitä, sillä vastaajista ainoastaan 53 % ja 64 % tunnisti ne.

12. Kuinka merkittävänä pidätte erilaisia ruokaterminologian käsitteitä yrityksenne markkinoinnin ja imagon kannalta



Suurin osa vastaajista piti esitettyjä ruokaterminologian käsitteitä tärkeinä yrityksen markkinoinnin ja imagon kannalta. Erityisen käyttökelpoisina pidettiin termejä luonnontuotteet, luomuruoka, lähirooka ja villiruoka. Käsitteitä arktinen ruoka ja slow food ei pidetty yhtä merkittävänä yrityksen imagon kannalta.

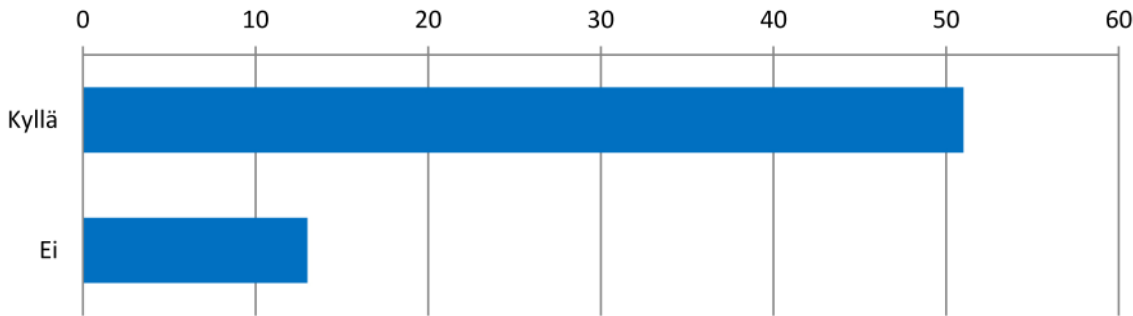
13. Kuinka merkittäviä ruokatermit (esim. lähirooka, luomuruoka) ovat kokemuksenne mukaan matkailijoille (kuinka suuri merkitys ruokatermillä on esimerkiksi matkailukohteen valinnassa)?



Suurin osa vastaajista koki, että esitetyillä ruokaterminologian käsitteillä on melko suuri merkitys matkailijoille. Samoin kuin edellisessäkin kysymyksessä, vastaajien mielestä erityisen merkittäviä termejä matkailijan kannalta olivat luonnontuotteet, luomuruoka, lähirooka ja villiruoka. Sen sijaan useimmat vastaajat kokivat, että termeillä arktinen ruoka ja slow food oli melko pieni merkitys matkailijalle.

4.4. Suomi kylpee turpeessa

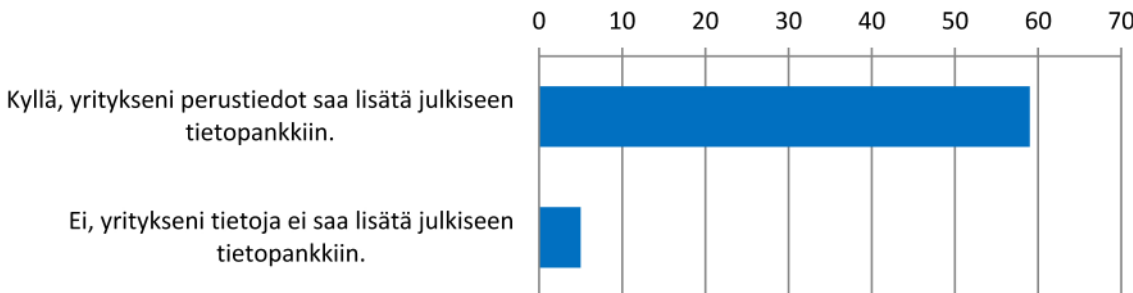
14. Arktiset Aromit ry osallistuu yhdessä yhteistyökumppaneidensa kanssa Suomen itsenäisyyden juhla-vuoteen vuonna 2017 järjestämällä Suomi kylpee turpeessa -saunatapahtumia eri puolilla Suomea. Tapahtumien kohderyhminä ovat luontomatkailuyrittäjät, ja tapahtuman yhtenä tavoitteena on jakaa tietoa mahdollisuuksista kytkeä luonnontuoteala matkailuun. Tapahtumat ovat maksuttomia. Saunatapahtumissa saunojat pääsevät kokeilemaan mm. saunaturvetta, yrttikylpyä, ja yrttejä sisältäviä saippuuita ja shampoita. Lisäksi osallistujille jaetaan kattava tietopaketti turvesaunailan järjestämisestä. Näin yrittäjät saavat runsaasti ideoita ja vinkkejä, kuinka he voivat hyödyntää luonnontuotteita ja järjestää vastaavanlaisia saunailtoja myös omille asiakkailleen. Oletteko kiinnostuneita saamaan lisätietoja tapahtumasta?



