

Luonnosta Sinulle

Arktiset Aromit ry:n luonnontuotealan julkaisu tammikuu 1/2018

*Suomalainen luonto ja
luonnontuotteet
matkailun vetovoimatekijä*

*Metsähallituksen
mobiililupa helpottaa
luonnontuotteiden
hankintaa*

*Sieniretkistä
makua matkailuun*





Luonnosta Sinulle

Luonnontuotealan julkaisu tammikuu 1/2018

Julkaisija: Arktiset Aromit ry

Päätoimittaja: Simo Moisio, Arktiset Aromit ry

Taitto ja takakannen kuva: Marjo Räisänen, Arktiset Aromit ry

Kansikuva: Petri Jauhiainen/Vastavalo

| | |
|---|----|
| Suomalainen luonto mahdollistaa matkailun kasvua: pääkirjoitus Simo Moisio | 4 |
| Suomalainen luonto ja luonnontuotteet matkailun vetovoimatekijänä: Terhi Hook, Visit Finland | 6 |
| Lähiluonto maaseutumatkailuyrityksen hyötykäytössä Kimmo Aalto, MTK..... | 10 |
| Jokamiehenoikeudet ja matkailu: Mikko Lemmetti, Suomen Latu ry..... | 12 |
| Metsähallituksen mobiililupa helpottaa luonnontuotteiden hankintaa: Antti Maukonen, Metsähallitus | 16 |
| Sieniretkistä makua matkailuun: Elina Nihtilä, Arktiset Aromit ry..... | 18 |
| Hungry for Finland – Suomen ruokamatkailu nousuun: Kristiina Havas, Haaga-Helia ammattikorkeakoulu..... | 22 |
| Leirikoulut luontoon: Outi Manninen, Arktiset Aromit ry | 26 |
| Puutarha- ja luonnontuotteet ovat matkailijoiden mieleen: Elina Nihtilä, Arktiset Aromit ry..... | 28 |
| Herkullisesti pöydän ja luonnon ääressä: Elina Nihtilä, Arktiset Aromit ry..... | 30 |
| Miksi paikallinen ruoka kiinnostaa matkailijoita?: Monika Lüthje, Lapin yliopisto..... | 32 |
| Matkailun asiakkaiden toiveet luonnontuotteiden käyttöön: Jennika Maaninka, Kajaanin ammattikorkeakoulu..... | 36 |
| Kirjallisuutta..... | 37 |

Suomalainen luonto mahdollistaa matkailun kasvua

Suomen puhdasta luontoa ja jokamiehenoikeuksia on mahdollista hyödyntää matkailun kehittämisessä nykyistä paremmin. Luonnon virkistyskäyttö on suomalaisille tuttua, mutta monille matkailijoille se tarjoaa ainutlaatuisen uuden kokemuksen.

kuisat marja- ja sienilajit, joita myös matkailijat saavat vapaasti poimia tai ostaa tuotteita kotiin viemiseksi matkailukohteista?

Suomalainen maaseutuelämä ja -kulttuuri kesätapahtumineen ja perinteineen kiinnostaa matkailijoita. Vierasmaalainen haluaa tutustua toiseen kulttuuriin mahdollisimman läheltä. Myös suomalaiset kummalliset kesätapahtumat kiinnostavat esimerkiksi Japanissa. Maittemme kulttuurissa on näiltä osin samankaltaisuuksia. Siksi monet japanilaiset TV-ryhmät ja matkailijat ovat osallistuneet esimerkiksi Arktiset Aromit ry:n vuosittain järjestämiin Marjastuksen MM-kisoihin.

Suomen luonnon puhtautta, helppoa pääsyä luontoon ja sen hiljaisuutta emme osaa markkinoida riittävästi. Eteläisemmissä maissa pääsy metsään on lähes mahdotonta tiuhaan kasvavan puuston vuoksi. Meidän harvapuustoiset kangasmetsämme päästävät kulkijan sisälle luontoon. Monista maista puuttuu tiuha metsätieverkosto. Tämän vuoksi esimerkiksi Kanadassa luonnonmarjojen tai sienten samankaltainen hyödyntäminen kuin Suomessa, on lähes mahdotonta.

Muistan selvittäneeni ensimmäistä kertaa Suomen jokamiehenoikeuksia amerikkalaisille vieraille 1980-luvun alussa. Jo tuolloin asia herätti suurta ihmetystä. Sama on toistunut lukuisia kertoja myöhemmin. Mutta osaammeko riittävästi hyödyntää matkailupalveluissa luontomme lu-

Suomalaisen luonnon hiljaisuus on matkailijoille ainutlaatuinen kokemus. Tiheään asutussa maassa ei löydy paikkaa, jossa liikenteen, teollisuuden tai asutuksen äänet eivät kuuluisi. Suomessa sen sijaan voi luonnossa kuulla vain linnun laulua, laineiden liplatusta tai puron solinaa. Marja- ja sieniretkellä voi myös nauttia aidosta metsän tai suon tuoksusta.

Suomalainen saunakulttuuri kiinnostaa monissa maissa. Saunarauha, kesäinen järvimaisema, virkistäytyminen järvessä saunomisen yhteydessä ja kesäisen luonnon vihreys herättävät matkailijoiden ihastuksen. Suomalainen, joskus vähäpuheinen ja hiljainen, mutta matkailijaa kuunteleva opas, soveltuu hyvin tähän luonnon elämyksiä tarjoavaan harmoniaan.

Luonto ja sen tarjoamat mahdollisuudet ovat tärkeitä matkailun kehittämistä. Luonnontuotteet voidaan kytkeä osaksi matkailupalveluita monilla eri tavoin. Ne voivat sisältyä yrityksen luonto- ja patikointiretkiin, ruokakulttuurin ja maamme historian kerrontaan, majoittajayrityksen ateriatarjontaa, kurssitoimintaan tai matkamuistomyyntiin.

Tässä lehdessä esitellään Suomen luontomatkailun vahvuuksia. Tarkoituksena on antaa alan yrityksille ja kehittäjille virikkeitä ja ideoita luoda Suomesta entistä monipuolisempi matkailumaa.



Simo Moisio
toiminnanjohtaja
Arktiset Aromit ry



Suomalainen LUONTO JA LUONNON- TUOTTEET matkailun vetovoimatekijänä

*Teksti: Terhi Hook, kehityspäällikkö, Visit Finland
Kuvat: Visit Finland*

Ruokamatkailu on niin Suomessa kuin globaalisti yksi matkailun eniten kasvavista trendeistä. Jokainen matkailija syö useita kertoja päivässä, vaikka matkan perimmäinen tarkoitus olisi muu kuin ruoka. Varsinaiset ruokamatkailijat ja kulinaritkin hakevat uusia suuntia harrastukselleen ja uusia kohtemaita. Suomessa on loistavat raaka-aineet, puhtaasta luonnosta hyödynnettävissä olevat luonnontuotteet, rikas alueellinen ruokakulttuuri ja runsaasti alueellisia erikoistuotteita. Ruoan myötä matkailija pääsee helposti kokemaan kohtemaan kulttuuria ja paikallisuutta.

Suomessa syötävä ruoka on tutkitusti Euroopan puhtainta. Kiinnostus terveellisyyteen sekä luomu- ja lähiruokaan on suurta kaikissa niissä maissa, joista matkailijoita Suomeen saapuu. Lähiruoka, paikallisuus ja suomalaisuus ovat tärkeä osa matkailijan ruokakokemusta ja tulevissa ruokatrendeissä nousevat terveellisyys, kasvispainotteisuus ja vegaaniruoka, puhtaus, luonnollisuus, vastuullisuus, jäljitettävyyden unohtamatta nautinnollisuutta ja elämyksiä.

Luonto on Suomen matkailun vetovoimana ykkönen, jolloin myös luonnossa kasvavat luonnontuotteet nousevat tärkeälle sijalle markkinointivaltteina. Ruokamatkailun kehittäminen perustuu Suomen ruokamatkailustrategiaan, ja sen määrittelemien kärkiviestien, ts. kilpailuetujen kirkastamiseen. Kärkiviestit pohjautuvat vahvuksiimme ja niihin vetovoimatekijöihin, jotka näemme Suomelle tyypillisiksi ja hyviksi erottautumiskeinoiksi ruokamatkailun osalta.

Niitä matkailualueiden kannattaa omien, alueensa erityispiirteiden mukaisesti nostaa esille. Yksi niistä on puhtaus ja se sopii läpi Suomen kaikille alueille ykkösvaltiksi. Ruokamme puhtaus on helppo perustella matkailijalle ja tehdä näkyväksi juuri luonnontuotteiden kautta. EPI indeksin (YALEn ja Columbian yliopiston Environmental Performance Indexin) mukaan Suomi on maailman puhtain ja vihrein maa. Suomessa on myös maailman 3. puhtainta ilmaa. (WHO:n tutkimus). Puhtaassa ilmassa ja puhtaassa luonnossa kasvavat tietysti puhtaimmat ruoka-aineet ja voimme tarjota matkailijoille valehtelematta puhdasta, luonnollista, terveellistä ruokaa joka tekee hyvää ihmiselle. Tätä tukee arktinen sijaintimme. Pitkä kylmä talvi ja sen jälkeen kasvien saama lähes 24h valo antaa intensiivisen kasvun. Lämpimät päivät ja valoisat yöt antavat kasveille erityisen maun ja superfoodin ominaisuudet. Tuodaan nämä her-

kut matkailijalle pöytään ja ollaan niistä ylpeitä!

Muut kaksi kärkiviestiä ovat "taste of place" - paikallisuus sekä "cool & creative" - rento, innovatiivinen ja luova pohjoinen keittiö, loistavat keittiömestariimme, upeat mainetta niittäneet kokit ja paikallisuuteen panostavat trendikkäät ravintolat. New Nordic Kitchen on trendi, josta kannattaa ottaa kaikki irti. Myös erilaiset uudet ruokailmiöt kuten villiruoka ja villiruokakokit, suomalainen keksintö ravintolapäivä, joka on levinnyt globaaliksi 75 maahan sekä hienot musiikkifestarit ja ruokafestarit, joihin on syntynyt uudenlainen street food tyyli, ovat tässä kategoriassa matkailijoille hienoja kokemuksia luovia ruokamatkailun tähtituotteita.

Paikallisuuden esiin nostaminen tarkoittaa taasen lähiruokaa eli paikallisia makuja, rikasta ruokakulttuuriamme, alueellisia erikoisuuksia ja

ruokaperinteitä, tuoretta ja raikasta ruokaa suoraan läheisiltä pelloilta, metsästä, järvistä ja meristä matkailijan ruokapöytään. Tärkeä osa matkailijan elämystä on myös niihin tutustuminen osallistumalla, tarinoiden ja oppimisen kautta.

Suomessa on hyviä ruokamatkailutuotteita, mutta laadukkaita matkailijoita palvelevia ruokaelämyksiä tarvitaan lisää ja tärkeänä nähdään myös laatutason nostaminen kautta linjan matkailijoita palvelevissa ravitsemuspalveluissa.

