

Valmismatkapaketti senioreille Kataloniaan – teemana ruoka- ja viini

Tiia Aho



| | |
|---|--|
| Tekijä Tiia Aho | |
| Koulutusohjelma Matkailun koulutusohjelma | |
| Opinnäytetyön otsikko Valmismatkapaketti senioreille Kataloniaan – teemana ruoka- ja viini | Sivu- ja liitesivumäärä 51+0 |
| Opinnäytetyön otsikko englanniksi Food and wine package tour for seniors to Catalonia | |
| <p>Opinnäytetyössä suunnitellaan ja luodaan ruoka- ja viinikulttuuriin keskittyvä valmismatkapaketti senioreille Kataloniaan. Teoreettinen osuus sisältää ensin teoriaa senioreista sekä heidän matkailukäyttäytymisestään. Sen jälkeen esitellään Katalonia lyhyesti. Neljännessä luvussa on ensin teoriaa yleisesti sekä viini- että ruokamatkailusta ja sitten Katalonian kannalta. Viides luku sisältää lyhyen teoriaosuuden matkailutuotteen suunnittelusta ja toteuttamista, jonka jälkeen on matkaohjelman kuvaus sekä valmis matkaohjelma.</p> <p>Senioreiden matkailu kasvaa koko ajan, sillä he arvostavat nyt enemmän matkailua eläkevuosinaan kuin aikaisemmat sukupolvet. Senioreilla on muihin ikäluokkiin verrattuna enemmän vapaa-aikaa sekä rahaa käytössään, jonka he voivat käyttää matkailuun. Heidän matkailunsa ei ole sidottua yleisimpiin lomakausiin, vaan he hyötyvät edullisimmista hinnoista matkustamalla kausien ulkopuolella.</p> <p>Valmismatkat ovat suosittu matkailumuoto, ja niiden suosio perustuu moneenkin asiaan. Matkanjärjestäjä on valinnut kohteiden tärkeimmät ja kiinnostavimmat paikat matkaohjelmaansa ja sovittanut niiden vierailuakataulut yhteen matkan keston kanssa, joten valmismatkoilla nähdään mahdollisimman paljon kohteesta lyhyessäkin ajassa. Valmismatkat ovat edullisia ja senioreiden kannalta on positiivista etukäteen tiedossa oleva matkaohjelma.</p> <p>Katalonian itsehallintoalue sijaitsee Koillis-Espanjassa ja alueen pääkaupunki on Barcelona. Matkakohteena Katalonia on sopiva ympäri vuoden, sillä siellä on aurinkoista ja leutoa läpi vuoden. Valmismatka suuntautuu Kataloniaan, sillä alueella on monipuolinen viini- ja ruokakulttuuri. Priorat eteläisessä Kataloniassa tunnetaan punaviineistään ja rannikolla sijaitsevat rantakaupungit tarjoavat matkailijoille tuoreita mereneläviä.</p> <p>Valmismatkapaketti on suunniteltu lokakuulle 2015 ja se on viikon pituinen. Matkaohjelma koostuu viidestä päiväreteistä, joilla tutustutaan monipuolisesti Kataloniaan sekä vierailaan erilaisissa viini- ja ruokateemaan liittyvissä kohteissa.</p> | |
| Asiasanat Valmismatkapaketti, seniorimatkailu, Katalonia, viinimatkailu, ruokamatkat | |

Sisällys

| | |
|--|----|
| 1 Johdanto | 1 |
| 2 Seniorimatkailu..... | 2 |
| 2.1 Seniorit – keitä he ovat?..... | 2 |
| 2.2 Seniorimatkailun motiivit ja esteet | 2 |
| 2.3 Muuttajat seniorimatkailussa | 5 |
| 2.4 Senioreille suunnatut matkapaketit..... | 7 |
| 2.5 Senioreiden tiedonlähteet | 8 |
| 3 Kohdetietoa Kataloniasta | 10 |
| 4 Viini- ja ruokamatkailu | 14 |
| 4.1 Viinimatkailu..... | 14 |
| 4.2 Viinikulttuuri Espanjassa | 16 |
| 4.3 Ruokamatkailu | 18 |
| 4.4 Katalonialainen ruokakulttuuri | 20 |
| 5 Viini- ja ruokamatkan suunnittelu ja toteutus | 22 |
| 5.1 Matkailupalvelun tuottaminen ja toteuttaminen..... | 22 |
| 5.2 Matkaohjelman suunnittelu ja kohteiden valinta | 24 |
| 5.3 Matkaohjelman kuvaus | 33 |
| 5.4 Matkaohjelma | 41 |
| Pohdinta | 44 |
| 6 Lähteet..... | 45 |

1 Johdanto

Opinnäytetyössäni luon valmismatkapaketin Kataloniaan keskittyen alueen viini- ja ruokakulttuuriin. Työn aihe syntyi mielenkiinnostani ruokaa ja viiniä kohtaan ja halusta tehdä opinnäytetyö jotenkin aiheeseen liittyen. Päätin luoda valmismatkan, sillä olen opiskelujeni aikana suunnitellut jo yhden matkapaketin osana lukukausiopintoja ja myös vaihtoyliopistossa opiskellut kurssit tukivat aihetta. Katalonia valikoitui matkakohteeksi omakohtaisten kokemusten perusteella sekä sen monipuolisen ruoka- ja viinikulttuurin ansiosta. Halusin suunnitella valmismatkan jollekin tietylle kohderyhmälle, ja päädyin senioreihin, sillä he eroavat matkustajina paljonkin muista ikäluokista. Senioreiden määrä lisääntyy koko ajan verrattuna kokonaismatkailijamäärään, jonka takia he vaikuttavat myös mielenkiintoiselta kohderyhmältä.

Alkuperäinen tarkoitukseni oli tehdä työ toimeksiantona jollekin seniori- tai eläkeläisjärjestölle, jolloin olisin voinut haastatella senioreita ja saada heiltä käytännön neuvoja sekä oppia heidän toiveistaan ja tarpeistaan matkustaessa. Näiden haastattelujen perusteella olisin voinut muokata valmismatkan vastaamaan mahdollisimman paljon senioreiden toiveita. Lukuisista yhteydenotoista huolimatta en saanut työlleni toimeksiantajaa, joten työ on tehty perustuen teoriaan senioreista. Ilman toimeksiantajaa kirjoittaminen vaikutti myös hieman matkapaketin sisältöön, joka tällä hetkellä on kovin painottunut viini- ja ruokateemaan, ja seniorit ovat taustalla kohderyhmänä.

Teoriaosuudessa käsittelen ensin senioreita ja matkailua heidän kannaltaan. Jokaisessa luvussa käydään ensin käsitteet ja teoria läpi yleisesti ja sen jälkeen keskitytään aiheeseen senioreiden näkökulmasta. Senioreiden matkailumotiivit ovat aivan erilaiset kuin esimerkiksi kiertomatkaa suunnittelevan parikymppisen. Kolmannessa luvussa esitellään Katalonia matkakohteena ja neljännen luvun aiheena on viini- ja ruokamatkailu. Tutuksi tulevat muun muassa käsitteet: viinimatkailu, cellar door ja ruokamatkailija sekä tutustutaan tarkemmin Katalonian viini- ja ruokakulttuuriin. Viides luku sisältää ensin teoriaa matkailupalvelujen tuottamisesta, jonka jälkeen esitellään luotu matkapaketti ja kerrotaan hieman sen suunnittelusta.

Suunnittelemani valmismatka on viikon pituinen ja se on suunniteltu lokakuulle, joka on ajankohdaltaan sopiva viinimatkailulle. Matka koostuu viidestä päiväretkestä, joilla tutustutaan monipuolisesti viini- ja ruokakohteisiin eripuolilla Kataloniaa. Matka taittuu vuokratulla minibussilla ja matkan aikana yövytään hotellissa Barcelonan keskustassa.

2 Seniorimatkailu

Vanhemmat ihmiset muodostavat kasvavan osan matkailussa ja antavat lisähaastetta matkailualan ammattilaisille. Senioreiden matkustaminen kasvaa koko ajan, sillä he arvostavat nyt enemmän matkailua eläkevuosinaan kuin aikaisemmat sukupolvet. He ovat terveempiä ja itsenäisempiä, paremmin koulutettuja sekä monet kokevat sosiaalisten ja perhevelvollisuuksia pienenevän. (Patterson 2006, 214.)

2.1 Seniorit – keitä he ovat?

Vanhempaa ikäluokkaa kuvaamaan on syntynyt monia eri termejä ja näiden välisestä käytöstä on pitkään puuttunut johdonmukaisuus. Seuraavia englanninkielisiä termejä on käytetty kirjallisuudessa sekaisin kuvattaessa vanhempia ihmisiä: *'baby boomers'* (Gillon 2004), *'the senior market'* (Shoemaker 1989), *'the mature market'* (Lazar 1985), *'the grey market'* ja *'young sengies'* (Lohmann & Danielsson 2001). Matkailun ja vapaa-ajan tutkimuksissa vanhemmat ihmiset on jaettu ikäryhmiin viiden vuoden välein, jossa 50–55 on ensimmäinen ja 60–65 viimeinen ryhmä. Tutkijoiden käyttämä käsite antaa ymmärtää, että 'vanhemmat ihmiset' ovat nykyään paljon nuorempia kuin ennen. Gerontologisessa eli ikääntymisen ja vanhuuden tutkimiseen liittyvässä kirjallisuudessa vanhempien ihmisten käsite perustuu heidän eläkeikään eli 65 vuodesta eteenpäin. (Patterson 2006, 13–14.)

Seniori-käsite kattaa ihmiset, jotka ovat 55 vuotta ja vanhempia. Yleisesti tutkijoiden mukaan seniorit ovat vielä fyysisesti kykeneviä matkustamaan vapaa-ajallaan, toivovat fyysisiä aktiviteetteja sekä nauttivat nuorekkaista aktiviteeteista, sillä ne auttavat senioreita kokemaan itsensä vielä nuoriksi. Käsitteellä *'baby boomers'* tarkoitetaan vuosien 1946 ja 1964 välisenä aikana syntyneitä ihmisiä, eli he täyttävät tänä vuonna 51–69 vuotta. Tämä ihmisryhmä ei kuitenkaan pidä siitä, että heitä pidetään senioreina, sillä he kokevat olevansa henkisesti nuorempia kuin oikeasti ovat. 'Baby boomerseiden' on kuvailtu olevan korkeasti koulutettuja, terveempiä ja varakkaita ja heillä on enemmän rahaa käytettäväksi matkusteluun verrattuna muihin ikäryhmiin. (Patterson 2006, 15–16.)

2.2 Seniorimatkailun motiivit ja esteet

Pizam (1979) on määrittänyt motivaation olevan sisäinen tila, joka antaa energiaa sekä kanavoi ja ylläpitää ihmisen käyttäytymistä päämäärien saavuttamiseksi. Iso-Aholan (1989) mukaan matkailun motivaatiot voidaan nähdä osana prosessia, jossa ihminen pakenee henkilökohtaisia ja/ tai ihmisten välisiä ympäristöjä ja hakee henkilökohtaisia ja/ tai ihmisten välisiä olennaisia palkintoja. Motivaatiot voidaan jakaa sisäisiin ja ulkoisiin moti-

vaatioihin, ja sisäisellä motivaatiolla tarkoitetaan luontaista taipumusta etsiä uutuusia ja haasteita, laajentaa ja harjoittaa omia kykyjä sekä tutkia ja oppia. Pizamin (1979) mukaan matkailun motivaatio on joukko tarpeita ja asenteita, jotka altistavat turistin käyttäytymään tietyllä tavalla päämäärähakuisella tiellä. (Patterson 2006, 23–24.)

Gerontologien mukaan vanhemmilla ihmisillä on toiveena mahduttaa niin monta uutta kokemusta kuin mahdollista heidän elämänsä, ja tarve tutkia maailmaa niin kauan kuin heidän terveys ja fyysinen kunto sallivat. Senioreiden matkusteluun liittyvät yleisemmät motivaatiot ovat koulutus ja oppiminen, lepo ja rentoutuminen, fyysiset harjoitukset ja fitness sekä ystävien ja sukulaisten luona vierailu. (Patterson 2006, 24.)

Merkittävä lähestymistapa motivaatioiden tutkimiseen on työntö- ja vetotekijät -käsitteiden käyttö (*push and pull factors*). Dann (1977, 1981) on kuvannut kahta matkan päätöksentekovaihetta työntö- ja vetotekijöinä. Työntötekijät ovat sisäisiä sosiopsykologisia motivaatiotekijöitä, jotka altistavat tai työntävät yksilön matkustamaan. Toisin sanoen ne ovat tekijöitä, jotka herättävät ihmisessä halun tai tarpeen lähteä matkalle. Vetotekijät ovat ulkoisia motivaatiotekijöitä, jotka vaikuttavat tietyn kohteen valitsemiseen sen jälkeen kun päätös matkalle lähtemisestä on tehty. Crompton (1979) teki lisätutkimusta Dannin ideaan liittyen, ja hän nimesi yhdeksän perusmotiivia, jotka voidaan luokitella työntö- ja vetotekijöihin. Pako tavanomaisesta ympäristöstä, itsensä tutkiminen ja arviointi, rentoutuminen, maine, taantuminen, sukulaisuussuhteiden parantaminen ja sosiaalinen kanssakäyminen ovat työntötekijöiksi luokitellut motivaatiotekijät ja vetotekijät ovat uutuus ja koulutus. Senioreille tärkeimpiä työntötekijöitä ovat pako kotiin liittyvistä velvollisuuksista ja lisääntynyt aktiivisuus vapaa-ajalla. Myös ystävien ja sukulaisten luona vierailu, kanssakäyminen muiden ihmisten kanssa, kulttuuri- ja perintökohteisiin tutustuminen sekä vieraisiin kulttuureihin tutustuminen vaikuttavat senioreiden matkalle lähtöön. Tärkeimmät vetotekijät vanhemmille ihmisille ovat hyvät kuljetusyhteydet, korkea hygienian ja siisteyden taso ja henkilökohtaisen turvallisuuden tunne. (Patterson 2006, 28–30.)