Suurin osa vastaajista (80 %) oli kiinnostunut saamaan lisätietoja Suomi kylpee turpeessa -saunatapahtumista. Heitä tullaan tiedottamaan lähialueilla järjestettävistä saunatapahtumista vuoden 2017 aikana.

4.5. Tietopankki

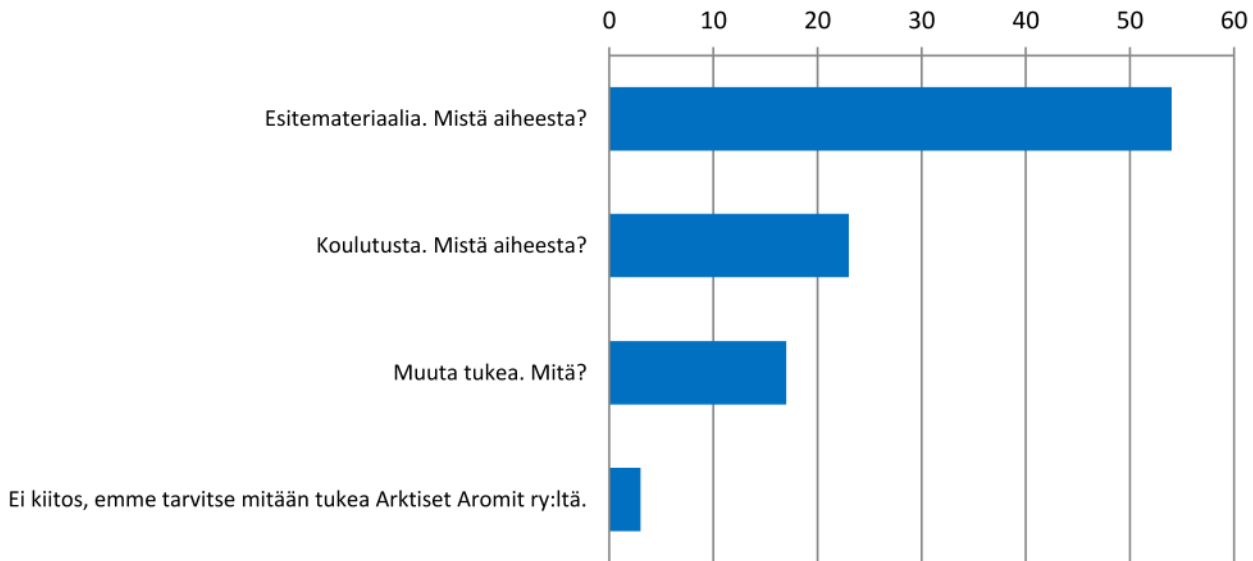
15. Arktiset Aromit ry:n tavoitteena on koostaa yhdistyksen nettisivuille (www.arktisetaromit.fi) tietopankki suomalaisista matkailuyrityksistä, jotka hyödyntävät luonnontuotteita toiminnassaan. Tietopankki koostuu luettelosta, jossa on esitelty yritykset lyhyesti (yrityksen yleisesittely ja yhteystiedot), sekä kartasta, johon yritykset on sijoitettu. Tietopankkiin lisätään ainoastaan ne yritykset, jotka ovat antaneet suostumuksensa tietojensa julkaisuun. Haluatteko yrityksenne mukaan tietopankkiin?