Me Visit Finlandissa sekä myös matkailutoimijat ja yhteistyökumppanimme elintarvikepuolella olemme vieneet ruokamatkailua maailmalle jo useissa erilaisissa tapahtumissa, tilaisuuksissa ja markkinointitoimenpiteissä. Matkailuelämysten kuvailu matkakohdetta etsivälle lomailijalle jää normaalisti tekstien, kuvien, videoiden ja suusta suuhun kuultujen tarinoiden varaan. Ruokamat-

kailussa on kuitenkin se etu, että matkailija voi testata palvelua jo etukäteen maistiaisten muodossa, kun herkulliset pikkuannokset houkuttelevat matkailijoita makumatkalle Suomeen. Näin teemme nyt tulossa olevilla Grüne Woche-messuilla Berliinissä 19.-28.1.2018, jossa joukko suomalaisia matkailu- ja elintarvikeyrityksiä esittelee tuotteitaan ja palveluitaan. Jatkoa työhön on myös luvassa ruokamatkailuprojektin startatessa Visit Finlandissa. Ruokamatkailua ja upeita suomalaisia elintarvikkeita markkinoidaan Saksan markkinoilla ja muualla Euroopassa tehostetusti seuraavan kahden vuoden aikana. Positiivisten makumuistojen luomiseksi ja asiakkaan houkutteluksi Suomeen tarvitaan kuitenkin yhteisiä ponnisteluja, joten kaikki mukaan viemään näitä viestejä ja nostamaan Suomi ruokamatkailijoiden toivemaaksi!



Lähiluonto maaseutumatkailuyrityksen hyötykäytössä

*Teksti: Kimmo Aalto, Asiantuntija, palveluyrittäjä ja maaseutumatkailu,
Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto MTK ry*

Pyöräilykuva: Haapaniemen Matkailu, Talvinen taukokuva: Vimpa Islands, Marjakuva: Isokenkäisten Klubi

Lähiluontoa pidetään ja vaalitaan maaseutumatkailuyrityksen jokapäiväisenä toimintaympäristönä, valttikorttina ja lisäarvoa tuottavana tekijänä, paikkana kehittää matkailupalveluja ja -tuotteita yritykseen tuleville matkailijoille.

Maaseutumatkailuyritysten käsityksissä ja palvelujen tuottamisessa lähiluontoon liittyy perinteistä, pitkäaikaista ja osin itsestäänkin selvää haltuunottoa ja hyödyntämistä osana matkailutoimintaa.

Lähiluonnon antimissa ja lahjoissa on matkailullisesti ja ympäristöllisesti kestävästi vielä monin kerroin nykyisin hyödynnettyä enemmän liiketoinnallista potentiaalia. Keskeisiä yritysten osaamistekijöitä suhteessa lähiluontoon ja asiakkuuksiin on tunnistaa ja hallita kysyntä ja asiakstarpeet, palvelun tuottaminen ja tuotteistaminen, myynti sekä viestintä- ja jakelutiet yhteistyöverkostoissa.

Alkuperä, aitous, ekologisuus ja eksoottisuus kiinnostavat tämän päivän matkailijoita. Lähiluontomatkailusta on erityisesti kotimaisia matkailijoita tavoitellen mahdollista kehittää lähiruokaa vastaava trendi. Myös ulkomaalaiset matkailijat arvostavat suomalaista luonnon rauhaa, puhtautta ja paikallisuutta. Erityisesti kansainvälisiä matkailijoita ajatellen matkailupalvelujen tuottajien tulee tuntea eri asiakasryhmien, markkinoiden ja niiden matkailijoiden luontokäsitykset, -kokemukset, -tottumukset ja -arvot ja niiden painotukset.

Tältä pohjalta lähiluonto pitää osata paloitella ja koota mielenkiintoiseksi ja vetovoimaiseksi tuotteeksi. Elämysten ja kokemusten lisäksi nykymatkailijat arvostavat terveysvaikutuksia sekä itse käsillä tekemistä ja valmistamista. Lähiluontoa ja luonnontuotteita voidaan hyödyntää matkailualan yrityksissä usealla tavalla. Ruokailun raaka-aineiden aarreaitana ja luontoon pohjautuvien aktiviteettien lisäksi esimerkiksi luonnosta saatavia koristemateriaaleja voidaan käyttää ruokailukattauksissa, matkamuuistoissa ja lahjatavaroissa.



Purisiko villiruokamenu?

Maaseutumatkailuyrityksissä paikalliset, puhtaat ja terveelliset raaka-aineet näkyvät ruokalistoilla. Monissa maaseudun herkkukohteissa on tarjolla lukuisia lähiruokavaihtoehtoja. Maaseutumatkailuyritykset tarjoavat luonnontuotteita tavanomaisesti osana ruokalistaa, usein esimerkiksi jälkiruokavaihtoehtoissa, kahvituksissa jne. Listan läpi leikkaava, luonnontuotteita hyödyntävä viiliruokamenu osuu luonnontuote- ja villiruokakategorioiden aallonharjalle ja usean matkailijan makuhermoon. Näitä kattauksia voisi olla tarjolla nykyistä enemmän. Niiden tuotteistamisessa voidaan hyödyntää luonnontuotteisiin liittyviä peirinteitä, tarinoita, aistielämyksiä ja reseptiikkaa.

Ruokapalveluissa metsämarjojen, luonnonyrttien ja metsäsienten rinnalle on noussut erikoisluonnontuotteita kuten terva, mahla ja pakuri. Myös Slow food- ja luomuruokakonseptit tarjoavat maaseutumatkailuyrityksille mahdollisuuksia ruokatuotteiden ja -listojen tuunaamiseen. Erilaiset ruokaterminologian käsitteet ja sisällöt avaavat maaseudun matkailukohteille ovet innovatiiviseen ja trendikkääseen markkinointiin ja imagon kirkastamiseen. Palvelujen ja tarjottavien tuotteiden pitää tietty laadukkaasti vastata asiakaskokemuksia, odotuksia, konsepteja ja terminologiaa.

Hyvinvointi- ja wellbeing -matkailusta euroja

Hyvinvointiin ja hemmotteluun lähiluonnon antimia ja tarjontaa on tuotteistettu maaseutumatkailuyrityksissä ja ohjelmapalveluissa runsaasti. Suomalainen sauna on hyvinvointimatkailun huipputuote. Sen rinnalle voidaan kehittää luonnontuotepohjaisia (esim. turve, yrtit) saunahoitoja, kylpyjä, saunajoogaa ja hierontaa sekä paikallisille markkinoille että koti- ja ulkomaisille matkailijoille. Näiden palvelujen tuotteistamisessa ja hinnoittelussa sekä viestinnässä ja näkyvyydessä on vielä paljon kehitettävää ja piilossa olevaa potentiaalia. Yhteistyöverkoston hyö-

dyntämisellä päästään eteenpäin. Esimerkiksi hyvinvointialojen osaajien/ammattinharjoittajien ja maaseutumatkailuyrittäjien kohtaamiselle on tarvetta. Tällöin tuotteita matkailijoille saadaan kehitettyä, monipuolistettua ja erilaistettua ammattimaisesti eri ammattinharjoittajien osaamista ja verkostoja hyödyntäen.

Omatoimisesti tai ohjatusti luontoon

Matkailijan luontoon ja metsään meneminen voi tapahtua joko omatoimisesti, ”helpotetusti/avustetusti” (esim. kartta, mobiiliohjaus) tai täysin ohjatusti ja opastetusti oppaan johdolla. Luonnossa retkeilyn ja liikkumisen tulee kunnioittaa luonnollisesti jokamiehen oikeuksien lisäksi maan- ja metsänomistajuutta. Sopimukset matkailuyrittäjien sekä maan- ja metsänomistajien välillä ovat välttämättömiä ja erityisen tärkeitä silloin, kun on kyse liiketoiminnasta lähiluontoa hyödyntäen.

Matkailuyrittäjät ja asiakkaat puntaroivat voiko, osaako ja uskaltaako matkailija lähteä itsenäisesti metsään, esimerkiksi poimimaan marjoja tai sieniä lähiluonnosta. Yrittäjille opastukset tuovat voita leivän päälle ja luontoympäristön kestävyyskannalta luonnossa osataan tällöin liikkua ohjatusti ja kestävästi. Kokemukset lähiluonnosta kasvattavat matkailijoiden rohkeutta omatoimisuuteen.

Tulee myös huomioida, että vaikka matkailijat eivät aina maksullisia opaspalveluja kohteessa ostaisikaan, niin omatoimisina oheisaktiviteetteina retket lähiluontoon kasvattavat esimerkiksi lomamökkien vuokrausta ja kysyntää ympärivuotisesti.

Opastetut luontoretket jalkaisin tai eri liikkumisvälinein, kalastus, marjastus, sienestys, yrttien poiminta, kasveihin tutustuminen, luonnontuotteiden keruutapahtumat, käsityölliset ohjelmapalvelut, luontokokouspäivät ja leirikoulutyypiset teemat ja tapahtumat tarjoavat

maaseutumatkailu- ja ohjelmapalveluyrittäjille valtavan potentiaalinen tuotteistettujen, vetovoimaisten matkailupalvelujen perustaksi. Kotimaan ja kansainvälisille markkinoille näitä voidaan yhdistää majoitus- ja ruokapalveluihin sekä liikennepalveluihin yritysten välisellä yhteistyöllä. Tarvitaan luonnontuotteiden ja niiden keruun, matkailupalvelujen tuottajien ja jälleenmyyjien, esimerkiksi matkanjärjestäjien, kohtaamista ja yhteistyötä.

Miten voimme tuotteistaa palvelujamme paremmin ympärivuotisesti lähiluontoa ja luonnon kiertokulkua hyödyntäen? Millaisina palveluketjuna on tarjolla ja mistä asiakkaat ne löytävät? Millaisia lähiluontoon liittyviä palveluja asiakkaat haluavat nyt ja tulevaisuudessa? Näihin kysymyksiin voimme etsiä vastauksia yli yritys- ja toimialarajojen, tavoitteellisella yhteispelillä ja resursseja yhdistämällä.

Suomen Maaseutumatkailuyrittäjät ry
Smmmy.fi
Matkamaalle.fi

Kievari Rantapirtti sijaitsee luonnonkauniissa keskisuomalaisessa erämaisessä Koskenpäällä, Salosveden rannalla. Yrittäjäpariskunnan Pirjo ja Timo Niinimäen vetämänä Rantapirtin monipuoliset matkailupalvelut perustuvat aitouteen, yksilöllisyyteen ja tarinankerrontaan sekä lähiluonnon hyödyntämiseen ja kunnioittamiseen.

Rantapirtin kotimaiset ja ulkomaalaiset asiakkaat arvostavat lähiruokaa; ruokaa, jolla on tarinansa. Pirjo ja Timo Niinimäen kädenjäljet sekä intohimo luonnonantimiin ja lähiruokaan näkyvät Rantapirtin keittiössä. Ravintola on erikoistunut suomalaiseen ruokaan, jonka maun takaavat paikallinen riista ja luonnontuotteet sekä myös kansainväliset, ajan trendien mukaiset höyryt.