Toinen tapa tutkia matkustusmotiveja on jakaa ne ensi- ja toissijaisiin motiiveihin, jolloin ensisijaiset motiivit vastaavat edellisessä kappaleessa viitattuihin työntötekijöihin, eli ne ilmaiset syyn minkä takia matkalle lähdetään. Toissijaiset motiivit, jotka vastaavat vetotekijöitä, määrittävät miten matkustetaan ja mihin matkustetaan. Ensisijaisten motiivien luokittelu vastaa suurin piirtein edellisen kappaleen työntötekijöiden erittelyä. Toissijaiset motiivit voidaan sen sijaan jakaa sisäisiin ja ulkoisiin syihin: osaan sisäisistä syistä matkailupalvelun tuottaja voi vaikuttaa, mutta ei kaikkiin ja ulkoiset syyt ovat yhteiskunnassa tapahtuvia asioita, kuten palveluntuottajan toimenpiteitä, maailmanlaajuisia poliittisia asioita tai muiden mielipiteitä. Sisäiset syyt voidaan jaotella seuraavasti:

- Matkailijan henkilökohtaiset olosuhteet (palvelun tuottaja ei voi vaikuttaa)
 - Käytettävissä oleva vapaa-aika
 - Käytettävissä oleva rahamäärä
 - Terveystilanne
 - Perheeseen liittyvät sitoumukset
 - Työtilanne
 - Auton tai muun kulkuvälineen omistus
- Matkailijan asenteet ja käsitykset (palvelun tuottaja ei voi vaikuttaa)
 - Käsitykset matkakohteista
 - Poliittiset mielipiteet
 - Käsitykset eri maista ja kulttuureista
 - Käsitykset eri matkustusmuodoista ja mieltymys/ vastenmielisyys niihin
 - Käsitys palveluista ja niiden hinnoista
 - Matkan suunnitteluun käytettävissä oleva aika
 - Asenteet matkailijoiden käyttäytymissääntöjä kohtaan
- Matkailijan tietämys (palvelun tuottaja voi vaikuttaa)
 - Tieto matkailusta ja matkakohteista
 - Tieto matkailupalveluiden saatavuudesta
 - Hintatietämys, hintavertailu
- Matkailijan kokemukset matkailusta
 - Kokemukset eri kohteista
 - Kokemukset erilaisista matkoista ja niiden sisällöistä
 - Kokemukset matkaseuralaisista
 - Kokemukset eri palvelujen tuottajista
 - Kokemukset matkapalveluiden hinnoista ja varaamisesta (Verhelä & Lackman 2003, 25–28.)

Yhtä tärkeää kuin senioreiden motivaatiotekijöiden ymmärtäminen, on matkailun esteiden tiedostaminen. Kaikki seniorit eivät ole samanlaisia ja matkusta samoista syistä ja matkailualalle on tärkeää ymmärtää mitkä ovat mahdollisia esteitä, jonka takia seniori jättää lähemättä matkalle. McGuire (1984) listasi viisi päärajoitetta senioreiden matkailulle:

- Ulkoiset resurssit – tiedonpuute, liikaa suunnittelua, ei tarpeeksi rahaa, oikeanlaisten vaatteiden ja varusteiden puuttuminen, kuljetuksen puute
- Aikaan liittyvät tekijät – ei aikaa matkustamiseen, työssäkäynti, matkailu häiritsee arkirutiinia ja kiire muiden asioiden kanssa
- Hyväksyntä – perhe ja ystävät eivät hyväksyisi, syyllisyyden tunne matkustelusta ja pelko epämiellyttävän kohteen valitsemisesta

- Sosiaalinen – puoliso ei pidä matkustelusta, ei matkaseuraa ja ei kiinnostusta lähteä pois
- Fyysinen hyvinvointi – ei energiaa, huono terveydentila, pelko tiettyjä kuljetusmuotoja kohtaan ja liian vanha tai kyvytön matkustamaan. (Patterson 2006, 41.)

Yksi jatkuvasti mainituista esteistä senioreiden matkustamiselle on turvallisuus ja turvallisuudentunne. Matkanjärjestäjien pitää välittää senioreille suunnatuissa ilmoituksissaan ja mainoksissaan tiettyä turvallisuudentunnetta, jotta he kokevat lähtemisen turvallisena ja heidän ei tarvitse pelätä esimerkiksi lisääntyntä terrorismia. Vaikka seniorit haluavat turvallisuutta, niin lomakohde ei kuitenkaan saa olla tylsä, sillä senioreilla on edelleen seikkailunhalua. Lindqvist ja Bjork (2000) tutkivat turvallisuuden tärkeyttä esteenä matkalle lähtemiselle ja he haastattelivat Suomessa asuvia yli 55-vuotiaita. Haastateltavien keski-ikä oli 66 vuotta. Tutkijat jakoivat turisteja uhkaavaksi turvallisuustekijät kahteen luokkaan, ympäristötekijöihin ja ikääntymisen mukana tuleviin asioihin. Ulkoisia uhkia ovat tulimaanjärjestykset, rikollisuus ja väkivalta sekä epäterveellinen ruoka ja vesi. Ikääntymiseen liittyvä uhka on muun muassa heikkenevä terveyden tila. Haastattelun perusteella suurimpia esteitä ovat ajanpuute, vähentynyt varallisuus, kiinnostuksen puute ja huonontunut terveydentila. Turvallisuuteen liittyen vanhempien ihmisten mielestä on tärkeää, että matkalla on mukana koulutettu lääkintähenkilö ja että terveyspalvelut ovat hyvien yhteyksien päässä. (Patterson 2006, 44.)

2.3 Muuttajat seniorimatkailussa

Plogin (1974) luokittelun mukaan matkailijat voidaan jakaa psykologisiin perusteisiin saannottuihin psykograafisiin tyyppisiin, joiden kaksi ääripäätä ovat psykosentrikot ja allosentrikot. Psykosentrikot suosivat matkailussa mahdollisimman helppoja vaihtoehtoja, kuten valmismatkapaketteja, ja he pitäytyvät tutuissa kohteissa. Allosentrikot ovat psykosentrikosten vastakohtia, ja he ovat kiinnostuneita uusista kokemuksista ja ovat matkajärjestelyissään itsenäisiä. Midsentrikot ovat äärityyppien välissä ja heillä on molemmille ääripäälle luokiteltavia ominaisuuksia. Matkailijoiden enemmistö muodostuu midsentrikoista. Näiden kolmen lisäksi voidaan tunnistaa vielä lähes psykosentrikot sekä lähes allosentrikot. Senioriedustajia löytyy jokaisesta näistä viidestä tyyppistä. Psykograafisen luokittelun lisäksi seniorimatkailua voidaan tutkia muiden muuttujien kautta. (Vuoristo 2003, 42.)

Senioreiden matkustamiseen ja matkailumotiiveihin vaikuttaa monta eri tekijää, joista tärkein on varmaankin ikä. Muita muuttujia ovat sukupuoli, tulotaso, koulutus ja ajankohta muiden muassa. Kuten jo aikaisemmin on käynyt ilmi, niin on mahdotonta määritellä yhtä ikää, jonka jälkeen ihminen on seniori ja nykyisin yritysten kannattaakin keskittyä ihmisen

subjektiiviseen ikään enemmän kuin kronologiseen. Subjektiivisella iällä tarkoitetaan itse koettua ikää tai kognitiivista ikää, ja se paljastaa kuinka vanhaksi ihminen itsensä kokee. Vanhempien ihmisten toive kokea mahdollisimman paljon viimeisten vuosiansa aikana saavat heidät jatkuvasti arvioimaan subjektiivisen ikänsä kronologista nuoremmaksi ja tätä tukee tutkijoiden tulokset, jonka mukaan 60–75 % yli 60-vuotiaista ihmisistä kokee itsensä nuoremmaksi kuin oikeasti ovat. Yleisesti seniorit kokevat itsensä jopa vuosikymmenen nuoremmaksi ja heille on tärkeää pitää hauskaa ja matkoilla kokea aktiviteetteja nuorempien henkilöiden kanssa. Miehillä on suurempi taipumus osallistua matkoille nuorempien kanssa ja he usein värjäävät hiuksiaan tai käyvät kosmeettisessa kirurgiassa parantaakseen ulkonäköään ja poistaakseen vanhuuden merkkejä. Mullerin ja O’Cassin (2001) mukaan seniorit voidaan luokitella kahteen ryhmään koetun iän perusteella, ja näiden perusteella arvioida henkilöiden syitä matkustaa, henkilökohtaisia arvoja ja koettua terveyden tilaa:

1. Nuoremmaksi itsensä kokevat seniorit tuntevat itsensä terveemmiksi, etsivät hauskanpitoa ja elämästä nauttimista sekä matkustavat täyttääkseen tavoitteensa. He arvostavat asioiden loppuun saattamista, saavutuksia ja henkilökohtaista ylpeyttä. Tälle ryhmälle tarkoitettujen matkailutuotteiden tulisi markkinoida useita vaihtoehtoja, kuten innostus, jännitys, hauskuus ja haasteet ja seniorin tulisi haastaa itsensä tällaisella matkalla.
2. Vanhemmaksi itsensä kokevat ovat huolestuneempia turvallisuudesta ja vaaroista, matkajärjestelyiden epäonnistumisesta sekä sairastumisesta matkan aikana. Naisista suurempi osa kuuluu tähän ryhmään ja he suosivat matkustamista joko ystävien tai perheen kanssa. (Patterson 2006, 49–51.)

Sukupuolierot ilmenevät selkeästi ihmisten vanhetessa: naiset suhtautuvat paremmin ikääntymiseen kuin miehet. Naiset ovat kiinnostuneempia ylläpitämään sosiaalisia verkkoja ja pitävät itsensä kiireisinä kulttuuristen ja kotiin liittyvien aktiviteettien parissa. Naiset pitävät turvallisuusasioita tärkeämpänä ja haluavat lomallaan mahdollisuuden sosialisoitua ja kommunikoida muiden ihmisten kanssa. Ryhmä- ja valmismatkat tarjoavat naisille sosiaalista kanssakäymistä ja turvallisuuden tunnetta. Miehet suosivat lomaa, jotka parantavat heidän fyysistä kuntoaan, kuten golf-, kalastus- ja vaelluslomat. (Lehto 2001.) Naiset suosivat lyhyempiä matkoja, koska he kokevat ne halvempina ja helpompina esimerkiksi nuorten lastenlasten tai lemmikin kannalta. (Patterson 2006, 54–56.)

Vapaa-ajan lisäksi senioreilla on käytössään rahaa, jonka he voivat käyttää matkailuun. Senioreilla on muihin ikäluokkiin verrattuna suurempi määrä rahaa käytettävissä vapaasti, sillä heillä ei enää todennäköisesti ole asunto- tai muita lainoja ja heidän jälkikasvunsa elättää jo itse itsensä. Koulutus vaikuttaa senioreiden matkustuskäyttäytymiseen myös:

he, jotka ovat paremmin koulutettuja matkustavat todennäköisemmin kohteisiin kaukana kotimaastaan. Vanhempien ihmisten matkustelu ei ole myöskään sidottua tiettyyn ajanjaksoon tai lomien ajankohtiin. Seniorit hyödyntävätkin edullisempia hintoja matkustamalla kausien ulkopuolella, ja tällöin myöskään lomakohteet eivät ole niin täynnä muita turisteja. (Patterson 2006, 57., 60–61.)

2.4 Senioreille suunnatut matkapaketit

Pakettimatkat ovat oivia senioreille, sillä heidän ei tarvitse huolehtia lippujen ostoista tai majoituksesta, vaan matkanjärjestäjä pitää huolen kaikista matkan yksityiskohdista ja seniorit voivat keskittyä vain lomailuun. Pakettimatkat voidaan jakaa kolmeen eri tyyppiin: Ensimmäinen on opastetut matkat, jotka voidaan vielä jakaa kahteen alaluokkaan, sen mukaan kuinka paljon matkalla hyödynnetään opaspalveluita. Opasmatkoilla oppaan rooli on tärkeässä asemassa, ja se voi vaikuttaa paljonkin matkan onnistumiseen tai epäonnistumiseen. Toinen ryhmä on pakettimatkat, jotka voidaan jakaa täydellisiin ja osittaisiin pakettimatkoihin, riippuen etukäteen hoidettujen matkajärjestelyiden määrästä, esim. kuljetukset, hotellimajoittuminen ja lounaat. Viimeinen ryhmä on täysin itsenäiset turistit, jotka tekevät kaikki matkajärjestelynsä itse. (Patterson 2006, 138–139.)

Pakettimatkojen suosio perustuu moneenkin asiaan ja yksi niistä on mahdollisuus nähdä maasta tai kohdekaupungista mahdollisimman paljon lyhyessä ajassa. Matkanjärjestäjät ovat valinneet kohteiden tärkeimmät ja kiinnostavimmat paikat matkaohjelmaansa ja sovittaneet niiden vierailuaikataulut yhteen matkan keston kanssa. Matkoille osallistujat maksavat yhden hinnan matkasta, joka sisältää kaiken lennoista majoitukseen, retket ja jopa ruokailun. Matkanjärjestäjä saa edullisemman hinnan palveluista, kun hän ostaa ne ryhmälle ja näin pakettimatkan hinta on yleensä edullisempi kuin jos asiakas maksaisi kaiken itse erikseen. Senioreille ryhmän muut jäsenet tuovat turvallisuuden tunnetta ja seuraa, joten pakettimatkat ovat myös yksinmatkustavien suosiossa. Valmismatkan mukana voi olla turvallisempaa matkustaa joihinkin maihin, joissa on erilainen kulttuuri, epäluotettavat kuljetuspalvelut tai kehnompia hygieniatasoa kuin kotimaassa. Useimmat ihmiset pitävät myös siitä, että matkan kulku on etukäteen tiedossa ja he tietävät mitä odottaa miltäkin päivältä. Useimmiten ihmiset ketkä lähtevät pakettimatkoille ovat matkustamassa ensikerää, vanhempia henkilöitä, sinkkuja, eivät puhu hyvin vieraita kieliä tai epäröivät matkustaa omillaan. Vanhemmat ihmiset arvostavat matkojen käytännöllisyyttä, yksin matkustavat naiset suosivat niitä turvallisuussyistä ja keskiluokkaiset henkilöt eivät välttämättä omilta kiireiltään ehtisi tehdä kaikkia matkaan liittyviä suunnitelmia, joten hekin turvautuvat pakettimatkoihin. (Patterson 2006, 142., 144.)

Matkanjärjestäjän tulee ottaa huomioon muutamia asioita suunniteltaessa matkapakettia senioreille. Ensinnäkin tulisi olla tiedossa senioreiden mahdolliset erikoisruokavaliot ja lääkitykset, jotta matkanjärjestäjä osaa varautua näihin. Matkan aikana tulee tietää minne suunnata jos tulee tarve vaikkapa lääkärille, ja matkanjärjestäjän tulisi olla tietoinen yleisimmistä sairauksista, joita senioreilla voi olla, esimerkiksi diabetes ja osata hoitaa sitä tarpeen mukaan. Majoituksen kannalta on hyvä keskittyä majoitusten pituuksiin, sillä senioreille vähiten mieluisinta on useat yhden yön majoittumiset, sillä he joutuvat pakkaamaan ja tyhjentämään laukkunsa liian monta kertaa, ja heidän aikaansa kuluu sisään- ja uloskirjautumisissa. Hotellihuoneista pitää löytyä oma kylpyhuone, olla hyvin valaistuja ja niiden tulisi sijaita hotellin rauhallisimmissa siivissä. Vanhempien ihmisten kielitaito ei välttämättä ole kovin hyvä, joten ravintoloissa olisi hyvä tarjota tulkkausapua heille. Matkanjärjestäjän pitää huolehtia, että bussikuljetukset ovat lyhyempiä ja sisällyttää niihin säännöllinen pysähdystauko parin tunnin välein. Joidenkin senioreiden kuulo voi olla heikentynyt, eivätkä he välttämättä kuule kaikkea opastusta, mitä opas bussissa kertoo. Pikkubussien käyttö on senioreille sopivampi tapa matkustaa, ja tällöin he myös usein kuulevat opastuksen paremmin kuin isossa bussissa. (Patterson 2006, 152–153.)