Suurin osa vastaajista (92 %) oli kiinnostunut saamaan yrityksensä tiedot uuteen matkailuyrityksien tietopankkiin Arktiset Aromit ry:n verkkosivuille. Tietopankki valmistuu vuoden 2016 aikana. Tietopankkiin voidaan liittää myös uusia yrityksiä tietopankin valmistumisen jälkeen.

4.6. Tuki Arktiset Aromit ry:ltä

16. Arktiset Aromit ry on luonnontuotealan valtakunnallinen toimialajärjestö, joka toiminnallaan edistää luonnontuotteiden talteenottoa, jatkojalostusta ja käyttöä. Millaista tukea, palvelua tai materiaalia toivoisitte saavanne jatkossa Arktiset Aromit ry:ltä? Voitte valita yhden tai useamman alla olevista vaihtoehdoista.



Ainoastaan 5 % vastaajista ei ollut kiinnostunut Arktiset Aromit ry:n esitteistä, koulutuksista tai muusta tuesta. Suosituin tukimuoto oli esitemateriaalit, joita 54 yritystä (84 % vastaajista) oli kiinnostunut tilaamaan. Koulutusta oli kiinnostunut saamaan 36 % vastaajista, ja 27 % vastaajista oli kiinnostunut jostain muunlaisesta tuesta.

Esitemateriaalia toivottiin seuraavista aiheista:

- Luonnontuotteet (marjat, sienet, yrtit) ja niiden tunnistaminen ja hyödyntäminen
- Lähiruoka, hyvinvointi, hoivapalvelut, ohjelmalvelut
- Slow food, villiyrtit
- Jokamiehen oikeudet
- Pakurikäypä
- Monikielisiä esitteitä, erityisesti yrteistä
- Maaseutumatkailu
- Sienioppaita eri kielillä
- Ruokaohjeet luonnontuotteista
- Yleisesti Suomen luonto ja sen merkitys

Koulutusta toivottiin seuraavista aiheista:

- Kaupallisen poimijan pätevyys
- Luonnontuotteet metsästä myyntiin -koulutus
- Hyvinvointi, ohjelmalvelut, kauppayrtit, lähiruoka
- Villiyrtit, marjat, sienet
- Yrttien käyttö kosmetiikassa
- Pakurikäävän ja mahlan käyttö
- Villiruokamenujen laatiminen
- Ulkomaalaisten metsäretkien markkinointi
- Lisäkoulutusta yrityksen kokille
- Verkosto kielitaitoisista luonnontuoteoppaista
- Sienten ja marjojen tuntemus
- Jatkojalostus ja elintarvikelainsäädäntö
- Luonnontuotteiden terveysvaikutukset
- Markkinointi

Muuta tukea toivottiin seuraavista aiheista:

- Poimintapalvelun kehittäminen ja muu yksilöllinen neuvontapalvelu
- Säännöllinen sähköposti ajankohtaisista asioista
- Kauppayrttikoulutukset
- Lisää tietoa lähiseudun tarjonnasta, toimijaluettelo
- Markkinointi- ja myyntituki, tiedotus
- Sienten käyttö villanvärjäykseen
- Tervankäyttö

4.7. Luonnontuotealan ja matkailualan yhdistäminen

17. Mitä ajatuksia luonnontuotealan ja matkailualan yhdistäminen herättää? Millaisia haasteita ja mahdollisuuksia luonnontuotteiden hyödyntäminen matkailussa aiheuttaa? Mitä ajatuksia tämän kyselyn täyttäminen herätti? Sana on vapaa!