- Ruokailutapahtuma on kokonaisuus, jonka elämyksellisyyden takaa ruoka, aitous ja ruuan tarina, Timo Niinimäki korostaa.

Tarjolla on muun muassa suosittu riistamenu asiakkaan toiveiden ja vuodenajan teeman mukaisesti. Rantapirtin keittiössä ruoka valmistetaan rakkaudella ja ylpeydellä pääsääntöisesti suomalaisista raaka-aineista.

- Mahdollisuuksien mukaan käytämme lähiruokaa kuten esimerkiksi paikallista riistaa, sieniä ja marjoja sekä kotimaisia kaloja, Pirjo Niinimäki kertoo.

Erilaisia aktiviteetteja ja ohjelmapalveluita Rantapirtissä järjestetään jo 50 vuoden kokemuksella. Timon edesmennyt isä, maanviljelijä Esko Niinimäki kehitti maailman ensimmäisen tynnyrisaunan, joka toimii nykyisin museotervatynnyrisaunana ja lämpimää rannassa matkailijoille nykyisinkin. Matkailijoiden käytössä ovat lisäksi kaksi savusaunaa, kotasauna ja telttasauna.

Ohjelmapalveluissa Rantapirtillä on tarjolla laaja kirjo lähiluontoa hyödyntäviä aktiviteetteja. Lihasvoimin mm. patikointia, melontaa ja kallioseikkailuja; koira- tai hevosvaljakoiden vetäminen maastoretkeä sekä monipuolisia motorisoituja ohjelmapalveluita ja safareita, jotka sopivat Rantapirtin ja Keski-Suomen rallimaakunnan perinteisiin ja lähiympäristöön.

- Ohjelmapalveluissa korostuvat myös aitous, historia ja tarinat. Valttikortteja luontoelämyksiin ovat puhdas luonto, rauha, hiljaisuus, vastapainona vauhdikkaillekin ohjelmille. On myös tunnistettava asiakkaan odotukset, Timo Niinimäki toteaa.

JOKAMIEHEN- OIKEUDET JA MATKAILU

Teksti ja kuvat: Mikko Lemmetti, Suomen Latu ry

1800-luvun puolella termiä ei vielä tunnettu, mutta vapaa luonnossa liikkuminen ja luonnonantimien kerääminen olivat jo silloin yksi tärkeimmistä jokamiehenoikeuksista, jotka vielä nykyäänkin ovat olemassa.

Sana ”jokamiehenoikeudet” kuuluu monen suomalaisen perusanastoon, samoin kuin jokamiehenoikeuksien periaatteellinen sisältö ja merkitys. Ovathan jokamiehenoikeudet olleet Suomessa tavalla tai toisella voimassa jo paljon ennen kuin niille annettiin kyseinen nimi vuosisadan alussa. 1800-luvun puolella termiä ei vielä tunnettu, mutta vapaa luonnossa liikkuminen ja luonnonantimien kerääminen olivat jo silloin yksi tärkeimmistä jokamiehenoikeuksista, jotka vielä nykyäänkin ovat olemassa.

Suomen ja muiden Pohjoismaiden jokamiehenoikeudet ovat kansainvälisesti katsottuna harvinaisuus, eikä muualla Euroopassakaan nautita niistä yhtä laajasti kuin täällä. Itse asiassa hyvin moni ulkomaalainen ei edes tiedä, että Suomessa ja Ruotsissa – ja mikseipä myös Norjassa – sellaisia ylipäänsä onkaan. Mutta mikä parasta, jokamiehenoikeudet koskevat kaikkia Suomessa asuvia tai täällä matkustavia kansallisuuteen katsomatta. Ja myös lompakon paksuuteen katsomatta, sillä ne ovat maksuttomia.

Matkailun kannalta jokamiehenoikeuksia voi pitää samanlaisina vetovoimatekijöinä kuin esimerkiksi puhdasta luontoa, metsiä ja vesiä, rauhaa ja hiljaisuutta, yötöntä yötä tai vastaavasti kaamosta ja täyttä pimeyttäkin ilman kaupunkien valosaastetta. Etenkin ulkomaiset matkailijat arvostavat varmasti jokamiehenoikeuksia sitä enemmän, mitä tietoisemmiksi he niistä tulevat.

Tietoisuuden lisääntyminen jokamiehenoikeuksista edesauttaa myös maan rajojen sisäistä matkailua ja sen kehittämistä. Eri tahot voivat

hyödyntää luontoa omien palveluidensa ja tuotteidensa kehittämiseksi, ja haittaa aiheuttamaton luonnossa liikkuminen ja liikuttaminen kuin luonnonantimien käyttö eri tavoin on mahdollista jokamiehenoikeuksien ansiosta.

Jokamiehenoikeudet matkailun edistäjänä

Luonnossa liikkumisen ja oleskelun on tutkusti osoitettu edistävän terveyttä ja vähentävän niin stressiä, verenpainetta kuin ennaltaehkäisevän erilaisia sairauksia. Myös henkisellä puolella luonnon hyviä tekevät vaikutukset on pystytty osoittamaan useissa kotimaisissa ja kansainvälisissä tutkimuksissa. Matkailu- ja luontopalveluyritysten toiminta voidaan oikeastaan nähdä osana ihmisten terveyttä edistävää ja kansantaloudellisestikin merkittävää yleishyödyllistä toimintaa, vaikka yritykset toimivat kaupallisessa tarkoituksessa.

Pitkälti jokamiehenoikeuksien ansiosta erilaisten matkailupalvelujen kirjo on muodostunut laajaksi, ja lisää uusia palveluita ja -tuotteita tulee jatkuvasti. Asiakkaille voidaan tarjota erilaisia retkiä luontoon niin kävellen, lumikenkäillen, hiihtäen, ratsastaen, poro- tai koiravaljakoilla, moottorikelkoin, meloen jne. Ainoastaan moottoriajoneuvoilla maastossa ajamiseen tarvitaan maanomistajien luvat, mutta muutoin toimitaan jokamiehenoikeuksien niin sallien. Säännöllisestä toiminnasta ja sellaisesta toiminnasta, jossa haitan aiheutumisen riski on kasvanut, kannattaa aina sopia etukäteen.

Myös marjastus, sienestys ja luonnonyrittien keräily sekä onkiminen ja pilkkiminen onnistuu jokamiehenoikeuksien ansiosta. Mikä olisikaan monipuolisempaa toimintaa matkailijoillekin kuin viedä heidät hyville marja- tai sieniapajille tai antaa heille mato-onki tai pilkkionki ja samalla perehdyttää heidät maamme mahtavien ”luonnonvarojen” saloihin niin teoriassa kuin käytännössä. Kalastusyrittäjät voivat vastaavasti



tarjota viehe- ja perhokalastusmahdollisuutta asiakkailleen, kunhan tarvittavat luvat ovat kunnossa.

Valistus ja tiedottaminen lisäävät kaikkien osapuolten tietoutta, ehkäisevät väärinkäsityksiä ja edesauttavat toimimista reilun pelin hengessä

Yleisesti ottaen jokamiehenoikeudet tunnetaan hyvin ainakin niiden ”kotimaassa”. Monella on niistä riittävä perustietous, mutta se ei ole välttämättä täysin aukoton. Omia tulkin-toja aiheesta saattaa olla, ja eivät jokamiehenoikeudetkaan aivan riidattomia liene koskaan olleet. Muun muassa Suomen Latu on tehnyt pitkällistä ja hedelmällistäkin työtä jokamiehen oikeuksiin liittyvän tietouden levittämisessä ja lisäämisessä. Myös valtiollisella toimijallamme Metsähallituksella on kattava tietopankki jokamiehenoikeuksista ja niiden soveltamisesta.

Esimerkiksi Luontoon.fi-sivustolla kerrotaan hyvinkin seikkaperäisesti, miten Metsähallituksen hallinnoimilla alueilla ja mailla tulee toimia ja miten kansallispuistoissa, retkeilyalueilla ja luonnonsuojelualueilla menetellään. Vaikka jokamiehenoikeudet ovat pääsääntöisesti voimassa lähes kaikkialla, niistäkin on olemassa poikkeuksia erilaisilla erityisalueilla.

Samaten Metsähallituksen yhteistyöryhmäjäille annetaan hyvä ohjeistus Kestävä matkailu suojelualueilla -oppaassa. Kestävä luontomatkailu kun on yleisesti erittäin tärkeää niin kotimaisella kuin kansainväliselläkin tasolla. Jokamiehenoikeuksien vaikutuspiirissä on niin laaja joukko yksityisiä kuin julkisia ja kaupallisia-

kin toimijoita, että paras tapa varmistaa sujuva yhteistyö, luonnon ja ympäristön hyvinvointi ja kestävä toiminta, on jatkuva valistus ja tiedottaminen.

Myös ulkomaisia matkailijoita, jotka tulevat maahan joko omatoimisesti tai etenkin järjestetyille matkoille, kannattaa ehdottomasti ohjeistaa jokamiehenoikeuksista. Yhtä lailla tiedottamista kotimaisille maan- ja metsänomistajille sekä yhteistyön kehittämistä kannattaa sinnikkäästi jatkaa.

Jokamiehenoikeudet ovat yhteistä kulttuuriperintöämme

Ei liene liioiteltua sanoa, että jokamiehenoikeudet ovat merkittävintä aineetonta kulttuuriperintöämme. Ne hyväksyttiin juuri Suomen aineettoman kulttuuriperinnön kansalliselle listalle yhdessä mm. tangon, hortoilon ja lumi-leikkien kanssa.

Kuten minkä tahansa kulttuurin muun osa-alueen, myös jokamiehenoikeuksien säilyttäminen, vaaliminen ja eteenpäin välittäminen on kestävää kulttuurista kehitystä.

Jokamiehenoikeudet voivat olla vetovoimatekijä myös matkailussa. Täällä matkailija saa nauttia puhtaasta Suomen luonnosta sekä vastuullisesti ja laadukkaasti tuotetuista luontomatkailupalveluista. Taitavat retkeilijät voivat hyödyntää jokamiehenoikeuksia omatoimistekin. Jokamiehenoikeudet ovat mahdollisuus, josta meidän kannattaa huolehtia, käyttää oikein ja kertoa muillekin.

Metsähallituksen mobiililupa helpottaa luonnontuotteiden hankintaa

Teksti: Antti Maukonen, Metsähallitus



Metsähallituksen metsätaloukskäytössä oleviin monikäyttömetsiin myydään nyt luonnontuotteita. Henkilökohtaisen luvan voi ostaa näppärästi puhelinsoitolla eli mobiililupana.

”Mobiililupamenettelyllä halusimme helpottaa tällä hetkellä voimakkaassa kasvussa olevan luonnontuotealan yritysten raaka-ainehankintaa”, Metsähallitus Metsätalous Oy:n maankäyttöpäällikkö **Antti Maukonen** kertoo.

Luonnontuotelupa oikeuttaa keräämään eräitä jokamiehen oikeuden piiriin kuulumattomia luonnontuotteita kuten kuusenkerkkiä, pakurikäpää, koivun lehtiä, pihkaa, sammalia ja havuja. Myös vastojen ja kerppujen tekijät voivat

hakea raaka-aineensa luvallisesti valtion monikäyttömetsästä.