Kaikki senioreiden matkat eivät kuitenkaan ole valmismatkoja, vaan he matkustavat myös itsenäisesti, jolloin suosituin matkustusmuoto on auto, jonka jälkeen seuraavat lentokone ja juna. Omalla autolla ajaminen mahdollistaa itsenäisen matkaohjelman esimerkiksi matkustettaessa pitkiä matkoja tapaamaan sukulaisia. Hitaampi matkanteko autolla ei ole ongelma vanhemmille ihmisille, sillä heillä on runsaasti vapaa-aikaa ja he keskittyvätkin enemmän ajotien kuntoon ja turvallisuuteen. Omalla autolla matkustaminen vähenee kuitenkin noin 55–65 vuoden iässä, ja suosittumaksi tulee matkustaa julkisella liikenteellä. Julkisen bussiliikenteen suosion kasvuun liittyy useampi syy, kuten esimerkiksi iän myötä huonontunut näkökyky, joku toinen on vastuussa ajamisesta ja reitin suunnittelusta sekä hinta. Seniorit muodostavat suuren osan bussilla toteutettavien matkojen asiakaskunnasta, ja yksi syy tälle on, että he kokevat matkat mahdollisuutena tutustua uusiin ihmisiin ja nähdä mahdollisimman paljon kiinnostavia kohteita lyhyen ajan sisällä. Tällaiset bussimatkat ovat suosittuja Amerikassa ja Australiassa, jossa etäisyydet maan sisällä voivat olla kovinkin suuria. (Patterson 2006, 112–114., 127–131.)

2.5 Senioreiden tiedonlähteet

Seniorit kuten muunkin ikäiset ihmiset saavat tietoa ja informaatiota matkoista monesta eri paikasta, mutta senioreiden kannalta merkittävimmät tiedonlähteet ovat niin sanottu kuulo-puhe, erityisesti sukulaisilta ja ystäviltä kuultuna, ja päänumerot aikakausi- ja sanomalehdissä sekä televisiossa. Markkinoidessa tuotteita senioreille, ammattilaisten pitää tun-

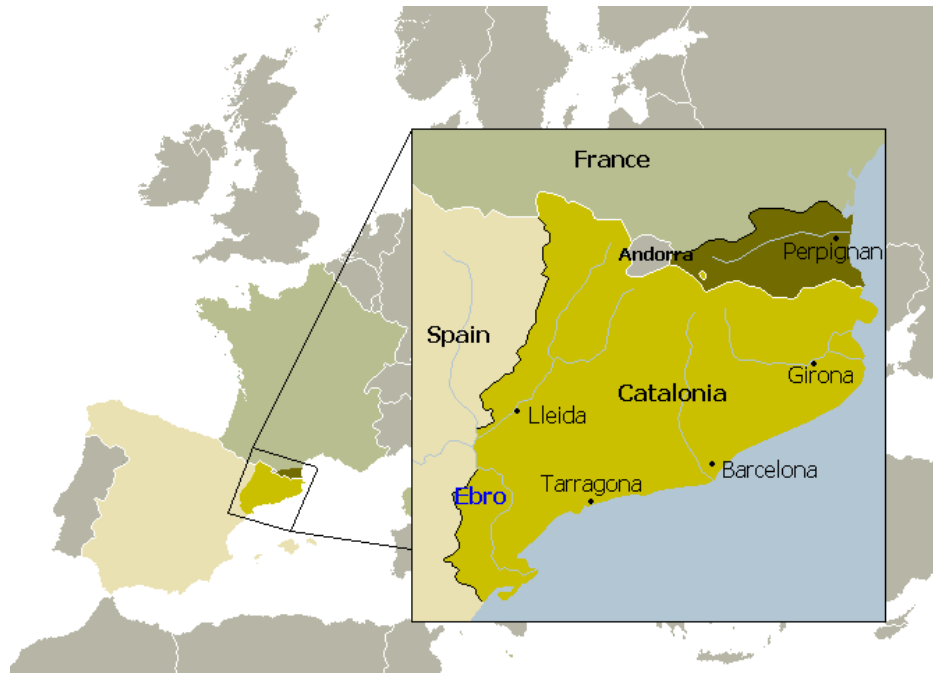
nistaa ja tiedostaa senioreiden epäyhtenäisyys kohderyhmänä ja jokaisen vanhemman ihmisen yksilöllisyys välttääkseen markkinoinnissa kirjallisuudessa mainittuja vanhuuteen liittyviä stereotyyppioita. (Patterson 2006, 92., 223.)

Yksityiskohtaisemmat ja kuvitetut päänumerot ovat senioreiden mielestä mielenkiintoisempia kuin maksetut mainokset, sillä he haluavat lukea muiden kokemuksia ja saada tarkempaa tietoa kohteesta, joka heitä kiinnostaa. Myöskään mainoksilla, jotka julkaistaan radiossa tai lehdissä ei ole niin suurta vaikutusta senioreiden päätökseen tekoon. Seniorit kuitenkin kokevat Internetin ja osan television mainoksista hyödyllisiksi, sillä senioreiden tietokoneenkäsittelytaidot kehittyvät jatkuvasti, ja Internet tarjoaa kohteista hyvinkin tarkkaa tietoa ja halvempia varauskanavia. Useista tiedonlähteistä huolimatta seniorit suosivat edelleen matkatoimistoja päätiedonlähteenään sekä he haluavat hoitaa varaukset ja valutan käsittelyn toimiston kautta. (Patterson 2006, 92.)

3 Kohdetietoa Kataloniasta

Lähes 50 miljoonan asukkaan Espanja sijaitsee Lounais-Euroopassa rajavaltioinaan koillisessa Ranska ja Andorran ruhtinaskunta sekä lännessä Portugali. Espanjan pääkaupunki on sisämaassa sijaitseva kolmen miljoonan asukkaan Madrid. Muita suuria kaupunkeja ovat Barcelona, sekä edellä mainittuja hiukan pienemmät Sevilla ja Valencia. Maan virallisia kieliä ovat espanjan lisäksi Kataloniassa puhuttava katalaani, Baskimaassa puhuttava baskin kieli sekä galego, jota puhutaan Galician alueella. Espanja on vuodesta 1986 lähtien kuulunut Euroopan Unioniin ja maan valuutta on euro. Espanjan kokonaispinta-ala kattaa lähes 506 000 km², josta 12 500 km² muodostuu saarista. Kanarian saaret sijaitsevat Afrikan rannikolla ja Baleaarien saariryhmä sijaitsee Välimerellä. Lomakohteena Espanja on sopiva ympärivuoden, sillä se kuuluu Välimeren alueen ilmastovyöhykkeeseen tarjoten yli 300 aurinkoista päivää vuodessa rannikkoseuduilla. Espanja tarjoaa jokaiselle jotakin: kaupunkilomailija saa nauttia kulttuurista sekä historiasta monissa eri kaupungeissa, rantalomailijalle on tarjolla mantereella esimerkiksi Katalonian tai Andalusiin rannikkoseutu ja Kanariansaarilla erinomaiset surffausmahdollisuudet, aktiivilomailija viihtyy maassa vaellusretkillä tai golfaten eteläisessä Espanjassa ja ruokamatkailija nauttii erilaisia herkkuja ympäri maata, kuten kylmää gaspacho-keittoa tai perunamunakasta. (Hietala, Krenn & Lehtonen 2015; Turespaña 2015a, b.)

Katalonian itsehallintoalue sijaitsee Koillis-Espanjassa (kuva 1.) ja se on pinta-alaltaan 32 107 km². Pohjoisessa aluetta rajaavat Ranska ja Andorra, lännessä Aragonia, etelässä Valencia ja idässä Välimeri. Alue on jaettu neljään maakuntaan: Barcelona, Girona, Lleida ja Tarragona. Kataloniassa asuu 7 565 603 ihmistä, joista 67 % asuu itsehallintoalueen pääkaupungissa Barcelonassa ja sen metropolialueella. Katalonia on pinnanmuodoiltaan hyvin monipuolinen ja jakautunut alue: Pohjoisessa Espanjan ja Ranskan rajalla Pyreneiden vuoristo hallitsee maisemaa lähes 200 km matkalta, jossa korkeimmat vuorenhuiput yltävät 3000 m korkeuteen. Pyreneiden esialuetta Gironassa ja Lleidassa hallitsevat aaltoilevat viheriöt ja runsaat laaksoalueet. Muita pienempiä vuoristoalueita ovat Serra de Garraf Barcelonan eteläpuolella ja metsien peittämä Montseny kaupungin pohjoispuolella. Katalonian rannikkoalue on noin 580 km pitkä ja se alkaa pohjoisesta Costa Brava -rannikolla, joka kattaa 214 km koko rannikosta. Costa Bravan rannikko muodostuu vaihtelevasti kalliisista alueista pieniin poukamiin ja Rosesin ja L'Estartin lahtien kasvaviin ranta-alueisiin. Eteläisempi Costa Dorada ja siitä etelään Ebron suistoalueelle maasto on lähinnä tasaista ja rannat ovat suuria hiekkarantoja. (Generalitat de Catalunya 2015a; Thomas Cook Publishing 2007, 6-7.)



Kuva 1. Katalonia kartalla (PolitykaGlobalna.pl 2014)

Kataloniassa on läpi vuoden aurinkoista ja leutoa, jonka takia se sopii matkakohteeksi ympäri vuoden. Rantakelit alkavat toukokuussa ja jatkuvat aina lokakuun loppuun ja kii-reisintä ja kuuminta aikaa onkin heinä-elokuussa alueen rantakohteissa, kuten Barcelo-nassa. Kesällä lämpötilat kohoavat helposti yli 30 asteen ja vielä lokakuussa päivän keski-lämpötila on yli 20 astetta. Suotuisia matkustusajankohtia ovat keväällä maaliskuu-toukokuu tai syksyllä syys-lokakuu jolloin lämpötila ei ole paahtavan kuuma ja turisteja ei ole ihan niin paljon kuin kesän kiirekuukausina. Talvikausi Kataloniassa on sateinen, mutta lyhyt ja lämpötilat liikkuvat 5 ja 15 asteen välillä. (Rantapallo 2014; Thomas Cook Publishing 2007, 25.)

Katalonia eroaa monella tapaa muusta Espanjasta: alueella on oma kielensä, katalaani, ja omia ainutlaatuisia perinteitä kuten painovoimaa uhmaavat ihmistornit *castellers* sekä tulijuoksut *correfocs*. Katalaani näkyy matkailijalle vahvasti koko Katalonian alueella: kaikki katukyltit ja opasteet ovat ensin katalaaniksi, virastoissa puhutaan ensisijaisesti kata-laania ja se on opiskelukieli paikallisissa kouluissa. Suurin osa katalaaneista on kaksikieli-siä, vaikka espanjan kieli onkin vielä toistaiseksi enemmistön virallinen äidinkieli (BBC 2014). Katalonialaiset ovat moneen kertaan ilmaisseet halunsa itsenäistyä omaksi valtiok-seen, mutta ensi kertaa pitkään aikaan itsenäistymisellä on enemmän vastustajia kuin kannattajia. Vielä lokakuussa Katalonian aluehallinnon teettämän kyselytutkimuksen mu-kaan kannattajia oli 49,4 prosenttia ja vastustajia 42,5, kun vuoden 2014 loppuun men-nessä luvut olivat muuttuneet seuraavasti: kannattajia oli 44,5 prosenttia ja vastustajia 45,3 prosenttia (Helsingin Sanomat 2014). Alueen itsehallinto näkyy muun muassa Kata-

lonian omassa parlamentissa ja hallituksessa, katalaaniksi *Generalitat*, sekä omassa poliisivoimissa *Mossos d'Esquadra*, jotka aloitti toimintansa vuoden 2008 loppupuolella. Lisäksi itsehallinnon alaisena ovat opetustoimi, aluesuunnittelu, ympäristönsuojelu ja osa verotulojen käytöstä. (Generalitat de Catalunya 2015b.)

Katalonian kulttuuriperintö on monipuolinen ja vaihteleva, tarjoten vierailijoille monumentteja, ainutlaatuisia juhlia ja monia musiikki-, tanssi-, teatteri- ja sirkusfestivaaleja. Tunnetuimpia taiteilijoita ja artisteja, jotka ovat vaikuttaneet Kataloniassa tai saaneet inspiraatiota töihinsä alueelta ovat Joan Miró, Salvador Dalí ja Antoni Gaudí. Barcelonassa voi ihailia monia Gaudín suunnittelemissa rakennuksissa ja kokonaisuuksissa kuten Casa Batlló, La Pedrera tai Park Güell. Yhteistä Gaudín suunnittelemissa rakennuksissa on niiden erilaisuus verrattuna muuhun arkkitehtuuriin, sillä modernistina Gaudí sai inspiraationsa fantastisiin taidonnäytteisiinsä luonnosta: pyöreiset etusivut, runsas mosaiikkien sekä värillisten lasien käyttö ovat ominaisinta Gaudía. Figueresin ja Cadaquésin kaupungeissa voi vieraila Dalín kotimuseossa ja museossa. Surrealismen edustajan töissä näkyy Costa Bravan kuvat, missä hän asui monta vuotta. Miró syntyi ja kasvoi Barcelonan goottilaisella alueella ja katalonialainen kulttuuri vaikutti vahvasti hänen työhönsä. Picasson jalan jälkiä seuraten Mirókin muutti Pariisiin, mutta myöhemmin päätyi Mallorcan saarelle työskentelemään. (Thomas Cook Publishing 2007, 17., 20.)

Jo aikaisemmin mainitut *castellers* ja *correfocs* ovat molemmat katalonialaisia perinteitä, joita on mahdollista nähdä melkein ympäri vuoden. *Castellersien* historia ulottuu melkein 200 vuoden taakse, jolloin ensimmäiset ihmistornit ovat kohonneet. Naiset, miehet ja lapset (iältään 5-65 -vuotiaita) kokoontuvat yhteen ja kiipeävät toistensa päälle muodostaen ihmistorneja, joissa on parhaimmillaan jopa 10 kerrosta kiipeilijöitä. Tornin perustana on *pinya*, joka muodostuu useasta ihmisestä ja he muodostavat tiukan ympyrän, jonka päälle torni on mahdollista muodostaa. *Pinya* myös pehmentää mahdollisia putoamisia tornien hajotessa. *Tronc* eli itse torni muodostuu useammasta tasosta ja tietystä määrästä ihmisiä. Niin sanotun tornin kupolin eli *pom de daltin* muodostavat aina lapset, sillä he saavat ainoastaan kiivetä tornin ylimmäisiksi kevyemmän painonsa takia. Ihmistornit kilpailevat keskenään ja jokaisella kylällä on perinteisesti oma *colla*, jotka eroavat toisistaan paidan värin perusteella. *Correfocsit* eli tulijuoksut ovat tärkeä osa katalonialaista juhla-kulttuuria. Lohikäärmeet ja hirviöt kantavat soihtuja ja sähköisiä kaduilla samalla kun yle-



Kuva 2. Castellers - ihmistorni (Aho 2014)

sö kokeilee kuinka lähelle se uskaltaa mennä polttamatta itseään. (Catalunya 2015; Barcelona.de 2015; Thomas Cook Publishing 2007, 22., 76–77.)