Luonnontuote- ja matkailualan yhdistäminen

Kaikki vastaajat pitivät luonnontuotteiden yhdistämistä matkailuun positiivisena asiana. Monen mielestä luonnontuoteala ja matkailuala kuuluvat luontevasti yhteen; osa vastaajista piti yhdistelmää jopa itsestäänselvyytenä. Toisaalta moni vastaaja totesi, että luonnontuotteiden matkailukytkentää lisäävä hanke on hyvä ja tarpeellinen asia. Luonnontuote- ja matkailualan yhdistäminen nähtiin valtavana voimavarana ja kilpailuetuna, ja moni vastaaja koki, että näiden alojen yhdistämiselle on rajattomasti mahdollisuuksia. Suomalainen puhdas luonto ja sen antimet nähtiin erittäin tärkeinä markkinointivaltteina etenkin matkailualan pienille toimijoille. Erityisesti maaseudulla sijaitsevilla matkailupaikoissa luonnontuotteet on helppo yhdistää muuhun toimintaan. Ihmisillä oli myös vahva usko siihen, että tulevaisuudessa asiakkaat arvostavat entistä enemmän luonnosta saatavia tuotteita. Moni vastaaja totesi, että he ovat hyödyntäneet luonnontuotteita yritystoiminnassaan jo pitkään.

Luonnontuotteiden kysyntä

Useassa vastauksessa todettiin, kuinka lähiruoka on selvästi lisännyt suosiotaan viime vuosien aikana. Monet suomalaismatkailijat ovat vastauksien perusteella usein jo luonnontuotteisiin paneutuneita tai jopa luonnontuotteiden harrastajia. Toisaalta todettiin, että moni kaupunkilainen on hyvin vieraantunut luonnosta, eikä tunnista lajeja kovin hyvin. Keski-Euroopassa ja Kaukoidässä on valtava asiakaspotentiaali, jota pitäisi pystyä paremmin hyödyntämään. Venäläisasiakkaat poimivat mielellään sienä ja kalastavat. Italialaiset ja kiinalaiset ovat kiinnostuneita sekä keräämään luonnontuotteita että valmistamaan niistä ruokaa. Luomumatkailulle on kysyntää. Villiyrtyt kiinnostavat myös kovasti. Useat ulkomaiset asiakkaat haluavat retkeillä puhtaassa luonnossa marjastaen ja sienestäen.

Kyselyssä yleisimmin mainitut haasteet luonnontuotteiden matkailukytkennässä:

- Markkinointi- ja myyntikanavien puute, oikean kohderyhmän löytämisen haaste
- Koulutetun henkilökunnan puute
- Liian tiukka lainsäädäntö, byrokratia
- Luonnontuotteiden esittely eri kielillä
- Ihmisten vieraantuminen luonnossa
- Tuotteistamisen hinnoittelu
- Ajan puute
- Tarvittavien raaka-aineiden puute silloin, kun niitä tarvitsisi

Kyselyssä mainittuja kehitysehdotuksia:

- Markkinointiin ja tiedottamiseen suunnattava paljon resursseja
- Olisi hyvä olla joku tukiorganisaatio, jolta voisi tarvittaessa pyytää apua kohtuuhintaan
- Alan koulutusta ja lajintuntemusta tulisi lisätä
- Kuvapankki ja tietopankki, joita yritykset saisivat hyödyntää (myös valmiita menuja, esitteitä ja kertomuksia)
- Useamman yrityksen yhteismarkkinointi
- Suomalaisten luonnontuotteiden markkinointiin tarvitaan panostusta myös valtion taholta

5. Yhteenveto

Kyselyn tavoitteena oli selvittää, millä tavoin matkailuyritykset hyödyntävät toiminnassaan luonnontuotteita. Kyselyyn tuli yhteensä 64 vastausta vastausprosentin ollessa 23 %. Kyselyyn vastanneet yritykset edustivat monipuolisesti erilaisia matkailupalveluja, yleisimpinä ruoka- ja majoituspalvelut ja retkipalvelut. Toki on huomioitava, että kyselyyn vastanneissa on todennäköisesti keskimääräisesti enemmän luontoon liittyviä palveluja tarjoavia yrityksiä, eivätkä kyselyn vastaukset siten edusta koko Suomen matkailukentän näkemyksiä.

Suurin osa vastaajista (86 %) hyödynsi marjatuotteita yrityksensä tarjoamalla aterioilla. Myös sieniä (70 %) ja yrttejä (61 %) tarjottiin runsaasti vastanneiden yrityksiä ruokapalveluissa. Vastaajista selvä enemmistö (92 %) tarjosi asiakkaille lähellä tuotettua ruokaa. Enemmistö vastaajista (83 %) kertoi tuntevansa alueellaan lähiruokaa tarjoavat yritykset erittäin hyvin tai melko hyvin.