”Meiltä on kysely melko usein, voiko luonnontuotteita kerätä vapaasti. Esimerkiksi pakurikäpää on kiinnostanut niin yrityksiä kuin yksityishenkilöitä”, Maukonen valottaa mobiililupien käyttöönoton taustaa ja jatkaa:

”Moni on oletanut lähes kaikkien luonnontuotteiden keruun kuuluvan jokamiehen oikeuden piiriin, mikä ei siis pidä paikkaansa.”

Lupa vaikka koko vuodeksi

Lupatyyppejä on valittavana kaksi. Lyhytaikaisempi lupa on voimassa kolme kuukautta ja se

oikeuttaa keräämään tuotteita maksimissaan 50 kiloa tai 200 litraa. Pidempiaikainen lupa on voimassa vuoden ajan ja tuotteiden keruumäärä on yhteensä 200 kiloa tai 800 litraa.

Kolmen kuukauden luvan hinta on 24,95 euroa, vuoden lupa maksaa 49,90 euroa. Hintoihin lisätään paikallispuhelumaksu. Lupa hankitaan soittamalla puhelinnumeroon, jonka jälkeen asiakas saa tekstiviestinä lupaviestin ja lupa aktivoituu.

Mobiililupa otettiin käyttöön marraskuussa. ”Keväämmällä varsinaisen poimintakauden lähestyessä näemme, onko tällaiselle tuotteelle todellakin kysyntää”, Antti Maukonen toteaa.

Luvalliset keruualueet Retkikartassa

Ennen luvan hankkimista kannattaa varmistaa, että luonnontuotteiden keruuseen suunniteltu alue on metsätaloukskäytössä olevaa monikäyttömetsää.

Luvanvaraisten luonnontuotteiden keruu suojelualueilla ei ole sallittua. Metsähallituksen monikäyttömetsien sijainnin löytää näppärästi Retkikartta.fi-sivustolta (www.retkikartta.fi).

”Suunniteltu keruualue on hyvä tarkistaa nettikartasta ennen kuin hankkii mobiililuvan, sillä lupa aktivoituu saman tien puhelinsoiton jälkeen”, Antti Maukonen muistuttaa.

Tarkemmat ohjeet mobiililuvan hankkimisesta:

www.metsa.fi/luonnontuoteluvat

Tietoa ja ohjeet luvan hankkimisesta löytyy myös kansalaisten ja yritysten suomi.fi-palvelusta kirjoittamalla hakukenttään ”luonnontuotelupa”.

Tietoa jokamiehen oikeuksista:

[http://www.ymparisto.fi/fi-FI/Luonto/Jokamiehenoikeudet\(16989](http://www.ymparisto.fi/fi-FI/Luonto/Jokamiehenoikeudet(16989)



Sieniretkistä makua matkailuun

Teksti: Elina Nihtilä

Sienikorit -kuva: Soili Jussila/Vastavalo, muut kuvat: Arktiset Aromit ry

Suomessa vierailevat matkailijat tutustuvat paikallisiin sieniin yleensä ensimmäistä kertaa ravintolassa. Myös muita vaihtoehtoisia tapoja voisi olla. Sienissä riittää mahdollisuuksia, vaikka mihin.

Keittömestarin huolella valmistamat ja kauniisti asettelemat metsän herkut ovat villiruokaa omimmillaan. Sienien tarjoama elämys voi kuitenkin olla herkullista makua ja esteettistä näköä merkittävästi laajempi kokemus.

Moni matkailija on kiinnostunut lomansa aikana kokeilemaan sienestystä. Tämä on mahdollista, kun vuodenaika, varusteet ja sienituntemus ovat kohdallaan. Sieniturismi on nouseva luontomatkailun haara, kasvunvaraa nimittäin on.

Metsän aarteet palkitsevat etsijän

Metsässä liikkuminen, sienten etsiminen, löytämisen ilo ja voitonriemun tunne korin täytyessä ovat kokemuksia, jotka eivät hetkessä unohdu.

Jos sieniretken päätteeksi on vielä mahdollista valmistaa sienisaaliista ruokaa asiantuntevalla opastuksella, muodostuu retkipäivästä täydellinen menestys. Matkailussa yhdistyvät rentoutuminen ja uuden oppiminen. Sienestykseen jää helposti koukkuun; tästä riskistä kannattaa matkailijoi- takin varoittaa!





Voitatti
Suillus luteus



Tuoksuvalmuska
Tricholoma matsutake



Suppilovahvero
Cantharellus tubaeformis



Keltavahvero
Cantharellus cibarius

Herkulliset sienet tarjoiltuna monella kielellä

Arktiset Aromit ry:n uusi sieniesite laadittiin matkailu- ja ohjelmapalveluyrittäjien käyttöön kansainvälisiä matkailijoita ajatellen. Esitteen erinomaiset kuvat tyypillisimmistä suomalaisista sienistä auttavat myös vientiä harjoittavia luonnontuotealan yrityksiä sienten ja sienituotteiden markkinoinnissa maailmalla.

Suomen runsaat luonnonvarat, taianomainen luonto ja jokamiehenoi-keudet tuodaan esitteessä matkailijoiden ulottuville englanniksi, kiinaksi, japaniksi, saksaksi, ranskaksi ja italiaksi. Tarjolla on käytännön ohjeita sieniretkelle lähtijälle niin varustuksen kuin kerättävien sienten suhteen.

Vain tutut sienet koriin

Tärkeän perusohjeen mukaan vain tuttuja sieniä saa kerätä ja nauttia. Tuntemattomat sienet pitää aina jättää metsään, samoin myös ne sienet, jotka luulee melko varmasti tunnistavansa.

Matkailijan ykkössieniksi suositellaan herkku- ja voitatteja, kanttarelleja, suppilovahveroita, karvarouskuja, lampaankääpää ja matsutakea. Muitakin lajeja löytyy, mutta näillä pääsee hyvin alkuun.

Sieniopastuksen lisäksi esitteessä vinkataan Suomessa myytävistä kuiva- tuista ja säilötyistä sienivalmisteista, joita voi viedä tuliaisiksi kotiin ja maistella sekä muistella matkaa jälkikäteen.

Paljon kiitosta saanut esite on toteutettu osana maa- ja metsätalousmi- nisteriön rahoittamaa Luonnontuotteiden vientiedellytysten ja matkailu- kytkenän kehittäminen II 2017 – 2018 -hanketta.



Herkkutatti
Boletus edulis, B. pinophilus



Lampaankääpä
Albatrellus ovinus



Karvarousku
Lactarius torminosus

Hungry for Finland – Suomen ruokamatkailu nousuun

*Teksti: Kristiina Havas, Ruokamatkailun kehittämisen projektipäällikkö
Haaga-Helia ammattikorkeakoulu*

Ensimmäinen Ruokamatkailustrategia on laadittu laajapohjaisena yhteistyönä. Hungry for Finland 2015-2020 toimenpide-esityksineen on hyvä suunnannäyttäjä alan toimijoille.

Ruokamatkailu on keskeinen matkailun kehittämiskohde. Ruokamatkailun trendeissä ovat käsityöläisyys ja paikalliset raaka-aineet vahvasti mukana. Perinteitä ja historiaa hyödynnetään muun muassa makumuistoissa. Elämyksellisyys ja asiakkaan oppiminen ovat keskiössä. Juomakulttuuri on noussut vahvasti mukaan ruokamatkailuun.

Suomen ensimmäinen Ruokamatkailustrategia 2015-2020 laadittiin laajapohjaisessa yhteistyössä. Strategiasta on laadittu myös video. Strategian laadinnassa olivat mukana Visit Finland (Business Finland Oy), maa- ja metsätalousministeriö, useat muut tahot ja ennen kaikkea tietysti yrittäjät.

Ruokamatkailun tuotesuositukset laadittiin yrityksille ja kehittäjille työvälineeksi laadukseen, elämyksellisen ja kannattavan ruokailukokemuksen tuottamiseen. Ruoka on yhä tärkeämpi osa matkailukokemusta ja matkustusmotiivia. Tavoitteena on saada ruoka tärkeäksi, elämykselliseksi ja ostettavaksi osaksi Suomen matkailua!

Strategian valmistuttua sitä jalkautettiin aktiivisesti eri puolilla Suomea järjestetyissä

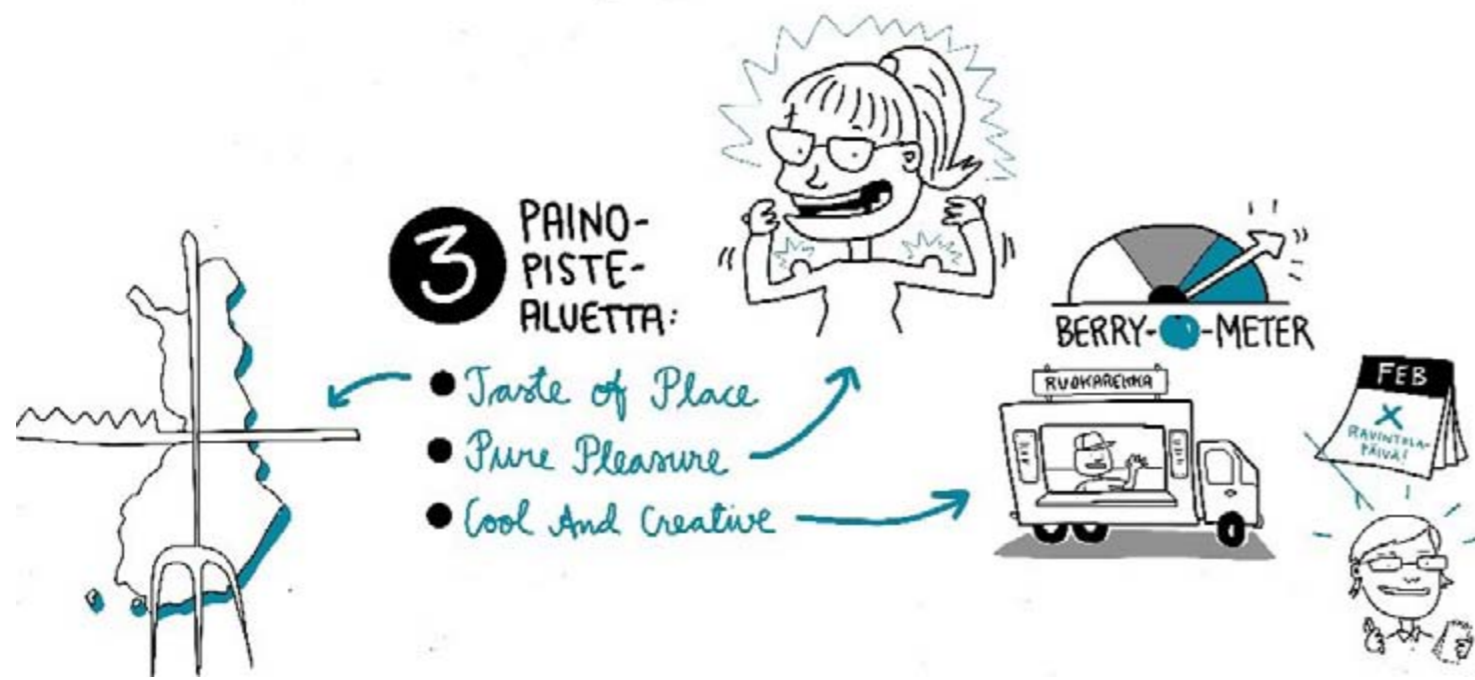
ruokamatkailun työpajoissa (13). Samalla ruokamatkailun kehittämiseen saatiin arvokasta palautetta, kehittämisideoita ja näkökulmia etenkin yrittäjiltä, mutta myös muilta mukana olleilta, muun muassa matkailun alueellisilta toimijoilta. Ruokamatkailustrategian jalkautusprojektin toimenpiteet, työkalut, tuotokset (mm markkinointimateriaalia), ruokamatkailun yhteinen tarina), tulokset ym. ovat sähköisenä julkaisuna kaikkien hyödynnettävissä osoitteessa <http://hungryforfinland.fi/ruokamatkailun-julkaisu-2017>

Projektin myötä työstettiin Visit Finlandin Hungry for Finland -sivusto, joka rakentuu ruokamatkailun videosta, esitetekstistä, kuvista ja artikkeleista. Sivulta ohjataan My Stay – kokonaisuuteen, josta löytyvät ruokamatkailun kärkituotteet.