Kuva 3. Correfocs (Aho 2014)

4 Viini- ja ruokamatkailu

Viini- ja ruokamatkat kasvattavat jatkuvasti suosiotaan ja yhä useampi matkanjärjestäjä tarjoaa teemamatkoja, joilla keskitytään molempiin sekä viiniin että ruokaan tai vain toiseen. Tässä luvussa esittelen ensin yleisesti viinimatkailua, sen merkitystä matkailulle ja itse viinitiloille ja sen jälkeen keskitytään viinikulttuurin Kataloniassa. Ruokakulttuuria käsitellään myös ensin yleisnäkökulmasta ja sen jälkeen Katalonian keittiölle ominaisia piirteitä.

4.1 Viinimatkailu

Viinimatkailu on tärkeä osatekijä sekä viini- että matkailualalla, ja näiden kahden välinen suhde on tullut vasta viime vuosikymmenten aikana tunnustetuksi valtioiden, tutkijoiden ja alojen puolesta omana käsitteenään. Matkailualalle viiniteollisuus on tärkeä tekijä jonkun kohteen viehättävyydessä ja se voikin olla suuri motivaatiotekijä matkustajien mielestä. Viiniala hyötyy viinimatkailusta uusien asiakassuhteiden muodossa, kun asiakkaat pääsevät seuraamaan aitiopaikoilta viininvalmistusta ja monille pienemmille viinintuottajille suoramyynti asiakkaille viinitiloilla on tärkeä osa yrityksen taloudellista menestystä. Vierailut viinitiloille ovat olleet osa valmismatkoja jo Grand Tourin ajoista lähtien, mutta vasta 1850-luvulla viinimatkailu alkoi herättää kiinnostusta omana matkailumuotonaan. Tähän on vaikuttanut monta tekijää, kuten kuljetuksen kehitys uusien rautateiden myötä ja uuden keskiluokan synty, joka alkoi etsiä laatuviinejä yhdessä aristokratian kanssa. Viimeistään vuonna 1855 *Classification of the Wines of the Gironde* -julkaisu antoi viinille ja viininviljelyalueille matkakohteen identiteetin. (Hall, Sharples, Cambourne & Macionis 2000, 1-2.)

Viinimatkailua voidaan kuvailla seuraavasti: vierailuja viininviljelmillä, viinitiloilla, viinifestivaaleilla ja viinishow'ssa, joissa viinin maistelu ja/ tai viinialueen ominaisuuksien kokeminen ovat päämotivaatiotekijöitä vierailuille (Hall 1996; Macionis 1996). Vaikka suurin osa viinimatkailusta tapahtuu maaseuduilla viininviljelyalueilla, niin jotain viiniin liittyvää matkailua, kuten viini- ja ruokafestivaaleja tai viininäyttelyitä järjestetään myös urbaaneimmissa kohteissa. Illallinen ravintolassa ja paikallisten ruokien ja viinien maistelun voidaan myös katsoa kuuluvan viinimatkailuun. Joissain paikoissa maailmalla jopa viinitila voi olla lähiöiden ja kaupunkialueiden välittömässä läheisyydessä. Esimerkkeinä viinimatkailun urbanisoinemisesta voidaan pitää Vinostaria Bordeaux'ssa, joka muodostuu museosta, observatoriosta, info-pisteestä, matkailupalveluista, viiniklubista, näyttelyhalleista ja ravintoloista tai Disneyn California Adventure -teemapuistoa, joka keskittyy viinimatkailuun. (Hall ym. 2000, 3-4., 302.)

Viinimatkailu voi olla yritysidean ydin pienempien viinitilojen toiminnassa, kun taas toisille se voi olla toissijaista yritystoimintaa. On tilanne kumpi tahansa, niin viinimatkailu muodostaa tärkeän myynti-, markkinointi- ja kommunikointikanavan viinitiloille. Yksi tärkein tällaisista kanavista on *cellar door*, jolla tarkoitetaan viinitilan yhteydessä olevaa tilaa, jossa asiakkaat voivat maistella viinejä ennen ostopäätöstä. Tämä tila voi olla maisteluhuone tai erillinen myyntitila. Käytän tästä eteenpäin alueesta suomennosta maisteluhuone. Maisteluhuoneen tarjoamisesta asiakkaille voi olla sekä hyötyä että haittaa viinitilan toiminnalle taloudellisesta näkökulmasta (Dodd & Bigotte 1995). Maisteluhuoneen hyötyjä ovat seuraavat: lisääntynyt tuotetietämys kuluttajien keskuudessa; bränditietoisuus sekä uskollisuus lisääntyneen tuottajien ja kuluttajien välisen kommunikaation ansiosta; edullisemmat hinnat kuluttajille kun ei tule kuljetusmaksuja; lisätuotteiden myynti, joka ei välttämättä olisi tuottoisaa isommilla markkinoilla; suoran asiakaspalautteen saanti tuotteista; asiakasrekisterin luonti myynti- että tiedotustarkoituksiin sekä opetukselliset mahdollisuudet, joilla viinitila voi parantaa asiakkaiden tietämystä viinialasta. Haittoja puolestaan ovat: lisääntyneet kulut ja hallinnointiaika, maisteluhuoneen ylläpito voi tulla kalliiksi yritykselle varsinkin, jos he eivät veloita mitään viinin maisteluista; pääoman tarve, sillä maisteluhuoneen liiketila voi olla erittäin kallis sekä kykenemättömyys kasvattaa myyntituloja merkittävästi, jos viinitila ei pysty myymään kaikkia tuotteitansa. (Hall & Mitchell 2008, 116.)

Jotta viinitilat hyötyisivät maisteluhuoneen ylläpitämisestä, niin heidän pitää ymmärtää minkälaiset ihmiset vierailevat niissä ja miksi. Vierailujen motivaatiotekijöiden ymmärtäminen on tärkeää viinitiloille, sillä näin he voivat kehittää vierailujaan täydentämään entistä paremmin asiakkaiden toiveita ja parantaa yritystoimintaansa. Yleisimmät syyt vierailu viinitiloilla ovat aineellisia ja niitä, jotka tuottavat tuloja yritykselle, kuten mahdollisuus maistella ja ostaa viinejä, kiertokäynnit sekä illallispalvelut. On olemassa monia määritelmiä siitä, minkälainen on niin sanottu viinuristi. Hallin (1996) määritelmän mukaan viinuristit voidaan luokitella kolmeen ryhmään heidän käyttäytymisen sekä motivaationsa perusteella vierailu viinitiloilla ja viinialueilla. Ensimmäisen ryhmän muodostavat ”viinin rakastajat” (*wine lovers*), jotka ovat äärimmäisen kiinnostuneita viineistä, se on joko harrastus tai ura, ja ovat kokeneita viinitilakävijöitä. Viinin rakastajat vierailevat kohteissa pelkästään viinin vuoksi. Tämä ryhmä muodostuu varttuneimmista ihmisistä, jotka ovat hyvin koulutettuja ja heillä on suuret tulot. Viinin rakastajat todennäköisemmin ostavat tuotteita viinitilalta ja antavat yhteystietonsa kaikkiin postituslistoihin. Toinen ryhmä on ”viinistä kiinnostuneet” (*wine interested*). Tämäkin ryhmä osoittaa suurta kiinnostusta viineistä kohtaan, mutta ei niin suurissa määrin kuin ensimmäinen ryhmä. Viinistä kiinnostuneet ovat vierailleet useilla viinitiloilla, mutta heidän matkoillaan viini ei ole pääsyy vierailu kohteessa. Tämän ryhmän tulotaso vaihtelee keskisuuresta suureen ja koulutus on yleisesti yliopistopohjainen. Kuten viinin rakastajat, myös viinistä kiinnostuneet tapaavat ostaa jotain

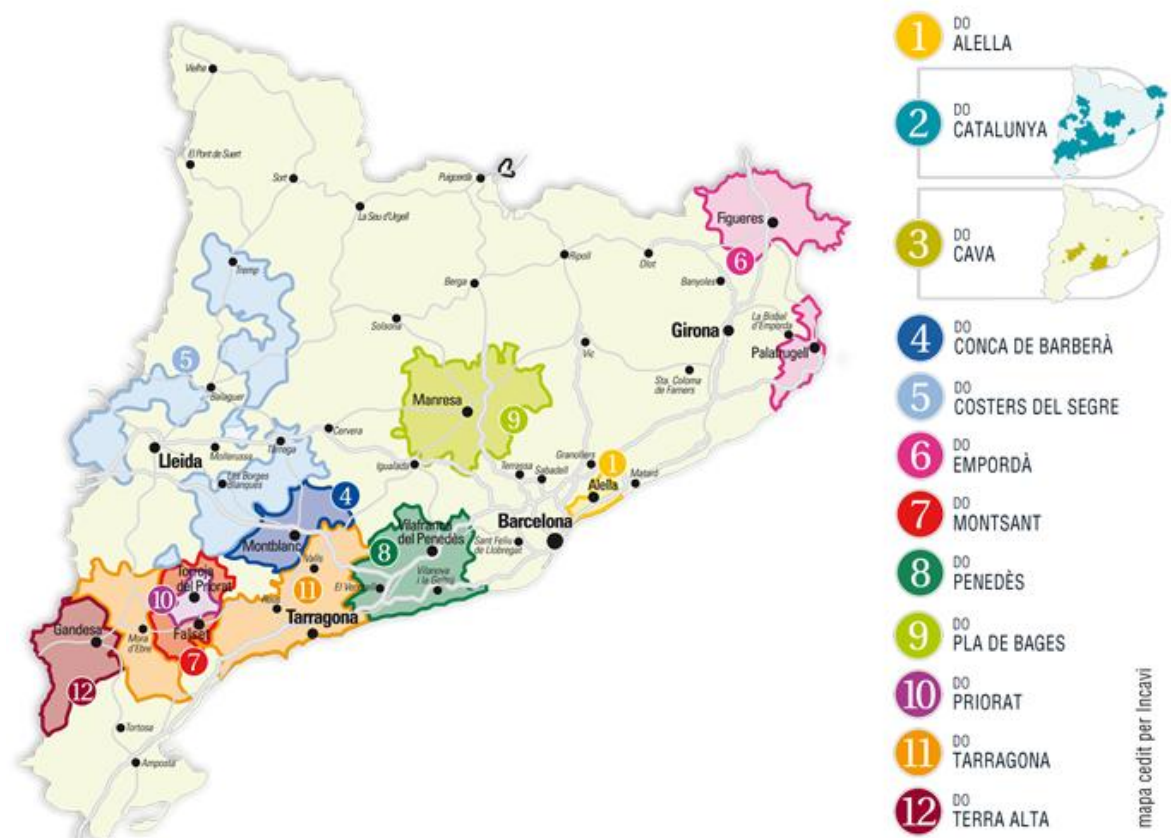
vierailuillaan ja lisäävät nimensä postituslistaan. Kolmas ryhmä, ”uteliaat turistit” (*curious tourist*), ovat kohtalaisen kiinnostuneita viineistä ja heille viinitilavierailu on yleensä nähtävyyden joukossa. Heidän mielenkiinnon vierailuun ovat saaneet aikaan joko viinituotteen nauttiminen tai näkeminen tai yleinen matkailumainonta. Uteliailla turisteilla on keskitason tulot ja koulutus, he voivat ostaa jotain viinitilalta mutta eivät liity postituslistalle. Charters ja Ali-Knight (2002) lisäsivät Hallin luokitukseen kaksi uutta ryhmää, perustuen heidän tutkimukseen, joka kiinnittää huomiota vierailijoiden kiinnostukseen eikä niinkään tietämykseen viineistä. Toinen uusista ryhmistä on *connoisseur* eli ”erikoistuntijat”, jotka ovat viinin rakastajien alaryhmä. Chartersin ja Ali-Knightin tutkimuksesta käy ilmi, että kaikilla viinin rakastajilla ei ole edistynyttä viinitietämystä, joten he haluavat luoda luokittelun näitä ihmisiä varten. Uuden luokittelun viides ryhmä on niin sanotut ”perässä kulkijat” (*hanger-on*), jotka vierailevat viinitiloilla osana ryhmää ja joilla ei ole mitään kiinnostusta viiniin. (Hall & Mitchell 2008, 116–121.)

Viime vuosien aikana erilaiset viinitapahtumat ovat kasvattaneet suosiotaan eri alueilla. Viinifestivaalit sitovat yhteen viinin, erikoistapahtumat ja matka-aktiviteetit tuoden näin lisäarvoa viinialueen matkailun kehittämiseksi. Viiniin liittyvät tapahtumat houkuttelevat vierailijoita ja antavat mahdollisuuden viinitiloille markkinoida tuotteitaan ja sijaintiaan yleisesti. Viinifestivaaleilla vierailu sisältyy vahvasti viinimatkailun käsitteeseen ja yhteistyö viinitilojen ja isojen tapahtumien välillä on tärkeää monestakin syystä: Viinitilan panostus yhteistyöhön on päätuote, eli viini, kun taas viinitapahtuma mainostaa tilan tuotteita ja edistää ihmisten tietoutta alueesta ja viinitilasta. Viinifestivaalit myyvät viinibrändejä ja luovat viininviljelysalueista houkuttelevan kuvan asiakkaille, jolloin viinitilat saavat mahdollisuuden luoda itselleen paremman profiilin asiakkaiden keskuudessa ja esitellä tuotteitaan laajemmalle yleisölle. (Hall & Sharples 2008, 147.)

4.2 Viinikulttuuri Espanjassa

Viininvalmistuksella on Espanjassa pitkä historia, joka ulottuu 1100 eKr. kun foinikialaiset ja keltit valmistivat viiniä Riojan ja Cádizin alueilla. Pitkään Espanjan viinikulttuuria hallitsi kansalaisten itsepäinen vanhoillisuus ja roomalaistyylinen viininvalmistus, jossa rypäleitä tallottiin jalan kivisissä kaukaloissa ja viiniä säilytettiin isoissa amforoissa, joissa se ei säilynyt pitkään hyvänä. Katalonialainen Miguel Torres Junior sai aikaan muutoksen, kun hän otti käyttöön perheensä viinitilalla Penedèsissä ruostumattomat metallitankit, joita hän oli nähnyt Bordeaux'ssa. Torresin viinien menestys Espanjassa ja kansainvälisesti auttoi avaamaan espanjalaisten silmät mahdollisuudelle valmistaa huippuluokan viinejä muun muassa Ribera del Dueron, Ruedan ja Prioratin alueilla. (Joseph 2006, 80.)