Puolet vastaajista ilmoitti, etteivät he myy luonnontuoteyrityksien valmistamia tuotteita. Yksittäisistä tuoteryhmistä yleisimmät myyntiartikkelit olivat marjahillot, -soseet ja -hyttelöt (17 %), marjajuomat (16 %), tervatuotteet (14 %), kuivatut sienet (13 %) ja luontaishoitotuotteet (13 %). Enemmistö vastaajista (56 %) oli kiinnostunut ottamaan myyntiin luonnontuotealan yrityksiä jalostamia tuotteita. Useassa vastauksessa todettiin, että vastaaja ei ole aikaisemmin tullut edes ajatelleeksi, että voisi ottaa tuotteita myyntiin, mutta ajatus luonnontuotteiden myymisestä kuulosti monen mielestä kehittämiskelpoiselta idealta.

Noin puolet vastaajista ei järjestä luonnontuotteisiin liittyviä kursseja. Yhteensä 30 yritystä ilmoitti järjestävänsä luonnontuotteisiin liittyviä kursseja. Erityisesti sieni- ja villiruokakurssit toistuivat monessa vastauksessa. Useat yritykset ilmoittivat järjestävänsä marjaretkiä, sieniretkiä ja yrttiretkiä. Tuloksien perusteella suurin osa yrittäjistä (67 %) uskoi asiakkaidensa olevan hyvin tai melko kiinnostuneita luonnontuotteista ja niihin liittyvistä retkistä.

Suurin osa vastaajista piti esitettyjä ruokaterminologian käsitteitä tärkeinä yrityksen markkinoinnin ja imagon kannalta. Erityisen käyttökelpoisina pidettiin termejä luonnontuotteet, luomuruoka, lähiruoka ja villiruoka. Käsitteitä arktinen ruoka ja slow food ei pidetty yhtä merkittävänä yrityksen imagon kannalta.

Kaikki vastaajat pitivät luonnontuotteiden yhdistämistä matkailuun positiivisena ja luontevana asiana. Luonnontuote- ja matkailualan yhdistäminen nähtiin valtavana voimavarana ja kilpailuetuna, ja moni vastaaja koki, että näiden alojen yhdistämiselle on rajattomasti mahdollisuuksia. Suomalainen puhdas luonto ja sen antimet nähtiin erittäin tärkeinä markkinointivaltteina etenkin matkailualan pienille toimijoille. Moni vastaaja totesi, että he ovat hyödyntäneet luonnontuotteita yritystoiminnassaan jo pitkään.

Vastauksien perusteella Suomessa on jo pitkään osattu hyödyntää luonnontuotteita matkailutoiminnassa. Kyselyn aihe tuntui olevan tuttu ja läheinen monelle vastaajista, ja vastauksien yleissävy oli positiivinen ja innostunut. Toisaalta usea vastaaja toi esille, ettei kaikkea luonnontuotteiden tarjoamaa potentiaalia ole vielä hyödynnetty, ja luonnontuotteiden matkailukytkentää kannattaa ja pitää kehittää ja edistää.

Luonnontuotteiden vientiedellytysten ja matkailukytkentän kehittäminen -hankkeen matkailuosuus jatkuu, kun kysely saa jatkoa kesän 2016 aikana. Seuraavaksi tehdään asiakaskysely, jossa selvitetään, millaisista luonnontuotteisiin liittyvistä palveluista matkailijat ovat kiinnostuneita. Tulokset julkaistaan vuoden 2016 loppuun mennessä mm. matkailuyritysten vapaaseen käyttöön. Lisäksi vuoden 2016 aikana Arktiset Aromit ry:n nettisivuille luodaan tietopankki matkailuyrityksistä, jotka hyödyntävät luonnontuotteita toiminnassaan.

Lisätietoja:

Anni Koskela

Arktiset Aromit ry

anni.koskela@arktisetaromit.fi

p. 040 164 6177