Hotelli Punkaharjun sienet ja yrtit -viikonloppu palkittiin merkittävänä ruokamatkailutekona.

Ruokamatkailustrategian teemaattiset painopistealueet ovat Taste of place, Pure pleasure ja Cool and creative of Finland



Taste of place

Alueellinen ruokakulttuuri, suomalaisuus ja suomalainen elämäntapa maistuvat. Suomalainen ruoka on persoonallista ja ruoassa huomaa alueelliset erot. Tarjoamme ylpeästi Karjalassa karjalaista ja Lapissa lappilaista ruokaa.

Arkisten ja jopa outojen suomalaisten asioiden tuotteistaminen on mahdollisuus. Maassamme kohtaavat itä ja länsi ja molempien vaikutus on tärkeä osa ruokakulttuuriamme. Ruokamatkailun työpajoissa on työstetty ruokamatkailun alueprofileja. Alueet (maakunnat) ovat ruokamatkailun kehityksessä eri vaiheissa. Työpajojen tuloksena voidaan karkeasti sanoa, että 80 % on keskenään samanlaista ja 20 % muista alueista poikkeavaa tarjontaa. Tarjonta voi olla myös hyvin erilaista, kartanoateriasta porosipseihin. Profilointi on haastavaa, mutta parhaimmillaan paikallinen ruoka ja juoma vahvistaa alueen matkailulista identiteettiä ja matkailun vetovoimaa ja siten lisää myös matkailutuloa.

Parhaimmillaan alueen ruokamatkailuprofiilista voi muodostua matkailun vetovoimatekijä ja vahva brändielementti, jopa brändi. Ruokamatkailustrategian painopistealueista Taste of place'n tulisi näkyä alueellisessa ruokamatkailuprofiilissa.

Ruokamatkailukilpailulla hyviä esimerkkejä ja kärkituotteita

Ruokamatkailukilpailu on yksi Ruokamatkailustrategian toimenpiteistä. Vuonna 2017 järjestettiin järjestyksessä toinen kilpailu, edellinen oli 2015. Kilpailijoiden arvioinnissa kiinnitettiin huomiota asiakaslähtöisyyteen, paikallisuuteen ja tarinoiniin, lähiruokaan, elämyksellisyyteen, yhteistyöhön, liiketoiminnallisuuteen, kannattavuuteen sekä monipuolisuuteen myynti- ja markkinointikanavien käytössä.

Kilpailulla rohkaistiin ruokaan ja matkailuun liittyviä verkostoja kehittämään uutta, paikallisuuteen perustuvaa ruokamatkailutarjontaa. Kilpailuun haettiin yrityksiä ja yhteisöjä, jotka ovat innovatiivisia ruokamatkailun edelläkävijöitä.



Ruokamatkailukilpailun palkintojenjako syyskuussa 2017. Kuvassa palkitut ja kilpailun arviointiryhmä. Palkinnot jakoivat elinkeinoministeri Mika Lintilä ja maa- ja metsätalousministeri Jari Leppä.

Kilpailun toteuttajia olivat maa- ja metsätalousministeriö, Visit Finland (Business Finland Oy) ja MTK. Kilpailua koordinoi Haaga-Helia ammattikorkeakoulu.

Täällä voi tutustua ruokamatkailukilpailun voittajiin

Ruokamatkailu elämykselliseksi osaksi Suomen matkailumaakuvaa

Ruokamatkailu on keskeinen matkailun kehittämiskohde maailmanlaajuisesti. Kilpailukyvyntakia sen tulee olla sitä myös Suomessa. Suomi on saanut kansainvälisissä medioissa nostetta. Ruoan takia valitaan myös matkakohteita. Matkailija tulee yllättää positiivisesti ruoan suhteen. Hallituksen puoliväliriihessä osoitettu lisämääräraha tehostaa ruokamatkailun kehittämistä sekä markkinointia ja myyntiä.

Ruokamatkailukohteen vetovoimaa lisää kiinnostava tarina. Tarina, joka on mieleenpainuva sekä kumpuaa kohteen todellisuudesta ja mielikuvista lisää paikan ja elämyksen arvoa. Opetus- ja kulttuuriministeriö onkin myöntänyt Haaga-Helia ammattikorkeakoululle määrärahan ruokamatkailun tarinallistamiseen.

Työ ruokamatkailun eteen jatkuu – tuotteistaminen ja tarinallistaminen, markkinointi ja myynti!

Lisätietoja: Ruokamatkailun projektipäällikkö Kristiina Havas, kristiina.havas@haaga-helia.fi, puh. 0500 688332 www.hungryforfinland.fi

Leirikoulut luontoon

Teksti: Outi Manninen, Arktiset Aromit ry

Kuvat: Miia Pakkanen

Oppimisympäristönä luonto tarjoaa kaiken sen, mitä taitavat pedagogit voivat vain toivoa: luonnossa tapahtuvat aktiviteetit tukevat niin yksilön kuin ryhmien oppimista, toimintaa ja vuorovaikutustaitoja.



Kuinka moni muistaa kouluajan suo- ja metsäretket, museokäynnit ja luokkaretket Linnanmäelle? Jos silloin luulit vain kirmailevasi metsässä yhdessä kavereidesi kanssa tai iloitsevasi pääsystä ulos luokkahuoneesta, olit väärässä: todellisuudessa osallistuit suunnitelmalliseen ja päämäärälliseen leirikoulutoimintaan.

Leirikoulutoiminta on ollut merkittävä osa suomalaista koulukulttuuria. Kultakauttaan leirikoulutoiminta eli 1980 ja -90 luvulla. Nyt uudistunut opetussuunnitelma suosii kokonaisvaltaista, oppiainerajat ylittävää opetustapaa, jota voidaan toteuttaa erilaisissa oppimisympäristöissä. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että koulut saavat vapaammat kädet osallistua koulujen ulkopuolella järjestettyyn toimintaan, johon kuuluvat myös leirikoulut.

Luonto on virikkeellinen oppimisympäristö

Meidän suomalaisten onni on puhdas luonto, raikas ilma, runsaat vihreät metsät ja kirkkaat vedet. Oppimisympäristönä rikas luonto tarjoaa kaiken sen, mitä taitavat pedagogit voivat vain

toivoa: luontoympäristö ja luonnossa tapahtuvat aktiviteetit tukevat niin yksilön kuin ryhmien oppimista, toimintaa ja vuorovaikutustaitoja.

Unohdetaan hetkeksi hyödyt ja puhutaan ilosta. Ilo on yksi ihmisen perustunteista, jonka läsnäolo arjessa parantaa meidän kaikkien hyvinvointia. Ilo ja hyvinvointi takaavat myös paremman oppimistuloksen. Selvitysten mukaan lasten hyvinvointi luontoympäristössä kasvaa. Luonto tarjoaa lapsille leikkimisen riemua, myönteisiä kokemuksia, virikkeitä ja kehittävää toimintaa. Luontoretkeillä lasten mielikuvitus ja luovuus heräävät henkiin ja oivaltamisen herkkyys herää. Luonto onkin kuin pohjaton kaivo, josta ammentaa iloa ja hyvinvointia oppimisen tueksi.

Leirikoulutoimintaa kannattaa markkinoida myös ulkomaalaisille

Nykyään tiedostetaan entistä paremmin, että Suomen puhtaus ja oikeudet ovat erikoisuuksia maailman mittakaavassa. Perinteisen, suomalaisten omien leirikoulujen rinnalle ovatkin syntyneet ulkomaalaisille suunnatut, luontomatkailuun läheisessä suhteessa olevat, markkinoitavat

leirikoulut. Meiltä löytyy paljon annettavaa ulkomaalaisille lapsille ja nuorille ilman sen suurempaa pohdittavaa: luonto ja luonnosta kerättävät luonnontuotteet, vaellus- ja melontareitit, kalastus, hiihtäminen, saunakulttuuri ja uiminen puhtaissa vesissä sekä suomalaisen koululaitoksen ylivoimaisuus ovat jo valmiita valttikortteja suunnitellessa leirikouluja ulkomaisten tarpeisiin. Ripauksen erikoisuutta sisältöön antaa husky- ja poroajelut tai karhunkatselut ja valokuvaus. Yksinkertaista – rehellistä – suomalaista.

Yrittäjille leirikoulujen järjestäminen tarjoaa omat haasteensa, vaikka nykyisten ohjelmavaluun laajuus takaisikin leirille monipuolista tekemistä. Etenkin ulkomaalaiset ja pienet lapset tarvitsevat usein ylimääräistä palvelua, kuten apua pukeutumiseen. On myös hyvä muistaa, että meille tavallinen metsäleikki voi vaikuttaa yllättävästi ulkomaalaisten silmissä vaaralliselta. Turvallisuussuunnitelmien laadinnassa yritysten kannattaakin olla tarkka. Lisäksi vaatimukset turvallisuuden suhteen vaihtelevat koulukohtaisesti niin Suomessa kuin ulkomailla. Tämä voi muuttaa leirikoulun sisältöä nopealla aikataululla, jos

esimerkiksi alkuperäinen seikkailullinen toiminta joudutaan perumaan koulun turvallisuussääntöjen takia.

Tarvitaan lisää yrityksiä leirikoulujen toteutukseen

Suomalaisten opettajien mielestä leirikoulujen paras ajankohta on syksy tai kevät, kun taas ulkomaalaisia oppilasryhmiä kiinnostaa lumi ja talvinen eksotiikka. Vaikka Suomen luonto takaa ohjelmien sisällön kaikkina vuodenaikoina, luontopainotteista leirikoulua suunnittelevan yrittäjän kannattaa tutustua kohderyhmänsä tarpeisiin ja sopeuttaa toimintansa koulujen aikatauluun. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että leirikoulutoiminta ei välttämättä takaa matkailuyrittäjälle ympärivuotista tuloa, vaan ennemminkin jatkaa yrityksen toimintakautta.