Espanjassa viinit luokitellaan joko pöytäviineiksi tai laatuviineiksi. Pöytäviiniluokituksset ovat VdM (Vino de Mesa) sekä VdIT (Vino de la Tierra), joka on ensimmäistä hieman laadukkaampi viini. Nämä viinit voidaan kuitenkin periaatteessa valmistaa rypäleistä, jotka tulevat ympäri maata, eikä niiden valmistukselle tai raaka-aineiden käytölle ole paljon rajoituksia. Pöytäviinit ovat viineistä halvimpia ja usein heikkolaatuisia. Laatuviiniluokituksia on kolme: DO (Denominación de Origen) kertoo, että viini on valmistettu annettujen laatu-kriteerien mukaan ja tietyllä alueella. Suurin osa laatuviineistä kuuluu tähän luokkaan. DO:ta parempi luokitus on DOCa tai katalaaniksi DOQ (Denominación de Origen Calificada) ja se myönnetään tuottajille, jotka tuottavat korkealaatuisempia viinejä. Rioja ja Priorat ovat ainoat alueet Espanjassa, jotka saavat käyttää tätä laatumerkintää. Paras luokitus on DO de Pago (Denominación de Origen de Pago), joka myönnetään vain yksittäisille viinitiloille, ja niiden viinivalmistusta ja maantiedettä koskevat erittäin tiukat kriteerit. DO de Pago – luokituksen omaavia viinitiloja on vähän Espanjassa. (Joseph 2006, 80.; Viinihulun päiväkirja 2011.)



Kuva 4. Katalonian viinialueet (Deconstruint el vi català 2015)

Katalonian viinialue on sekä itsessään DO että se muodostuu useammista pienistä DO-alueista, kuten Penedès ja Somontano. Jälkimmäinen alue on mahtava vierailukohde kiitos sen villin maiseman, koskemattomien kylien ja pienten kaupunkien. Somontanolla on

erinomaiset puitteet modernin viinin valmistuksessa. Miguel Torres oli Katalonian viinialueen sekä sen seutukunnan Penedèsin edelläkävijä viininvalmistuksessa ja alueet tuottavatkin nyt laajan valikoiman viinejä. Erityisesti amerikkalaisten kriitikkojen keskuudessa suurinta mielenkiintoa herättää Prioratin alue, joka tunnetaan intensiivisistä punaviineistään. Costers del Segre sai alkunsa Codorníun tytäryhtiön Raimatin ansiosta, ja nykyään se on yksi Espanjan edistyneimmistä viinialueista. Muita Katalonian DO-alueita ovat Alella, Empordà, Conca de Barberà, Montsant, Pla de Bages, Tarragona, Terra Alta ja Cava (kuva 4.). (Joseph 2006, 90.)

4.3 Ruokamatkailu

Viimeisen vuosikymmenen aikana ruoan merkitys matkailussa on kasvanut sivuroolista päärooliin ja siitä on tullut ilmiö, jota ovat kasvattaneet monet television ruokaohjelmat, sosiaalisen median ruokakuvat sekä kulinaariset matkakertomukset. Ruoalla on monta merkitystä kuluttajalle: elintoimintojen ylläpitämisen lisäksi sillä on tärkeä rooli juhlissa, se on sosialisoitumisen kanava, se on viihdyttävä, se on nautinnollinen ja aistillinen ja se on keino kokea uusia kulttuureja ja maita. Nykypäivän matkailijat haluavat enemmän kokemuksia: he eivät enää tyydy seuraamaan sivusta kun joku toinen valmistaa ruoan, vaan he haluavat itse osallistua prosessiin alusta loppuun. Maailmanlaajuisessa ympäristössä ruoan ja matkailun suhde mahdollistaa tuotteiden kehityksen kuten myös tarjoaa keinon maaseudun monipuolistamiseen. Erikoistuneet tuotteet auttavat kehittämään matkailijoille tarkoitettuja palveluita, kuten maaseutukierrokset, tuotteiden ostaminen suoraan valmistajalta, ravintoloiden ruokalistasat, joissa pääpaino on paikallistuotteilla ja majoitusmahdollisuudet maaseudun tiloilla. (Baran 2013; Mitchell & Hall 2003, 60.; Hall, Mitchell & Sharples 2003, 26.)

Termi ruokamatkailu (*culinary tourism*) on mainittu ensimmäisen kerran vuonna 1998, kun akateemikko Lucy Long halusi ilmaista ideansa vieraiden kulttuurien kokemisesta ruoan kautta. Ruokamatkailu on valmiiden ruoka/juomatuotteiden kehitystä ja mainostamista vetonauloina matkailijoille. Termi pitää sisällään kaikki ainutlaatuiset ja muistettavat ruoka- ja juomakokemukset, ei vain niitä, jotka ovat tapahtuneet maineikkaissa ravintoloissa tai ovat saaneet huippuarvostelut. Hinta ei myöskään määritä ruokamatkailukokemuksia, vaan vierailu brittipubissa tai ranskalaisella juustotilalla on aivan yhtä tyydyttävä ruokamatkailijan mielestä kuin illallinen Michelin-ravintolassa. Ruokamatkailua voikin harrastaa hienoissa ravintoloissa, kadunvarsikojuissa, viinitiloilla tai jopa kaukaisen ystävän kotona. (Wolf 2006, 1-2.)

Entä kuka sitten on ruokamatkailija? Ruokamatkailijaa voisi kuvailla eräänlaiseksi tutkimusmatkailijaksi, jolla on suuri kiinnostus ruokaa ja juomaa kohtaan. Ruokamatkailija voi hyvinkin ajaa pari tuntia toiseen kaupunkiin, vain testatakseen uutta ravintolaa tai pyöriä tunteja ulkomailla supermarketin hyllyillä tutkien vierasta valikoimaa. Snobiksi ei ruokamatkailijaa voi kuvailla, sillä kuten jo aikaisemmin on mainittu, niin hinta ei määritä ruokailukokemuksen laatua ja ikimuistoisuutta. Onkin sanottu, että kulinaarinen taide on ainut taiteenlaji, jossa yhdistyy kaikki ihmiskehon viisi aistia: ruokailija näkee ruoan, haistaa sen tuoksut, tuntee sen rakenteen, kuulee ruoan sitä syödessään ja maistaa sen maut. Kokemus, jossa yhdistyy kaikkien aistien käyttö, muistetaan todennäköisesti pidempään kuin muut lomakokemukset. (Wolf 2006, 2., 14.)

Nuoret ja vanhemmat, sekä sinkut että pariskunnat, ovat todennäköisimpiä matkailijoita, joita kiinnostavat viiniin sekä ruokaan liittyvät aktiviteetit lomalla. Myös lisääntynyt koulutuksen määrä että tulot kotitaloudessa lisäävät mielenkiintoa näitä aktiviteettejä kohtaan. Ruokamatkailijoiden ja tutkimusmatkojen välillä on löydetty suuri riippuvuussuhde. On todennäköisempää, että matkailijat, jotka ottavat osaa viiniin ja ruokaan liittyviin aktiviteetteihin, etsivät myös lomakokemuksia, jotka sopivat seuraaviin kategorioihin:

- Henkilökohtainen hemmottelu (*personal indulgence*): vierailu suosituissa ja trendikkäissä paikoissa; uhkapelit ja kasinoissa vierailu; hyvän elämän kokeminen hemmottelun ja fine diningin kautta; kaupunkielämän kokeminen.
- Tutkiskelu (*exploration*): historiallisilla ja tärkeillä paikoilla vierailu; luonnonihmeiden ja tärkeiden luonnonkohteiden näkeminen.
- Romantiikka ja rentoutuminen (*romance and relaxation*): levätä, rentoutua ja palautua; läheisyyttä ja romantiikkaa; laatu-aikaa perheen kanssa kaukana kotoa. (Wolf 2006, 13.; Mitchell & Hall 2003, 69.)

Kun kuvataan ruokamatkailijaa niin käsitteet *osallistuminen*, *riski*, *neofilia* ja *neofobia* auttavat ymmärtämään matkailijan henkilökohtaista suhdetta ruokaan, juomaan tai matkailuun. Neofilialla tarkoitetaan taipumusta tykätä kaikesta uudesta ja kokeilunhaluisuutta kun taas neofobia on ensimmäisen vastakohta. Neofobiassa kammoksutaan kaikkea uutta. (Collins 2015a, b.) Matkailussa riskin käsite yhdistetään yhteen päämotivaatiotekijään huvimatkailussa – uutuusien etsimiseen. Suurten riskien ottajat (ne, joilla on myös korkea osallistumisen aste) etsivät uusimpia ympäristöjä ja kokemuksia. On ehdotettu, että tämä käytös voi liittyä henkilön persoonallisuuteen, jolloin allosentrikot etsivät enemmän uudempia/uusia ympäristöjä kun taas psykosentrikot pitäytyvät tutuissa ja vähemmän uhkaavissa lomakohteissa. Plogin teorian mukaan allosentrikot ovat tällöin luonnostaan neofilian edustajia ja psykosentrikot neofobian. Viinin yhteydessä neofilian suuntaukset ilmevät yksilöissä, joilla on edistynyt viinitietämys tarkoittaen, että he etsivät koko ajan uusia

viinikokemuksia (esimerkiksi vierailuja uusilla viinitiloilla sekä uusien ruoka-viini parien löytämistä). Ruoan yhteydessä puhutaan, että ihmisen käytös on ristiriita neofilian ja neofobian suuntausten välillä, joka ilmenee kolmella eri tasolla:

- Nautinto vs. tyytymättömyys: etsitään uusia makuja, mutta pelätään epämiellyttäviä makuja
- Terveys vs. sairaus: terveellisen ruokavalion turvaaminen ilman myrkkijä
- Elämä vs. kuolema: meidän elämän ylläpidon takia muita eliöitä kuolee

”Uusien ruokakulttuurien” ja kansallisten ruokakulttuurien globalisoituminen on pitkään pohjautunut neofilian suuntauksille ja sen on sanottu olleen suuri motivaatiotekijä matkailussa jo kauan. (Mitchell & Hall 2003, 76–77.; Vuoristo 2003, 42.)

Suosittu ruokamatkailun muoto on kokkikoulut ulkomailla. Kiinnostus ja tahto ”oikeaan” ja ”autenttiseen” ruokaan on luonut oivan markkinointiraon kokkikouluille, sillä ihmiset etsivät mahdollisuuksia päästä ruoan alkulähteille osallistumaan itse raaka-aineiden keruuseen ja sen jälkeen ruoan valmistukseen niistä. Osa kursseille osallistuvista matkailijoista on kiinnostunut oppimaan uusia ruoanlaittotaitoja, joita voi myöhemmin esitellä kotona ystävilleen ja sukulaisilleen, kun taas toisille osallistujille tärkeintä on ajanvietto hyvän ruoan ja viinin seurassa. Suurin osa kokkikouluista keskittyy paikallisten raaka-aineiden käyttöön, ja tarjoaa näin asiakkailleensa parhaan mahdollisen tavan kokea alueen ruokakulttuuri. Ruoanlaiton lisäksi kokkikouluissa houkuttaa maaseudun läheisyys (suurin osa kouluista sijaitsee maaseuduilla) ja sen kautta ihmisten kokema rentoutuminen ja virkistäytyminen. (Sharples 2003, 102–111.)

4.4 Katalonialainen ruokakulttuuri

Maantieteellisesti monipuolinen alue tuottaa tuoreita, korkealaatuisia mereneläviä, lihaa, siipikarjaa, riistaa, hedelmiä ja vihanneksia. Näitä voidaan tarjoilla epätavallisesti yhdistettynä, kuten liha ja merenelävät, joka paikallisesti tunnetaan *surf 'n' turf* – tyylinä, tai siipikarjaa hedelmien kanssa tai kala ja pähkinät yhdessä. ”Ilman leipää katalaanin on vaikea elää. Katalonian kielessä on jopa oma sanansa – *panarra* – tyyppille, joka mutustaa sitä poikkeuksellisen paljon” (Takala, Virkki, Remes, Anttonen 2006, 103.) Leipä muodostaa tärkeän osan Katalonian ruokakulttuurista: katalaani maustaa leipäviipaleensa sivelemällä molemmin puolin oliiviöljyä, jonka jälkeen pintaa hierotaan tomaatilla ja näin on syntynyt *Pa amb Tomàquet*, Katalonian kansallisleipä eli tomaattileipä. Kyseiseen leipään voi törmentä monen eri hintaluokan ravintolassa ja se voidaan nauttia erilaisten kinkkujen tai jopa anjoviksen kanssa. (Takala ym. 2006, 103.; Lonely Planet 2012.)

Leivän lisäksi kinkku ja juusto ovat olennaisia raaka-aineita alueen keittiössä. La Seu d'Urgell, Cerdanya ja Pallarsin alueet ovat suurimpia juuston tuottajia. Vaikka monien perinteisten juustojen valmistus on vähentynyt, niin maistamisen arvoisia ovat *formatge de tupí*, joka on oliiviöljyssä dipattua vuohenjuustoa tai *gorritxa* (perinteinen katalonialainen vuohenjuusto). Monenlaiset makkarat ovat ilmakeivattua kinkun lisäksi tavallinen näky ravintoloiden ruokalistalla. *Butifarra* on perinteinen sianlihasta valmistettu makkara, joka syödään grillattuna valkoisten papujen kanssa. *Fuet* puolestaan on ohut kuivattu makkara. (Thomas Cook Publishing 2007, 162.; Lonely Planet 2012.)

Kataloniassa kastikkeilla on tärkeämpi rooli kuin muualla Espanjassa. Yleisimpiä ovat *sofregit* (paistettu sipuli, tomaatti ja valkosipuli), *sambaina* (paistettu sipuli, tomaatti, valkosipuli, paprika ja munakoiso tai kesäkurpitsa), *allioli* (valkosipuli, oliiviöljy ja yleensä lisäksi munanvalkuainen), *romesco* (tomaatti, paprika, sipuli, valkosipuli, manteli ja oliiviöljy) ja *picada* (manteli, valkosipuli, persilja, pähkinä ja leivänmuru). Alueella syödään paljon myös sieniä (*bolets*) sekä isoja kevätsipuleita (*calçots*), joita nautitaan erityisesti tammi-kuusta maaliskuuhun grillattuina *romesco*-kastikkeen kanssa. (Lonely Planet 2012.)