Parhaimmillaan leirikoulu tarjoaa elämyksiä, uusia ystäviä ja avartaa maailmankuvaa. Suomalaiseen luontoon pohjautuva leirikoulutoiminta lisää maamme tunnettuutta kansainvälisesti ja antaa luontevan pohjan luonnontuotteiden kytkeemiseksi osana matkailun edistämistä.

Puutarha- ja luonnontuotteet ovat matkailijoiden mieleen

Teksti: Elina Nihtilä, Arktiset Aromit ry

Kuva: Marjo Räisänen, Arktiset Aromit ry

Puutarha- ja luonnontuotteet kiinnostavat, mutta voisiko niiden myynti olla vieläkin vilkkaampaa, jos tuotteita markkinoitaisiin aikaisempaa suunnitelmallisemmin useilla toimialoilla ja erilaisissa myyntipaikoissa? Puutarha- ja luonnontuotteet yhdistyvät luontevasti esimerkiksi matkailu- tai hyvinvointialaan.

Hämeen ammattikorkeakoulun hortonomi AMK-tutkintoa varten tehdyssä opinnäytetyössä selvitettiin puutarha- ja luonnontuotteiden myynnin edellytyksiä, nykytilaa ja tulevaisuutta matkailukohteen eli luontokeskuksen yhteydessä. Luontokeskusten läheisyydessä sijaitsee yleensä aina yksi tai useampi kansallispuisto, jonka kävijävirrat tuovat melkoisen määrän asiakkaita luontokeskuksille, jotka jo itsessään ovat matkailukohteita. Viime vuonna Suomen kansallispuistoissa kävi yhteensä 2,8 miljoonaa vierailijaa. Kävijämäärä on ollut kasvussa jo monen vuoden ajan.

Asiakkaat tavoitettava myyntikanava

Opinnäytetyössä kerättiin tietoa haastatteleamalla luontokeskusten edustajia. Lähes kaikissa kyselyyn vastanneissa luontokeskuksissa on myynnissä ainakin joitakin puutarha- tai luonnontuotteita. Pääsääntöisesti luontokeskuksissa toimii myymälä tai vähintäänkin asiakasneuvonan yhteydessä oleva myyntipiste, jonka valikoimaan tuotteet sopivat luontevasti. Myymälä on joko Metsähallituksen oma tai siitä vastaa yhteistoimintayrittäjä.

Joissain paikoissa myynti on jaettu siten, että elintarvikkeiden myynti keskittyy kokonaisuudessaan ravintolayrittäjälle. Tällöin myös matkamuitoksiksi sopivat tuotteet, esimerkiksi makuvedet ja

kuivatut marjat löytyvät ravintolasta, kun taas luonnonkosmetiikkaa ja luonnonmateriaaleista valmistettuja koriste-esineitä ja koruja voi ostaa myymälän puolelta.

Laaja kirjo luonnontuotteita

Luonnon antimista – viljellyistä tai kerätyistä – valmistetut elintarvikkeet maistuvat hyviltä ja niihin liittyy hyvinvointia, terveellisyttä ja paikallisuutta sivuavia arvoja. Tuotteita on mukava ostaa omaan ruokapöytään. Jalostetut elintarvikkeet tai tuoreet marjat, sienet ja yrtit sopivat myös lahjaksi. Materiaalin kyllästävässä maailmassa puutarha- ja luonnontuotteet eivät jää kaappeihin pölyntymään, vaan ne nautitaan hetkessä.

Myös luonnonkosmetiikka kuluu käytössä. Jos tuotteita on luontokeskuksessa myynnissä vain vähän, ne ovat useimmiten juuri luonnonkosmetiikkaa, kuten pihkavoiteita tai saippuaa. Lölytuoksut ja terva ovat tyyppillisiä.

Luonnontuotteita on myynnissä huomattavasti puutarhatuotteita enemmän. Suosituimpia elintarvikkeita ovat luonnonmarjalosteet sekä erilaiset teet ja villiyrttivalmisteet. Näiden jälkeen tulevat sienijalosteet, joita myydään säilykkeinä ja kuivattuina. Hunaja on mahlaa yleisempi tuote.

Kokonaisuudessaan luonnontuotteiden kirjo on laaja, mutta yksittäisten myyntipaikkojen valikoima vaihtelee melkoisesti muutamasta tuotteesta todella runsaaseen tarjontaan.

Vahva usko kuivattuihin marjatuotteisiin

Luontokeskusten kiinnostus kasvattaa luonnontuotteiden määrää oli tasaista. Jos kiinnostusta oli, se kohdistui kaikkiin tuoteryhmiin. Kärjessä olivat marja- ja sienijalosteet ja luonnonkosmetiikka, joiden määrän lisäämistä yli puolet vastanneista piti realistisena. Myös keustosuosikille, hunajalle tuntui olevan menekkiä.

Kuivattuja marjoja sisältävät tuotteet, kuten rouheet, patukat ja marjoista valmistetut makeiset nähtiin erittäin hyvinä myyntituotteina. Kuivatut sienet koettiin keveyden vuoksi käytökelpoisiksi retkieväiksi. Tällöin metsässä ruokaa valmistava retkeilijä voisi nauttia paikallisten sienten mausta myös varsinaisen sesongin ulkopuolella. Sama ajatusmalli koski villiyrttejä.

Luonnonkosmetiikasta mainittiin erityisesti tervan ja pihkavoiteiden hyvä kysyntä. Teeseoitukset ja uutuustuote pakuri houkuttelevat asiakkaita kokeilemaan.

Puutarhatuotteiden osuus pieni

Viljellyt puutarhatuotteet ovat luonnontuotteita harvinaisempia luontokeskusten myymälöissä. Useimmiten ne ovat marjalosteita, joista mainittiin vadelma-, mansikka- ja kuningatarhillo sekä marjamehut ja glögit. Vihannesjalosteita on myynnissä vai muutamassa luontokeskuksessa. Tällöin on kyse keitto- ja kastikejauheista sekä kuivatuista nauris-, porkkana-, ja lanttulastuista.

Ne vastaajat, jotka halusivat kasvattaa puutarhatuotteiden osuutta, pitivät potentiaalisimpina tuotteina kuivattuja marjoja ja marjajauheita. Myös kuivatut, viljellyt yrtit saivat kannatusta.

Paikallisuus, paikallisuus ja paikallisuus

Mitä lähempää tuote on peräisin, sitä kiinnostavampi se on. Paikallisuus sekä lähellä valmistettujen, kerättyjen ja kasvatettujen raaka-aineiden arvo korostui.

Menekin ohella tärkeinä asioina pidettiin toimivaa pakkausta ja hyvää hinta-laatusuhdetta, jotta tuote liikkuu riittävän nopeasti hyllystä kuluttajalle eikä hävikkiä synny. Varsinkin pakkausten myyvyyteen toivottiin kiinnitettävän enemmän huomiota. Tuotteen säilyvyyden on oltava hyvä, joten tuoretuotteita tai tuotteita, joiden parasta ennen -päiväys umpeutuu nopeasti, ei pidetty sopivina. Kylmäsäilytystiloja ei juuri myymälöissä ollut. Myös myynti- ja varastotilojen vähäisyys olivat esteitä.

Monet luontokeskukset järjestävät säännöllisesti erilaisia teemapäiviä esimerkiksi sienten tai villiyrttien ympärille. Tällöin päivittäiset kävijämäärät kasvavat, ja alueen muille yrittäjille ja lähituottajille tarjoutuu tilaisuus myydä tuotteitaan yleisötapahtumissa. Tämänkaltaiset tilaisuudet avaavat myyntimahdollisuuksia myös tuoretuotteille esimerkiksi vihanneksille ja tuoreille marjoille.

Useat vastaajat olivat halukkaita tutustumaan tuoteuutuuksiin myyntiä silmällä pitäen. Puutarha- ja etenkin luonnontuotealan paikallisia yrittäjiä tunnettiin kohtuullisesti. Vahva viesti oli, että yrittäjien kannattaisi tarjota hyviä tuotteita useamminkin ja näin vahvistaa verkostojaan. Pienten yritysten kohdalla toimitusvarmuus ja tuotteen rajoitettu saatavuus koettiin ongelmiksi, mutta toisaalta joissain kohteissa oltiin halukkaita hankkimaan juuri pieniä ja yksilöllisiä eriä.

Kiinnostus kasvaa edelleen

Vastaajat olivat lähes yksimielisiä siitä, että matkailijat ovat aidosti kiinnostuneita luonnontuotteista. Huolellisesti valittujen tuotteiden koettiin tukevan luontokeskuksen imagoa ja lisäävän etenkin kansainvälisten matkailijoiden tietoisuutta suomalaisesta tarjonnasta. Parhaimmillaan onnistuneet tuotevalinnat johtivat myynnin huomattavaan kasvuun, joka puolestaan innosti

kiinnittämään huomiota vieläkin houkuttelevampaan tuotevalikoimaan – menestyksen kehä oli syntynyt!

Haluatko tietää lisää?

Ota yhteyttä Elina Nihtilään
([elina.nihtila\(at\)student.hamk.fi](mailto:elina.nihtila(at)student.hamk.fi))
Opinnäytetyö julkaistaan helmikuussa 2018.

Haastatteluissa ainakin kerran mainittuja luonnontuotteita

- mustikka-, puolukka-, metsävadelma-, lakka-, variksenmarja- ja karpalohillo sekä näiden hillojen erilaiset yhdistelmät
- yleisimmistä metsämarjoista valmistetut jauheet, rouheet ja mehut
- marjoista valmistetut marmeladit, vahtokarkit ja tikkunekut
- marjapohjaiset makuvedet, kuohujuomat, eväspatukat, siirapit, hyytelöt ja kastikkeet
- kuivatut yrtit, yrttimausteet ja jalostetut villivihannekset, kuten voikukkatee,
- puolukkakoivusokeri, kuusenkerkkäjauhe ja -uute, pakuri, mahla ja teesekeitukset
- riistasäilykkeet ja savuhauki

Vinkki matkailijoille Herkullisesti pöydän ja luonnon ääressä

Teksti: Elina Nihtilä
Kuvat: Ravintola Haltia

Pääkaupunkiseudulla on paljon ravintoloita, mutta vain yksi Haltia. Valoisassa ravintolassa vuodenaikojen vaihtelun voi sekä nähdä että maistaa.

Suomen luontokeskuksen yhteydessä asiakkaitaan palveleva ravintola on Nuuksion aarre, jonka lounaspöydässä yhdistyvät vaikuttava maisema ja lähiruoka luonnontuotteita unohtamatta. Lounas on luontoa kunnioittava.

Paljon myös silmänruokaa

Ruokien harkittu ja kaunis esillepano houkuttelee syömään. Kattauksessa ja ruokien koristelussa käytetään luonnon antimia hyvällä maulla. Ruokaa on tarjolla runsaasti – haukikeitosta palsternakkateriiniin ja paistettuihin sieniin. Kasviksia on paljon ja salaattit ovat monipuolisia. Niin kalan, lihan kuin riistan ystävä löytää vaihtuvasta noutopöydästä mieluisen vaihtoehdon. Tässä ympäristössä jälkiruoan kanssa nautittu hyvänmakuinen yrttitee kruunaa aterian jopa kaltaiseni kahvifriikin mielestä.

Talven luonto lautaselle -lounas katetaan päivittäin tiistaista sunnuntaihin. Vierailijoiden käytävissä ovat samaan aikaan myös ravintolan kahvilapalvelut. Lounasta nauttiessani olin vilpittömästi pahoillani niiden puolesta, jotka valitsivat kupin kahvia ja pullan. Herkullista varmasti sekin, muttei lounaanveroinen vaihtoehto.

Luonto, ruoka ja matkailu kuuluvat yhteen

Matkailukohteen ja ravintolan liitto ei ole uusi asia, mutta niiden soisi jatkossa kuitenkin entisestään yleistyvän. Korkeatasoisten ravintolapalvelujen ylläpito edellyttää säännöllistä kävijävirtaa ja hyvää liikepaikkaa. Nuuksiassa vierailee noin 300 000 ihmistä vuodessa, joten potentiaalia on.

Kansainvälisen ja valtakunnallisen matkailun rinnalle ihmiset ovat löytäneet lähiseutumatkailun. Itselle uuteen tai tärkeään, mutta lähellä kotia sijaitsevaan kohteeseen tutustutaan päivänmittaisen retken aikana.

Pääkaupunkiseudulla asuville Ravintola Haltia tarjoaa sopivan ruokamatkailukohteen luonnon ääressä. Syömään kannattaa tulla toki kauempaakin.

Paikan päälle pääsee myös julkisilla, joten aterian saa nauttia viinin kera. Kahvilan vitriinistä voi ostaa kotiin viemisiksi luonnontuotteista valmistettuja juomia, kuten mahlalla maustettuja vesiä. Etenkin kansainvälisiä lapsivierailijoita kiinnostavat kuitenkin eniten pullot, joiden kyljessä koimeilee Muumin kuva. Näinhän se on, kysyntään pitää vastata, jotta toiminta säilyy jatkossakin herkullisen korkeatasoisena.

Lounaan lisäksi Ravintola Haltiasta voi hankkia eväät metsäretkelle, järjestää yritystilaisuuden tai synttärit, käydä kahvilla sekä valita annoksen à la carte -listasta.



Miksi paikallinen ruoka kiinnostaa matkailijoita?

Teksti: Monika Lüthje, Lapin yliopisto

Kuluttajat ovat kansainvälisesti katsottuina entistä kiinnostuneempia ruoasta, sen alkuperästä ja valmistustavoista. Lähiruokaan ja luomuun nojaavat terveelliset ruokailutottumukset sekä paikallisuuden ja perinteiden arvostaminen ovat olleet kasvavia trendejä. Paikallinen ruoka, jolla tässä tarkoitetaan lähialueella tuotettua, paikallisen ruokakulttuurin mukaista ruokaa, kiinnostaa myös matkailijoita. Sen matkailupotentiaali onkin huomattava: Tutkimusten mukaan matkailijat haluavat käyttää rahaa paikalliseen ruokaan aiempaa enemmän ja se houkuttelee varakkaita matkailijoita. Paikallinen ruoka voi myös auttaa pidentämään matkailusesonkeja ja tekemään matkailukohteesta omaleimaisen ja siten kilpailijoistaan erottuvan.

Ruokamatkailu on kasvussa. Se on matkailua, jossa ruoka on syy matkalle lähtemiseen. Ruokamatkailija valitsee matkailukohteensa monesti nimenomaan kohteen paikallisen ruoan perusteella, mutta paikallinen ruoka kiinnostaa myös muita matkailijoita kuin varsinaisia ruokamatkailijoita. Paikalliset ruokaerikoisuudet voivatkin lisätä matkailukohteen vetovoimaisuutta. Tutkimusten mukaan paikallinen ruoka voi olla myös syy, jonka vuoksi matkailijat haluavat palata uudelleen samaan kohteeseen, jossa ovat käyneet aiemmin. Jotta paikallisesta ruoasta kiinnostuneiden matkailijoiden houkuttelu ja palvelu onnistuisi niin, että heidät saadaan palaamaan uudelleenkin, olisi hyvä tietää, miksi paikallinen ruoka heitä kiinnostaa. Syitä voi olla monia, mikä tulisi ottaa huomioon matkailukohteiden ja -yritysten kehittämisessä ja markkinoinnissa.

*Hilla on leimallisesti Pohjois-Suomeen kuuluva marja.
Kuva: Lapin Materiaalipankki / Arto Komulainen*

Eri maissa tehtyjen tutkimusten perusteella paikallinen ruoka voi kiinnostaa matkailijoita ensinnäkin elämyksellisyytensä vuoksi. Matkoilla halutaan kokea ainutlaatuisia ja unohtumattomia elämyksiä, ja yksi keino tähän on kokeilla uusia, jännittäviä, erityislaatuisia ruokia. Tutkimukset osoittavat paikallisen ruuan olevan matkailijoille erityisen elämyksellistä. Toiseksi matkailijoita kiinnostaa aitous ja paikallinen, yksilöllisesti valmistettu ruoka koetaan aidoksi. Se mahdollistaa autenttisten kokemusten saamisen monin tavoin keinotekoiseksi muutuneessa maailmassa. Aidon paikallisen ruuan kautta matkailija voi tutustua matkailukohteseen sellaisena kuin se aidosti on.

Kolmas syy, miksi paikallinen ruoka kiinnostaa matkailijoita, on sen tarjoama mahdollisuus tutustua paikalliseen kulttuuriin. Matkailijat haluavat kokea paikallisen ruuan kautta kulttuuria ja oppia paikallisesta ruokakulttuurista oman tietämyksensä lisäämiseksi. Myös tällaisille matkailijoille on tärkeää, että heille esitelty ja tarjottu paikallinen ruoka ovat aidosti paikallisia. Heitä kiinnostavat muun muassa paikallisen ruuan valmistamiseen perehdyttävät kurssit sekä paikallista ruokaa esittelevät museot.

Neljäs syy olla kiinnostunut paikallisesta ruoasta on halu saada arvostusta omalta lähipiiriltä, joka ei ole päässyt syömään samoja ruokia. Paikalliset ruokaerikoisuudet voivat tuoda matkailijalle statusta ja arvovaltaa, kun hän pääsee tutustumaan paikalliseen tapaan syödä ja maistamaan jotain, mitä hän itse tai hänen lähipiirinsä ei tulisi muuten koskaan maistamaan. Tähän liittyy olennaisesti omista ruokakokemuksista kertominen muille, mikä nykyään tapahtuu usein sosiaalisen median kautta. Tällöin paikalliseen ruokaan tutustuminen voi toimia matkailijan minäkuvan rakentamisen välineenä: kertomalla omista ruokakokemuksistaan muille hän kertoo, millainen matkailija hän on, jolloin hän voi saada osakseen hyväksyntää tai ihailuakin.

Paikallinen ruoka voi kiinnostaa ihmissuhteiden takia myös muuten kuin statusmielessä. Se voi mahdollistaa nautinnollisen ajan viettämisen yhdessä perheen tai ystävien kanssa tai uusien sosiaalisten suhteiden solmimisen. Yhteiset ateriat voivat vahvistaa sosiaalisia siteitä tai tutustuttaa uusiin ihmisiin. Kanssakäymisen paikallisten ihmisten kanssa on luontevaa esimerkiksi paikallista ruokaa myyvillä toreilla sekä paikallisen ruuan ympärille rakennetuissa tapahtumissa, jotka houkuttelevat paitsi matkailijoita, myös paikallisia. Tapahtumiin voivat yhdistyä myös edellä mainitut elämyksellisyys, aitous, paikalliseen kulttuuriin tutustuminen sekä arvostuksen saaminen.

Luonnollisestikin matkailijat voivat olla kiinnostuneita paikallisesta ruoasta myös aistimellisista syistä, joita ovat esimerkiksi paikallisen ruuan hyvä tai erilainen maku ja tuoksu sekä houkutteleva ulkonäkö. Tällöin tulee usein kyseeseen myös edellä mainittu paikallisen ruuan



elämyksellisyys. Läheltä tuleva paikallinen ruoka on tavallisesti tuoretta, mikä osaltaan vaikuttaa ruoan makuun ja muuhun aistein havaittavaan laatuun mutta myös terveellisyyteen. Tuoreissa raaka-aineissa ravintoaineet ovat tallella, ja kun kuljetusmatkat ovat lyhyitä, raaka-aineita ei tarvitse myöskään juuri käsitellä. Näin myös paikallisen ruoan terveellisyys ja turvallisuus voivat olla syitä, joiden vuoksi paikallinen ruoka kiinnostaa matkailijoita. Paikallinen ruoka mielletään helposti myös puhtaaksi, joka sekin voi houkuttaa ja liittyä terveellisyyteen ja turvallisuuteen. Kun kyseessä on paikallinen ruoka, matkailija näkee, millaisessa ympäristössä ja olosuhteissa raaka-aineet on tuotettu, mikä voi lisätä tunnetta siitä, että ruokaa on turvallista syödä.

Eräänä syynä paikallisen ruoan kiinnostavuuteen mainitaan myös matkailijoiden halu murtautua ulos standardisoidusta, globaalista elämäntavasta. Paikallisen ruoan syöminen matkoilla voi olla tapa tähän. Taustalla voi olla aitouden kaipuu tai halu olla erilainen matkailija kuin muut, mutta myös ekologisuus. Paikallinen ruoka mielletään ympäristöystävälliseksi, mikä myös voi olla syy olla kiinnostunut siitä. Näin paikallinen ruoka on esimerkiksi ekomatkailijan linta. Se on ylipäätään kiinnostavaa matkailijoille, jotka haluavat matkaila

kestävästi, vastuullisesti tai eettisesti, sillä kun matkailijat syövät paikallista ruokaa, he tukevat paikallisten ihmisten toimeentuloa ja auttavat omalta osaltaan pitämään elävänä paikallista kulttuuria. Näin paikallinen ruoka on ekologisesti, taloudellisesti, sosiaalisesti ja kulttuurisesti kestävä.

Paikallinen ruoka kiinnostaa siis matkailijoita monista syistä, jotka voivat liittyä toisiinsa. Näin paikallinen ruoka voi vetää puoleensa monenlaisia matkailijoita, mikä matkailukohteiden ja -yritysten on hyvä ottaa huomioon tarjontansa ja markkinointiviestintäänsä kehittäessään. On kuitenkin hyvä muistaa myös se, etteivät kaikki matkailijat ole kiinnostuneet paikallisesta ruoasta. Se voi jollekulle olla jopa syy jättää matkustamasta johonkin kohteeseen. Tämäkin on hyväksyttävä ja otettava huomioon. Paikallisessa ruoassa on joka tapauksessa matkailupotentiaalia. Suomi on monien hyvien paikallisten ruokaerikoisuuksien, ruoanvalmistajien ja raaka-aineiden maa. Tehkäämme tämä tietäväksi matkailijoille ja tarjotkaamme heille mahdollisuuksia tutustua hienoihin ruokiimme!