Ebron suistoalueella viljellään riisiä ja yksi katalonialaisista erikoisuuksista on *arroz negro*, musta riisi, jossa väri on saatu kypsentämällä riisi mustekalan musteessa. Vaihtoehtona perinteiselle paellalle löytyy *fideuá*, jossa riisin sijasta on käytetty vermisellinuudeleita ja annos tarjoillaan valkosipulikastikkeen kanssa. *Coca* on katalonialaisten vaihtoehto pizzalle. *Cocasta* on monia eri variaatioita ja sitä saa sekä suolaisena että makeana. Suolaisessa versiossa täytteenä on yleensä tomaattia, sipulia, paprikaa ja joskus sardiineja. Makea versio on yleensä mantelipohjainen ja se on yleisempi kuin suolainen versio. Jälkiruoaksi voi nauttia herkullisen *crema catalanan*, joka on oma versionsa *crème brûlée*'sta tai *mel i mató*, eli hunajaa ja tuorejuustoa. Muscatel-viinin kanssa tarjoiltava *music* sisältää kuivattuja hedelmiä ja pähkinöitä ja sen kanssa voidaan tarjoilla jäätelöä tai tuorejuustoa. (Lonely Planet 2012.)

5 Viini- ja ruokamatkan suunnittelu ja toteutus

Tässä luvussa käyn ensin läpi yleistä teoriaa matkailupalvelun tuottamisesta ja siitä prosessista, minkä se vaatii, että ideasta tulee valmis tuote. Teoriaosuuden jälkeen toisessa alaluvussa kerron matkaohjelman suunnitteluvaiheesta tämän työn kannalta ja perustelen kohdevalintani. Suunnitteluvaiheen kuvaus sisältää myös vierailukohteiden tarkemmat esittelyt. Seuraava alaluku on matkaohjelman kuvaus, jossa on matkaohjelmaa tarkemmin esitelty päivän kulku sekä hiukan aikataulutusta, kuten myös hotelli että vierailujen sisältö on selitetty. Viimeiseksi on valmis matkaohjelma, joka on tiivis kuvaus matkasta yleisesti ja kertoo matkailijalle nopeasti matkan perustiedot, kuten ajankohta ja hinta sekä päiväkohtaisen ohjelman.

5.1 Matkailupalvelun tuottaminen ja toteuttaminen

Matkailupalvelu ei ole jotain minkä voi varastoida, vaan se tuotetaan ja kulutetaan samalla kertaa, ja useista osista muodostuvan palvelukokonaisuuden lopullinen kokemus onkin asiakkaassa syntyvä tunnepohjainen elämys, jolle palvelun tuottaja vain tarjoaa tarvittavat puitteet. Onnistunut matkailupalvelun tuote on sellainen, johon tuottaja, asiakas ja muut mahdolliset toimitahot ovat tyytyväisiä. Tuotteen onnistuneisuus ja hyvyys tarkoittaa eri tahoille eri asioita, esimerkiksi asiakkaan kannalta hyvä matkailupalvelu on kokonaiselämys, jonka hän tuntee ja joka on yleensä joka ihmiselle erilainen. Jokaisen ihmisen odotukset matkailutuotteesta ja odotuksille saama vastine vaikuttaa siihen, kokeeko ihminen palvelutuotteen hyvänä vai huonona hänen mielestään. Tuottajan kannalta hyvä tuote on liiketaloudellisesti kannattava ja se on toistettavissa ja myytävissä helposti. Hyvällä tuotteella on myös tarkka kohderyhmä ja se erottuu muista alan tuotteista. Jälleenmyyjälle tai välittäjälle on tärkeää, että tuote on hinta-laatu suhteeltaan hyvä ja sen myymisen ja varamisen tulee olla helppoa sekä tarpeeksi yksinkertaista ja selkeää. Toimintaympäristön kannalta tuotteen on synnytettävä työpaikkoja ja tuotava muuta hyötyä alueelle, jossa matkailutuotetta toteutetaan. Palvelutuotteesta ei saa olla haittaa ympäristölle, jotta sen käyttöä voidaan jatkaa pitkään. Voidaankin todeta, että palvelujen tuotekehityksessä on jatkuvasti läsnä yrityksen sisäiset toimintatavat, asiakkaiden tavat toimia sekä toimintaympäristön erityispiirteet (Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti 2010). (Verhelä & Lackman 2003, 74–75.)

Matkailutuotteen viesti on se, mikä saa asiakkaan valitsemaan juuri kyseisen tuotteen. Viestin pitää olla selkeä ja onnistunut viesti saa asiakkaan kokemaan matkailupalvelutuotteen henkilökohtaisena: juuri tämä tuote on täydellinen minua tai asiakkaitani varten. Matkailutuotteen rakentaminen tapahtuu yhteistyössä monen eri toimijan kanssa, ja kaikille

heille tuotteen viestin pitäisi olla hyvin tuttu. Nykypäivänä myös asiakkaat osallistuvat tuotteen kehittämiseen sekä sen antaman viestin luonteeseen, sillä monet matkailijat jakavat kokemuksiaan sosiaalisessa mediassa. Kanssamatkailijoiden arviointeja pidetään yhtä tärkeänä kuin yrityksen omaa mainontaa. Matkailupalvelutuotteen syntyyn ideasta valmiiksi tuotteeksi on monta vaihetta, joista ensimmäinen on loogisesti ideointi ja sitä seuraavat tuotteistaminen, tuotteen testaus, hinnoittelu, markkinointi ja myynti, toteuttaminen sekä palaute ja kehittäminen. Ideoita voidaan kehittää monella eri tapaa, kuten aivoriihesä, asiakkaiden palautteiden perusteella sekä muiden yritysten toimintaan tutustumalla ja seuraamalla. Tuotteistamisvaiheessa on oltava selvillä asiakkaiden toiveet ja tarpeet, eli on mietittävä tässä tapauksessa mitä seniorit toivovat kokevansa matkoillaan, mitkä mahdollisesti rajoittavat heidän matkustamistaan ja näiden kokonaistavoitteiden perusteella mietitään matkailutuotteelle teema, johon kokonaisuus ja kaikki sen osat perustuvat. Tässä työssä matkailutuotteen teema on siis ruoka- ja viinimatka. Kun tiedetään, että osallistujat ovat senioreita ja heidän kuntonsa ei välttämättä ole enää kovin hyvä, on paljon helpompaa lähteä suunnittelemaan tuotetta verrattuna tilanteeseen, jossa kohderyhmä ei olisi tiedossa. Kohderyhmän lisäksi tuotteistamisessa tulee ottaa huomioon aikatekijät, eli mikä vuoden aika on esimerkiksi paras viininviljelyn kannalta vierailuille tai milloin ei ole liian kuuma sää senioreille matkustaa. Toimintaympäristöä ja sen asettamia vaatimuksia pitää myös pohtia, sillä tuotekehitys ei tapahdu eristyksissä muusta maailmasta vaan yhteistyössä toimialojen, alueiden, yhteiskuntien ja ihmisten välisten suhteiden kanssa. Tässä tapauksessa pohdittavia asioita ovat kohteessa puhuttava kieli, vierailukohteiden kaukainen etäisyys toisistaan ja erilainen ruokakulttuuri esimerkiksi. Myös matkailutuotteen menetelmät on päätettävä etukäteen, sillä ne muodostavat olennaiset osan palvelukokemuksesta. Ensin mahdolliset menetelmät kartoitetaan, esimerkiksi kuljetusvaihtoehdot, aktiviteetit, ja lopuksi niistä valitaan sopivimmat jotka täydentävät parhaiten kohderyhmän toiveita ja tarpeita. Suunnitteluvaiheen lopuksi tulee ratkaista vielä kaikki käytännön asiat kuten tarvittavat luvat, kuljetuskalusto sekä turvallisuusseikat. Joissain palvelutuotteissa myös säällä voi olla merkittävä osuus tuotteen onnistumisen kannalta. (Verhelä & Lackman 2003, 77–78.; Matkailualan koulutus- ja tutkimusinstituutti 2010a.)

Kulinaristisen matkan suunnittelu voi kestää useita kuukausia, sillä sopivien ruokapaikkojen ja erikoisruokalajien yhteensovittaminen voi viedä aikaa. Ulkomaille suuntautuvissa matkoissa suositellaan käytettäväksi apuna paikallista matkanjärjestäjää alihankkijana, joka tuntee kohdemaan olot ja paikat. Suomessa järjestetyt viinimatkat suuntautuvat pääsääntöisesti ulkomaille, ja näiden matkojen aikana saatetaan poimia viinirypäleitä ja tutustutaan useampien tuottajien viininvalmistukseen sekä heidän tuotteisiinsa. Viinimatkat kestävät yleensä vähintään viikon viininviljelyalueiden etäisyyden takia. (Verhelä & Lackman 2003, 156–158.)

Ennen kuin uutta tuotetta lähdetään markkinoimaan tai tuottamaan, se tulisi testata asiakkailla mahdollisten puutteiden huomaamiseksi ja niiden korjaamiseksi. Parhaan palautteen saamiseksi tuote tulisi testata ulkopuolisilla henkilöillä, joilla ei ole henkilökohtaista panosta tuotteen suunnitteluun. Matkailutuotteen asiakkaalta saaman hinnan tulisi kattaa kaikki kustannukset, joita tuottaja on tuotteeseen panostanut. Ensiksi palvelun tuottajan tulee selvittää hinnoiteltavan tuotteen tai palvelun välittömät kustannukset, joita ovat: henkilöstökulut, raaka-aine ja materiaalikulut, hintaan sisältyvät ateriat ja muu tarjoilu, laitteiden ja välineiden käyttö, ulkopuolelta vuokrattavien varusteiden ja välineiden vuokrat ja asiakkaille jaettava oheismateriaali. Kiinteiden kustannusten (markkinointi-, myynti- ja hallintokulut, pääomakulut, vuokrat, tietoliikenne ja vakuutukset) lisäksi hintaan lisätään kate, arvolisänvero ja muut viranomaismaksut, jonka jälkeen päästään lähelle tuotteen lopullista hintaa. Edellä kuvattu hinnoitteluperiaate on tuoteperusteinen hinnoittelu, joka antaa yrittäjälle halutun tuoton. Toinen hinnoitteluperiaate on markkinaperusteinen hinnoittelu, jolloin tuotetta myydessä ei aina välttämättä käytetä ”oikeaa” hintaa, vaan sitä voidaan myydä edullisemmin tai kalliimmalla riippuen tilanteesta. Esimerkiksi haluttaessa lisää uusia asiakkaita, voidaan tuotetta myydä edullisemmin. Palveluntuottajan on kuitenkin tunnettava asiakkaansa ja tiedettävä mistä he ovat valmiita maksamaan ja paljonko. (Verhelä & Lackman 2003, 82–84.; Ortju 2012.)

Markkinointi ja myynti -vaiheessa tuote on valmis markkinoitavaksi, niin siitä laaditaan esittelymateriaali. Esitteet voivat olla perinteisiä paperiesitteitä, tai ne voivat olla sähköisessä muodossa esimerkiksi Internet-sivuilla tai niitä voidaan lähettää potentiaalisten asiakkaiden sähköpostiin. Kun matkailutuote on tarkoitettu senioreille, niin on mietittävä mitä kautta he saavat tietoa ja suunniteltava esittelymateriaalia näihin kanaviin sopiviksi. Onnistuneen markkinoinnin jälkeen palvelutuote on valmis toteutettavaksi oikeiden asiakkaiden kanssa. Tässä vaiheessa selviää myös oikeasti, onko tuote onnistunut vai ei. Pystyäkseen kehittämään tai parantamaan palvelutuotetta on tärkeää kerätä palautetta asiakailta. Paras palaute saadaan henkilökohtaisesti asiakailta tai ryhmänvetäjältä ja palaute voidaan kerätä kirjallisesti palautelomakkeilla tai sähköisesti erilaisilla verkkopalveluilla. (Verhelä & Lackman 2003, 84–85.)

5.2 Matkaohjelman suunnittelu ja kohteiden valinta

Matkaohjelman suunnittelun aloitin miettimällä matkalle sopivaa ajankohtaa ja kestoja, ja sen jälkeen tutustuin yksittäisiin kohteisiin Kataloniassa liittyen ruoka- ja viiniteemaan. Valmismatkan kestoja pohtiessa päädyin yhteen viikkoon, eli maanantaista sunnuntaille ja ajankohta sijoittuu lokakuuhun, sillä silloin Kataloniassa ei ole enää paahtavan kuuma ja ajankohta on sopiva viinimatkailun kannalta. Rypäleet kasvavat yleensä syyskuussa tai

lokakuun alussa, jolloin sadonkorjuun aikaan matkailija pääsee näkemään enemmän viinitiloilla tapahtuvaa toimintaa (Neuvonen 2014.) Senioreiden kannalta viikko on sopiva matkustusaika, sillä se ei ole liian pitkä eikä lyhyt, vaan matkaan saa sopivalla aikataulutuksella mahdutettua paljon nähtävää, niin että levollekin jää aikaa. Olen katsonut matkan hinnan 5.-11.10.2015 ajankohdalle. Matkan niin sanottuna tukikohtana toimii Barcelona, jossa majoitutaan koko matkan ajan ja sieltä tehdään päiväretkiä eri puolille Kataloniaa. Valmismatka on suunniteltu 10–14 hengen ryhmälle, sillä tämänkokoiselle ryhmälle on helpompi sopia vierailuja eri kohteisiin, kuten yksityiset viinitilat, joilla ei välttämättä ole valmiuksia isännöidä isompaa ryhmää. Pienemmälle ryhmälle on myös helpompi oppaan kertoa yksityiskohtaisemmin ja laajemmin asioista, ja jokaisen kysymykset voidaan ottaa huomioon. Tämän kokoinen ryhmä mahtuu hyvin pikkubussiin, joten seniorit kuulevat paremmin oppaan kertomukset, kuin jos he matkustaisivat isommassa ryhmässä ja isossa bussissa.

Eri kuljetustapoja ja majoitusta miettiessä, olen perustellut valintojani teoriaan pohjautuen sillä ilman toimeksiantajaa ja senioreiden haastattelua en saanut kohderyhmän omakohtaisia mielipiteitä ja kokemuksia, jotka olisivat voineet auttaa matkan suunnittelussa enemmän senioreiden tarpeita vastaavaksi. Minibussin vuokraus on kätevin tapa järjestää kuljetukset matkan aikana, jolloin matkan ohjelma ei ole sidoksissa julkisen liikenteen aikatauluihin ja tilanteen niin vaatiessa matka-aikataulusta voidaan joustaa paremmin. Pienessä bussissa myös ryhmähenki nousee paremmin esille, kun oppaan selostukset kuuluvat kaikille yhtä hyvin ja keskustelua saadaan helpommin aikaiseksi. Yksi seniorimatkailun vetotekijöistä on hyvät kuljetusyhteydet ja turvallisuuden tunne, joten senkin takia niin sanottu oma minibussi on hyvä vaihtoehto. Tarkkoja hintoja on vaikea löytää, mutta suuntaava hintaesimerkki olisi 15-paikkaisesta minibussista noin 250€/ henkilö. Hinta sisältää kuljettajan ja viikon vuokran. Kuljettaja on käytettävissä 11 tuntia vuorokaudesta, niin että hänellä on päivien välillä mahdollisuus 11h keskeytyksettömään lepoon. (Oferbus 2015.)

Kohteeseen lennetään suoralla lennolla, sillä koen, että suora lentoyhteys on tässä tapauksessa paras lyhyen lentoajan takia, minkä lentämiseen osissa kuluisin vaan turhaa aikaa, sekä se aiheuttaisi ylimääräistä stressiä vaihtolentokentällä. Myös suomenkielinen matkustamohenkilökunta on plussaa, kun on kyse senioreista, joiden kielitaito ei välttämättä ole kovin vahva. Valmismatka alkaa ja päättyy Helsinki-Vantaan lentokentältä, joten jokainen seniori saapuu omatoimisesti lentokentälle, jossa matkanjohtaja on heitä vastaan ja siitä eteenpäin kaikki on valmiiksi järjestetty heidän puolestaan. Barcelonaan lennetään Finnairin suorilla lennoilla Economy-luokassa ja hinta henkilöä kohti on 316.37€.

Matkan aikana majoitutaan koko ajan samassa hotellissa, sillä se on senioreiden kannalta mukavin vaihtoehto, kun heidän ei tarvitse pakata ja purkaa laukkujaan useamman kerran matkan aikana. Ajoetäisyydet matkan aikana vierailtaviin kohteisiin ovat pisimmillään 2 tuntia, joten senkään takia ei ole välttämätöntä yöpyä kohteiden välittömässä läheisyydessä. Hotellia etsiessäni keskityin keskustasijaintiin, ja siihen että hotellin tarjoamia palveluita olisi ainakin aamiainen ja ravintola, huoneiden tulee olla rauhallisella sijainnilla hotellissa, sekä niistä pitää löytyä oma wc. Jos seniorit haluavat lähteä tutustumaan kaupunkiin omalla ajallaan, niin heidän ei tarvitse käyttää julkista liikennettä ollenkaan tai ainakaan niin paljon, kuin jos hotelli sijaitsisi etäämmällä keskustasta. Majoitus kahden hengen huoneessa maksaa 432,5€ henkilöltä ja se sisältää aamiaisen.

Vierailukohteita valitsin osaksi omien kokemusten perusteella sekä teoriaan pohjautuen. Teoria vaikutti yleisesti laajemman alueen valintaan kun taas yksittäiset vierailukohteet valitsin omien kokemusteni avulla. Käyttämäni Katalonia-oppaat olivat hyödyllisiä kohteita valitessa, sillä niissä oli esitelty yleistietoa alueesta, nähtävyyksistä sekä mainittu aina muutamia esimerkkejä nimeltä. Joka kohteella on jotain tarjottavaa ruoka- tai viiniteemaan liittyen, ja joissain yhdistyy molemmat. Päivien ohjelmaa suunnitellessa pyrin siihen, että seniorit pääsevät maistamaan mahdollisimman monipuolisesti katalonialaisia herkuja sekä näkevät useamman viinitilan.

Priorat valikoitui ensimmäisen päivän kohteeksi viinikulttuurinsa takia, sillä se on toinen Espanjan viinialueista, jolle on myönnetty viiniluokituksista paras DOQ-luokitus. Priorat on yksi Katalonian innovatiivisimmista viinialueista, joka tunnetaan hintavista mutta intensiivisistä punaviineistään. Kuiva ja kivikkoinen alue sijaitsee Tarragonasta länteen, kaukana rannikkoalueiden lomakokonaisuuksista ja turistikaupungeista. Prioratin alueella vallitsee maalaismaisema ja kivistä valmistetut rakennukset, joiden lomassa ihmiset poimivat rypäleet yhä käsin. Maakunta jakautuu kahteen viinialueeseen, DO Prioratiin ja sitä ympäröivään DO Montsantiin, jotka molemmat tuottavat täyteläisiä ja kevyen mineraalisia viinejä. Viinien lisäksi alue tunnetaan oliiveistaan, oliiviöljystään ja manteleistaan, joten kohde on sopiva myös ruokateeman puolesta. Maakunnan pääkaupunki on pieni Falsetin kylä, jossa on historiallinen keskusta sekä muutama vierailun arvoinen nähtävyys. (Thomas Cook Publishing 2007, 86–87.)

Maantieteelliset ominaisuudet kuten kalkkikivi, liuskekivi ja graniitti maaperässä yhdistettynä äärimmäisiin lämpötiloihin (kylmät talvet ja kuumat kesät) mahdollistavat suotuisat olosuhteet oliivipuun viljelylle. Nämä ominaisuudet antavat oliiviöljyille oman tunnusomaisen maun ja aromin, jotka ovat ainutlaatuisia Prioratin alueella. Tunnetuin alueen oliivilaji on *arbequine*. Prioratissa voi maistaa kolmella eri tavalla valmistettua oliiviöljyä, jotka

kaikki eroavat toisistaan. Jotkut viljelijöistä tuottavat öljynsä tavanomaisesti kun taas toiset joko orgaanisesti (Cabacésin ja Ulldemolinsin alueet) tai kokonaisvaltaisella tavalla (Ulldemolins). Alueen oliiviöljyt tuotetaan DOP Siuranan alaisena, joka valvoo öljyjen laatuvaatimuksia. (Turisme Priorat 2008a.) Kolme päivän vierailukohteista on maksullisia ja ne maksavat yhteensä 45€ henkilöltä.

Tarragonassa vierailaan osittain sen kulttuurin takia, sillä se oli yksi muinaisen Rooman tärkeimmistä kaupungeista ja sieltä löytyykin useita antiikin ajan raunioita. Muuten kaupunkivierailun syy on Tarragonan keittiössä ja erityisesti sen tyypillisimmässä ruokannoksessa *romescossa*, joka on tomaatista, paprikasta, sipulista, valkosipulista, mantelista ja oliiviöljystä valmistettu ruokalaji. Romesco voi olla sekä kastikkeena, jolloin se toimii kylmänä lisukkeena muun muassa kalalle, kasviksille tai lihalle, että pääruokana, jolloin annos tarjoillaan lämpimänä muiden pääraaka-aineiden kanssa. Vanhemmat ihmiset sanovat, että ensikerran romesco esiintyi Serrallon kaupunginosan pienissä kalastusveneissä 1900-luvun alussa, ja jokaisella kalastajalla oli omat ainutlaatuiset reseptinsä kastikkeeseen. Viime vuosisadan puolivälissä kastikkeen suosio kasvoi ja siitä lähtien se on muodostanut tärkeän osan Tarragonan alueen ruokakulttuuria. (Tarragona Turisme 2015a, b.)

Tarragonan katedraalin rakentaminen aloitettiin roomanisella tyylillä, ja se suunniteltiin viisilaivaiseksi, jossa on yksi keskuskuori sekä kaksi sivukuorta. Julkisivu edustaa goottilaista tyyliä ja se rakennettiin vasta 1400-luvulla. Meren rannassa sijaitsee kalliokiivistä veistetty amfiteatteri, jossa on käyty gladiaattoreiden taisteluita ja pyhimykset, piispa Fructuoso sekä kaksi hänen apupappiansa, kokivat marttyyrikuoleman areenalla (Turun Sanomat 2006.) Amfiteatteri kuuluu nykyään Unescon maailmanperintöluetteloon. Muita historiallisia kohteita ovat esimerkiksi roomalainen sirkus sekä roomalaisen forumin rauniot.

Tarragonasta matkataan Sant Guim de Freixenetiin, joka on osa matkaa vierailukohteensa takia, ei niinkään itse paikan. Pastoretin tehtaalla seniorit näkevät miten valmistetaan Katalonian versio *crème brûlée'sta* sekä muita alueelle tyypillisiä maitotuotteita. Perheyrietyksen tuotteisiin kuuluu jogurttien ja juustojen lisäksi muun muassa *mató*, joka on perinteinen katalonialainen tuorejuusto, jonka koostumus on pehmeä ja sienimäinen, ja siinä on hieno maidon maku. *Mató* on tapana nauttia jälkiruokana hunajan kanssa, mutta sitä voidaan syödä mihin aikaan vain joko yksinään tai sokerin, kuivattujen hedelmien tai vaikka marmeladin kanssa. Muita perheyrietyksen tuotteita ovat vuohenjuusto, crema catalana sekä perinteinen vanukas. Kolmannen päivän vierailut ja lounas maksavat noin 42€.

Kun matkataan Kataloniaan, niin pitäähän myös alueen pääkaupunkiin Barcelonaan tutustua. Barcelona on Espanjan toiseksi suurin kaupunki ja Katalonian itsehallintoalueen pääkaupunki. Kolmen matalan vuoren ja Välimeren suojassa sijaitseva kaupunki tarjoaa täydelliset puitteet yhdistettyyn kaupunki- ja rantalomaan. Kaupungin kadut sopivat päämäärättömään vaelteluun ja välillä voi pysähtyä kahville joillekin lukuisista aukioista, joita kaupungista löytyy. Matkailijan näkökulmasta kiinnostavimmat paikat löytyvät alemmaa kaupungista, vanhan kaupungin, *Ciutat Vellan*, korttelista, kävelykatu Ramblan ympäriltä sekä Eixamplen korttelin tyylikkäiltä bulevardeilta. Kaupungin keskus on *Plaça Catalunya*, aukio, joka yhdistää vanhan ja uuden osan yhteen, ja josta alkaa Ramblan kävelykatu. Alaspäin Ramblaa kävellessä merta kohti, on oikealla puolella *El Raval* -niminen kortteli, joka tunnetaan entisenä punaisten lyhtyjien alueena ja vasemmalla puolella kaupungin goottilainen alue, *Barri Gòtic*. *Plaça Catalunya*n yläosasta alkaa *Passeig de Gràcia*n bulevardi, jolla sijaitsevat hintavampien merkkien lippulaiva-liikkeet. Tämä hintava ostosbulevardi jakaa Eixamplen korttelin länsi- ja itäosaan. Eixamplen yläosassa sijaitsee koko kaupungin läpimenevä *El Diagonal* -katu, ja paikalliset tapaavatkin puhua ylä- ja alakaupungista, jonka rajana kyseinen pääkatu toimii. Diagonalin jälkeen ylempänä sijaitsee kaupungin taiteellinen kortteli, *Gràcia*. Korttelin kapeat kujat ja vanhanaikaiset aukiot saavat *Gràcia*n eroamaan monella tapaa muusta Barcelonasta, ja alueelta löytyy monia hyviä tapaspaikkoja ja pieniä paikallisten suosimia pubejä. (Thomas Cook Publishing 2007, 30–35., 58.)

Gaudí muodostaa tärkeän osan Barcelonan kulttuuria ja matkailuvetovoimaa, joten vaikka hänen työnsä ei liitykään valmismatkan teemaan, niin seniorit lähtevät kiertoajelulle, jolla tutustutaan Gaudín arkkitehtuuriin.

Gaudín Barcelona -kiertoajelu:

Ensimmäisenä matkan varrella on *Passeig de Gràcialla* sijaitseva Casa Battló, jonka julkisivu rakennettiin 1904–1906 ja sen sanotaan olevan arkkitehdin tunnuskuvaallisin työ. Gaudí suunnitteli julkisivun uusiksi, ja korvasi vanhan rakennusmateriaalin kivellä ja lasilla, jonka jälkeen seinä muotoiltiin aaltoilevaksi, rapattiin kalkkilaastilla ja lopuksi koristeltiin värikkäillä lasimosaiikeilla ja keraamisilla levyillä. Casa Battló sijaitsee niin sanotussa epäsovun korttelissa (*Block of Discord*), jossa on vierekkäin kolmen eri arkkitehdin hyvin erilaiset taidonnäytteet. Casa Battlósta seuraava on Josep Puig i Cadafalchin Casa Amattler ja lähimpänä *Plaça Catalunya*a on Lluís Domènech i Montanerin Casa Lleò Morera. Kaikki kolme arkkitehtia rakensivat loistavat talot samaan kortteliin konsultoimatta toisiaan tyyli- tai värivalinnoista, ja lopputulos johti barcelonalaisten korttelille antamaan nimitykseen. (Thomas Cook Publishing 2007, 50.; Casa Battló 2015.)

Seuraava kohde sijaitsee myös *Passeig de Gràcia* -kadulla ja on La Pedrera, viralliselta nimeltään Casa Milà. La Pedrera rakennettiin 1906–1912 ja vuonna 1984 se lisättiin Unescon maailmanperintökohteiden listalle sen poikkeuksellisen yleispätevän arvonsa takia. Rakennus toimii osittain yhä asuintalona ja osa rakennuksesta on muutettu museoksi, jossa on esillä Gaudín töitä. Kesäisin rakennuksessa järjestetään konsertteja. La Pedreran julkisivu on tehty graniitista ja sen kurvien on sanottu mukailevan Välimeren aaltoja ja Montserrat-vuoren huippuja. Julkisivun lisäksi rakennuksen ylätasanne on vierailun arvoinen, sillä sieltä löytyy erikoisesti muotoiltuja savupiippuja. (Thomas Cook Publishing 2007, 51.; La Pedrera 2015.)

Passeig de Graciàlta bussi ajaa ylöspäin kaupunkia ja seuraavaksi tutustutaan Barcelonan tunnetuimpaan puistoalueeseen. Alun perin Gaudí suunnitteli Park Güellin moderniksi yhteisöksi, jossa olisi asuintaloja, muutama kauppa ja jopa koulu. Vuonna 1900 rakentamaan aletusta alueesta ei kuitenkaan tullut Gaudín suunnittelemaa yhteisöä, mutta yksi Barcelonan rakastetuimmista puistoista värikkäine mosaiikkipenkkeineen, lumoavine polkuineen ja mahtavine näköaloineen. Park Güell lisättiin samana vuonna kuin La Pedrera Unescon maailmanperintökohteiden listalle. Puiston tunnetuimmat nähtävyydet, kuten sisäänkäynnin mosaiikkinen lohikäärme ja kiemurtelevat penkit sijaitsevat rajatulla monumenttialueella, jonne sisäänpääsylippu maksaa 4,90€. (Thomas Cook Publishing 2007, 58.)

Kiertoajelu päättyy Barcelonan tunnetuimpaan nähtävyyteen, joka on Gaudín suunnittelema kirkko, Sagrada Família, ja jonka rakentaminen ei ole vielääkään valmis. Kirkon rakentaminen aloitettiin jo vuonna 1882 ja hartaana katolisena Gaudí omisti lopun elämäänsä kirkon rakentamiselle, työlle josta hän kieltäytyi vastaanottamasta palkkiota. Arkkitehti jopa asui kirkon kryptassa, jonne hänet on myös haudattu, vuosien ajan omistautuakseen täysin työlle. Ennen kuolemaansa vuonna 1926 Gaudí ehti nähdä vain yhden julkisivun ja kellotornin valmistumisen, jonka jälkeen kirkon suunnittelua ovat jatkaneet ensin Gaudín assistentit ja sen jälkeen useat eri arkkitehdit. Kryptaan pääsee vierailemaan ilman sisäänpääsymaksua. (Thomas Cook Publishing 2007, 54–55.)