Tekstin pohjana on käytetty Laura Hyttisen kokoamaa Lahiruuan tuottama lisäarvo matkailulle Lapissa. Ruoka osana matkailijan kokemusta, matkailuyrityksen arvoa ja matkakohteen imagoa -raporttia.

Raportti on saatavissa Internetistä osoitteesta: <https://issuu.com/lapinkeino/docs/lahiruuan-lisaarvoa-matkailulle>

Raportti ja tämä teksti on kirjoitettu osana Lappilaisia makuelämyksiä matkailijalle – lappilaisen lähiruuan tiedonvälityshanketta, jota rahoittaa Euroopan maaseuturahasto.

Poro on ehkä tunnetuimpia Lapin eläimiä. Vaikka kaikki matkailijat eivät pidä poroa syötävänä eläimenä, monia matkailijoita pororuoat myös kiinnostavat. Kuva: Lapin Materiaalipankki / Terhi Tuovinen

Matkailun asiakkaiden toiveet luonnontuotteiden käyttöön

Teksti: Jennika Maaninka, Kajaanin ammattikorkeakoulu

Jennika Maaninka on Arktiset Aromit ry:lle tehtävässä opinnäytetyössä kartoittanut Rukan ja Hossan matkailijoiden toiveita luonnontuotteista.

Luonto on aina ollut minulle sydäntä lähellä ja siksi halusinkin tehdä opinnäytetyöni luontoon liittyen. Sain aiheen ”Luonnontuotteiden käyttö matkailussa” Arktiset Aromit ry:ltä ja innostuin heti. Suoritin työni haastattelut Hossan luontokeskuksessa sekä Rukan Salongissa.

Luonnontuote terminä ymmärretään monella eri tavalla

Aivan ensimmäiseksi halusin haastatelluissani selvittää, että mitä sana luonnontuote merkitsee ihmisille. Haastattelujen edetessä sainkin huomata, että sen merkitys ei ole aivan selkeä ja se sekoitetaan helposti esimerkiksi luomuun. Puhtaus oli kuitenkin sana, joka nousi esille aina uudestaan ja uudestaan. Vastattiinpa minulle niinkin lyhyesti ja ytimekkäästi, kuin että ”se on hyvä asia”.

Kalat ja marjat kiinnostavat eniten

Kun olin saanut kerrottua haastateltavilleni luonnontuotteiden tarkan määritelmän, halusin lähteä tarkemmin selvittämään heidän suhtautumistaan luonnontuotteisiin.

Luonnontuotteita pidettiin tärkeänä osana suomalaista ruokakulttuuria. Erityisesti kalat ja marjat nousivat esille. Niitä myös hankittiin aktiivisesti itse. Samalla koettiin, että suomalaiset luonnontuotteet ovat jääneet hieman ulkomailta tuotavien erikoisuuksien varjoon. Koettiin, että suomalaisten luonnontuotteiden puhtaus ja terveellisyys unohdetaan, kun hehkutetaan esimerkiksi ulkomailta tuotavien goji-marjojen terveellisyyttä.

Luonnontuotteita halutaan tuotavan paremmin esille

Lähes yksimielisesti oltiin sitä mieltä, että luon-

ontuotteiden käyttö ei ole vielä riittävällä tasolla ja sitä pitäisi kehittää. Lähes jokainen haastateltava hankki luonnontuotteita itse keräten, mutta niitä kaivattiin enemmän matkailuirtyksiin juuri ulkomaisia matkailijoita ajatellen.

Vaikka useat haastateltavat hankkivat luonnontuotteita itse, he olisivat valmiita ostamaan erikoisuuksia kuten karhunlihaa, sekä jalostettuja ja luonnontuotteita kuten kuivattuja marjoja ja sieniä. Lisäksi toivottiin, että tuotteet myytäisiin valmistusohjeiden kera, jotta ne eivät jäisi kotona käyttämättä. Myös ulkomaiset turistit uskaltaisivat paremmin ostaa luonnontuotteita, kun niissä olisi selkeät käyttöohjeet. Vaikka koettiin, että luonnontuotteita on riittävästi tarjolla, niin kaivattiin lisää markkinointia luonnontuotteille ja niiden terveellisyydelle.

Luonto ja sen tuotteet eivät ole kaikille tuttuja

Minkälaisia palveluita luonnontuotteiden ympärille sitten kaivataan? Vaikka luonto on varsinkin meille pohjoissuomalaisille vielä verrattain tuttu asia, niin kaikille se ei sitä ole. Varmasti juuri siksi erilaiset ohjatut sienestys-, marjastus ja kalastusretket nousivatkin esille ja niiden tarjontaa toivottiin lisättävän, jotta myös ulkomaalaiset turistit ja mikseivät myös suomalaiset uskaltaisivat mennä kokemaan puhtaan suomalaisen luonnon. Keräilyretkien lisäksi toivottiin kursseja, joilla opeteltaisiin valmistamaan ruokaa kerätyistä raaka-aineista. Myös kauneudenhoitoon ja hyvinvointiin uskottiin löytyvän apua luonnontuotteista.

Lähtökohtaisesti kaikki olisivat valmiita maksamaan luonnontuotteiden käytöstä hieman lisähin-

taa, kunhan hintataso pysyisi silti järkevällä tasolla. Ymmärrettiin hyvin, että luonnontuotteiden käyttö on kalliimpaa, kuin kasvatettujen tuotteiden käyttö. Uskottiin, että luonnontuotesanan mainitseminen pakkauksessa vaikuttaisi ostopäätökseen positiivisesti.



Kirjallisuutta

Simo Moisio (toim.) • Luonnonyrttiopas – Hyvän käytännön ohjeet luonnonyrttialalle • Opetushallitus, 2017. 152 s.

Uuden Luonnonyrttioppaan ensimmäinen painos myytiin nopeasti loppuun. Siksi oppaasta on otettu päivitetty toinen painos, johon on lisätty muutamia lajeja edelliseen painokseen verrattuna. Kirja sisältää Elintarviketurvallisuusviraston (Evira) hyväksymät tiedot tärkeimmistä Suomessa kerättävistä ja myytävistä luonnonyrteistä. Lääkealan turvallisuus- ja kehittämiskeskus (Fimea) on arvioinut yrttien rohdos- ja lääkinnällistä käyttöä, ja ympäristöministeriö jokamiehenoikeuksia ja luonnon monimuotoisuuttakoskevat osiot. Opas on hyväksytty yrttialalle Hyvän käytännön oppaaksi (Evira). Oppaan ensimmäisessä kerrotaan yrttien käytöstä, koostumuksesta ja myrkyllisistä kasveista. Toisessa osassa paneudutaan yrttien keräämiseen, käsittelyyn, tuotteistamiseen, pakkaamiseen, markkinointiin ja myyntiin. Kolmannessa osassa kerrotaan yrttien tunnistamisesta. Opas soveltuu oppimateriaaliksi luonto- ja elintarvikealan opetukseen, neuvontajärjestöille ja hankkeisiin. Se soveltuu materiaaliksi myös yrttikursseille sekä yrtejä jatkojalostavien yritysten, alalla toimivien opettajien ja neuvojen käyttöön.

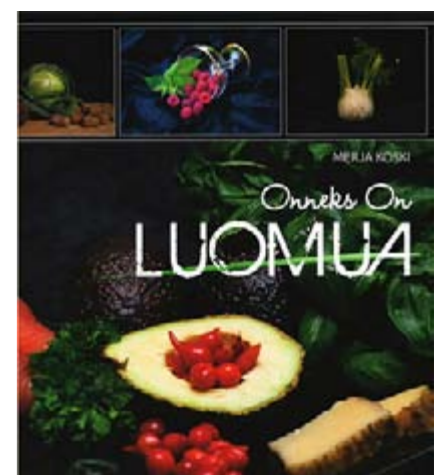
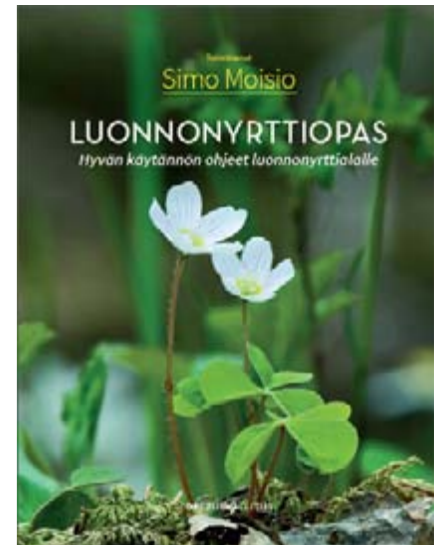
Pirjo Toikkanen • Rouva Kasviksen Parhaat • Otava, 2017. 203 s.

Kotitalousopettaja Pirjo Toikkanen tunnetaan pitkäaikaisesta työstä suomalaisten kasvisruokien käytön edistäjänä. ”Rouva Kasviksen parhaat” -keittokirja sopii jokaiselle, joka tahtoo lisätä ja monipuolistaa kasvisruokien käyttöä. Kirjassa on noin 100 ruokaohjetta päivitetystä klassikoista uusiin, trendikkäisiin resepteihin. Ne sisältävät monipuolisesti kasviksia (vihanneksia, juureksia, marjoja, hedelmiä, perunaa ja sieniä) mutta myös lihaa, kalaa, muna, maitovalmisteita ja hyviä kasviproteiinien lähteitä.

Yhä useampi syö kasvisaterioita, vaikka ei säännöllisesti noudata kasvisruokavaliota. Kirja soveltuu myös sekaruokavaliota noudattaville henkilöille, jotka haluavat lisätä kasvisruokien käyttöä. Ohjeiden lomassa esitellään kunkin sesongin parhaat, laadultaan ja hinnaltaan järkevät kasvikset.

Merja Koski • Onneks on Luomua • Bookwell Oy. Porvoo. 2017.168 s.

Kirjassa kerrotaan luomutuotannon säädöksistä, luomumerkinnöistä, luomuna myytävistä ruoka-aineista ja elintarvikkeista sekä niiden saatavuudesta. Kirjaan on koottu esimerkkeinä eri puolilla Suomea toimivia luomuravintoloita ja luomutuotteita valmistavia yrityksiä. Runsas kuvitus auttaa havainnollistamaan paikkojen ympäristöä ja myytäviä tuotteita. Kirjan loppuosan on koottu noin 30 ruokaohjetta, joissa raaka-aineet ovat luomua. Kirjassa on runsaasti kuvia yrityksistä, ruoka-aineista ja valmiista ruoista. Luomua ja sen käytön perusteita on esitelty monipuolisesti ja innostavasti.





Luonnosta Sinulle

Luonnontuotealan julkaisu tammikuu 1/2018

Arktiset Aromit ry