Yksi ruokateeman puolesta ehdottomasti vierailtava kohde on La Boqueria -ruokatori. Jalkapallokentän kokoinen La Boqueria sai alkunsa jo 1838, kun paikalle nousi teräsrakenteinen struktuuri ja kattorakenteet vuonna 1870. Keskeisen sijaintinsa takia puolessa välissä Ramblaa, La Boqueria houkuttelee vuosittain paikallisten lisäksi tuhansia turisteja. Ruokatorilta löytää kaikkea mahdollista kalasta lihaan, vihanneksista hedelmämehuihin sekä juustoista paikallisiin makeisiin. Vaikka ei suunnittelisi ostavansa mitään, niin La Boqueria on ehdottomasti vierailun arvoinen paikka jo nähtävyytenä. Ruokatorin keskeltä

löytyvien kalatiskien myyjät eivät välttämättä ole suomalaisen silmään perinteisen kalamyymjän näköisiä, vaan täällä naishenkilöt toimivat myyjinä hienoissa manikyyreissään ja viimeisen päälle olevissa kampauksissaan. Ruokatori toimii mainiona ostospaikkana piknikevälle tai vaihtoehtoisesti levon tarpeessa oleva kulkija pysähtyy nauttimaan tapaksia joihinkin torin monista pikkuravintoloista. Keskusta-alueelta ei löydy montaa supermarketia, joten La Boqueria toimii tärkeimpänä alueen ruokakauppana. (Takala ym. 2006, 99.)

Barcelonasta löytyy muutama juoma, jotka ovat erityisessä suosiossa paikallisten keskuudessa, ja kaksi tällaista on pantterimaito (*leche de pantera*) sekä vermutti. Pantterimaidon alkuperästä on monta tarinaa, mutta erään tarinan mukaan kenraali José Millán-Astray halusi 1920-luvulla löytää juoman, joka olisi edullinen sekä helppo valmistaa ja tarjoilla missä tahansa tilanteessa. Madridissa Millán-Astray esitti pyyntönsä Perico Chicotelle, aikansa tunnetuimmalla baarimikolle Espanjassa, ja monien variaatioiden jälkeen sopiva juomasekoitus oli keksitty. Pantterimaito valmistetaan kondensoidusta maidosta, ginistä ja vedestä, kaikki raaka-aineita, jotka kestävät hyvin kuljetusta. Juomaa tarjoillaan myös vaaleanpunaisen värisenä, mutta yksikään tarina ei kerro mistä juoma saa kyseisen värinsä. Ennen vanhaa katalonialaiset seniorit kävivät vermutilla messun jälkeen, ja nykypäivänä vermutti on suosittu aperitiivi ennen lounaalle menoa, jopa niin suosittu, että Barcelonassa on muutama paikka joka tarjoaa juomaa hanoista (Culinary Backstreets 2015a, b.) Juomat maksavat noin 5€.

Illallispaikaksi Barcelonassa valitsin yhden kaupungin suosituimmista tapasravintoloista, Cal Pepin. Tapakset ovat suosittuja Espanjassa, ja usein seurue tilaa monta eri tapaslaustasta, jotka jaetaan kaikkien kesken. Ravintolassa ei ole ruokalistaa, vaan tarjoilijat kysyvät aluksi ruokailijan mieltymyksistä, ja sen jälkeen tapaksia kannetaan lautanen lautasen jälkeen pöytään. Esimerkkejä tapaksista ovat tomaattileipä, mustasilmäpapuruskasalaatti, mustekalaa oliiviöljyn ja valkosipulin kera tai kokonaisina friteeratut katkaravut. Cal Pep tarjoaa yhteensä yli 70 erilaista tapasta, joista päivän tarjonta muotoutuu raaka-aineiden saatavuuden ja tuoreuden mukaan. Ravintolaan on mahdollista tehdä pöytävaraus yli 4 hengen ryhmälle ja illallisen hinnaksi tulee noin 30 euroa juomineen henkilöä kohti. Hintataso on kalliimpi verrattuna muihin tapasravintoloihin, mutta korkeaa hintaa puolustavat tapasten laatu, sekä palveluperiaate, jossa ruokaa ja juomaa tarjoillaan lisää ilman pyytämistä, sekä onhan ravintola yksi kaupungin kuuluisimmista. (Food Republic 2013; Cal Pep 2015; Takala ym. 2006, 105–107.)

Seniorit pitävät lomalla aktiviteeteistä, joihin he saavat itse osallistua ja kokea oppivansa jotain uutta. Tämän takia valitsin yhdelle päivälle kokkaustunnin, sillä se täyttää senioreiden toiveet ja lisäksi kokkikurssit ovat kasvattaneet suosiotaan ruokamatkailun alalla.

Kokkaustunti on Palafrugellissa, sillä halusin yhden päiväretken suuntaavaan Pohjois-Kataloniaan, sillä muut kohteet sijaitsevat Barcelonasta etelämpänä. Viidentenä päivänä tutustutaan Palafrugellin lisäksi Cadaquésiin. Palafrugellin keskiaikainen kaupunki on yksi Costa Bravan suurimmista ja se on pitkään toiminut alueen taloudellisena keskuksena, lähinnä kaupungissa toimivan korkkitoimialan ansiosta. Kokkaustunnin opettaja on Marta Oló, eläkkeelle jäänyt taiteen ja historian ammattilainen, joka on luonut uuden uran lempiviihdykkeensä, kokkauksen, parissa. Tunnilla kokataan Olón ohjauksessa kolmen ruokalajin paikallismenu kaikessa rauhassa ja kysymyksiä voi esittää koko kokkaamisen ajan. Päivä päättyy juuri kokatun menun syömiseen ja ruokajuomaksi on tietenkin hienoja espanjalaisia viinejä. Kokkaustunti kustantaa 155€.

Cadaqués on reilun 3 000 asukkaan koskematon kalastajakylä, jonka maisemat ovat kuin suoraan postikortista ja jonka ravintolat ovat tunnettuja tuoreista kala-annoksistaan. Kylän valkoiseksi maalattujen talojen keskeltä löytyvät kapeat mukulakivikadut, jotka muodostavat kiehtovan labyrintin ja tarjoavat mahdollisuuden päämäärättömälle kävelylle ihailen maisemia ja pieniä putiikkeja tutkien. Mukulakivikadut johtavat ylös kukkulalle, historialliseen kortteliin, jonka huipulla kohoaa Sta. María de Cadaquésin kirkko. Goottilaista tyyliä edustavalta kirkolta avautuu mahtavat näkymät alla aukeavaan kylään ja Cadaquésin lahdelle. Kylän muut rakennukset edustavat suuremmaksi osaksi modernismia, ja kauneimmat sekä omaperäisimmät talot löytyvät rantabulevardilta. (Visit Cadaques 2015a; Thomas Cook Publishing 2007, 108.)

Cadaquésin ravintoloiden arvostetuimmat ruokalajit ovat tietenkin mehukkaat ja maukkaat kala- sekä mereneläväannokset, ja ne ovat syy miksi vierailaan Cadaquésissa. Yksi tyyppisistä kala-annoksista on *los suquets*, jota kalastajat valmistivat veneissään. Ruokalaji on yksinkertainen, mutta valmistettaessa tuoreista raaka-aineista siitä tulee makuhermoja hyväilevä kokemus. Katalonialaiseen rautapannuun laitetaan kala, perunat, tuoreet yrtit, tilkka oliiviöljyä, suolaa sekä vettä, jonka jälkeen annos valmistetaan nopeasti keittämällä. Annoksen kala voi olla turskaa, kummeliturskaa, okarauskua tai lähirannoilta pyydettyä kalaa. (Visit Cadaques 2015b; Turismo Cadaques 2014.)

Viimeisen päivän kohteet sijaitsevat Penedèsin alueella, joka tunnetaan erityisesti cavan valmistuksestaan. Ensimmäinen kohde on Sant Sadurní d'Anoia, joka tunnetaan cavan pääkaupunkina. Kylä itsessään ei ole matkailun näkökannalta kovinkaan houkutteleva, mutta siellä on useita cavan valmistajia, jotka ovat vierailun arvoisia. Tunnetuimpia ovat Codorníu ja Freixenet. Freixenetin tehtaalla vierailaan jo kolmantena matkan päivänä, sillä muuten tämän päivän aikataulusta olisi tullut liian tiukka. (Thomas Cook Publishing 2007, 65.) Cava eli espanjalainen kuohuviini valmistetaan aina perinteisellä eli samppan-

jamenetelmällä. Juoman valmistus on rajattu tietyille alueille Espanjassa (DO Cava) ja sen suurin tuotanto tapahtuu Penedèsin alueella. Yleisimmät rypälelajikkeet, joista cava valmistetaan, ovat *xarel-lo*, *macabeo* ja *parellada*. Muita käytettyjä lajikkeita ovat *chardonnay* ja *pinot noir*. (Malminen 1.3.2013.)

Codorníun yli 450 vuotta sitten perustettu viinitila muistuttaa katedraalia keskikäytävän laivan ansiosta, joka on yleisemmin tuttu kirkkoarkkitehtuurissa. Opastuksessa kerrotaan Codorníun perheen historiasta ja perinnöstä, ja muun muassa se, että tila on julistettu historialliseksi monumentiksi arkkitehtuurinsa ansiosta vuonna 1976. Kierros viinitilalla sekä lounas maksaa 50€ henkilöltä.

Codorníun tilalta jatketaan maakunnan pääkaupunkiin Vilafranca del Penedèsiin, joka on alueen viinitoiminnan keskus, ja muutaman kilometrin päässä keskustasta sijaitseekin Torresin viinitila. Vilafrancan keskiaikainen keskusta on mielenkiintoinen ja helposti kävelävissä. Ehdoton vierailukohde kylässä on Santa Marian goottilainen katedraali sekä kirkon vieressä sijaitseva viinimuseo Museo del Vi. Museossa pääsee tutustumaan Penedèsin pitkään historiaan viinivalmistuksessa, näkemään vanhoja viinikellaritavaroita, kiinnostavan pullokokoelman sekä taidetta ja monimutkaisia pienoismalleja, jotka kuvaavat paikallisten elämäntyyliä. Näyttelyn lopuksi saa maisteltavaksi yhden viinilasillisen. Sisäänpääsy museoon maksaa 4 euroa, ja se sisältää viinilasillisen ja audio-opastuksen. (Vinseum 2015) Viinivalmistuksen lisäksi kylä on tunnettu merkittävästä *castellers*-ryhmästään, jonka on sanottu olevan Katalonian paras. Keskustan Plaça de la Vila – aukiota onkin suuri laatta, joka julistaa sen olevan Katalonian paras *castellers*-aukio. Lauan-
taisin Vilafrancan keskustassa järjestetään suurikokoinen kirpputori ja maatalousmarkkinat, jossa on myytävänä kaikkea mahdollista kalasta kasviksiin, elävistä kanoista vaatteesiin ja keittiö- sekä rautatavaraa. (Thomas Cook Publishing 2007, 64–65.)

Kuudes päivä päättyy Torresin viinitilavierailuun. Valitsin 2,5 tunnin VIP-kierroksen, joka on luotu erityisesti ihmisille, jotka ovat kiinnostuneita viineistä ja viinivalmistuksesta, ja sillä tutustutaan tarkemmin viinikellareihin kuin tavallisella kierroksella ja matkassa on koko ajan mukana asiantunteva opas. Hinta yli kuuden hengen ryhmälle on 45.45€ henkilöltä.

Pyrin valitsemaan retkikohteiksi sellaisia paikkoja, joihin ei järjestetä muuten Suomesta pakettimatkoja ja jotka näyttävät matkailijalle Katalonian monipuolisuutta. Kaikki kohteet sijaitsevat vain muutaman tunnin etäisyydellä Barcelonasta, joten matkustukseen ei kulu liikaa aikaa. Hinnoittelu on haastavaa, sillä on vaikea tietää matkanjärjestäjän palkkion suuruutta, mutta muuten matkan yhteishinta olisi lentojen, majoituksen ja aktiviteettien

osalta 1 412€/ hlö. Lopullisen hinnan pitäisi kuitenkin sisältää myös oppaan kulut, sillä asiakas maksaa matkasta yhden hinnan, johon kuuluu opaspalvelu. Sanotaan, että opas saisi työstään 770€ suuruisen palkkion, jolloin matkan hinta olisi 1 489€/ hlö, olettaen että matkalle osallistuu 10 henkilöä, ja jokainen maksaa 77€ opaspalvelusta. Jotta matkanjärjestäjä saisi voittoa matkan hinnasta, niin myyntihinta voisi olla 1 525€/ hlö. Tutkiessani jo olemassa olevia teemamatkoja sekä ruoka- ja viiniteeman kannalta että yleisesti, on tuo 1 525€ hinta kohtuullinen, sillä keskimääräinen hinta viikon teemamatkoille on 1200–1800€.

5.3 Matkaohjelman kuvaus

Hyvä tietää:

Espanjaan matkustettaessa Suomen kansalaisella pitää olla voimassaoleva passi tai henkilöllisyystodistus. Aikaero Suomeen on -1 tunti ja valuutta on euro. Lämpötilat vaihtelevat lokakuussa 15–30 asteen välillä, joten on suositeltavaa pakata sekä lämmintä että kevyttä vaatetta mukaan. Juomarahakulttuuri Espanjassa vaihtelee, mutta yleisesti muutama pikkukolikko riittää. Barcelonassa on useita pankkiautomaatteja, jossa rahan nostaminen onnistuu myös suomalaisella luotto- tai pankkikortilla. Pankit yleensä veloittavat palvelumaksun automaattinostoista ja maksun summa vaihtelee pankeittain. Jos haluaa lähettää Suomeen kirjeen, niin se saapuu yleensä kolmessa päivässä ja postikortti vähän hitaammin. Espanjaan ei tarvitse erillisiä rokotuksia vaan riittää, että perusrokotukset, kuten jäykkäkouristus, ovat voimassa. Matkapuhelimen käyttö onnistuu hyvin, sillä koko maassa on kattavat matkapuhelinverkot. Espanjassa on sama sähkövirta kuin Suomessa, joten kotona käytettävät sähkölaitteet sopivat myös Espanjan pistorasioihin. (Ulkoasiainministeriö 2014.)

Maanantai 5.10.

Matka alkaa maanantaina 5.10., jolloin on kokoontuminen Helsinki-Vantaan lentokentällä ja matkanjohtaja on senioreita vastassa siellä kello 15 eteenpäin. Kaikkien senioreiden on oltava kentällä viimeistään puoli neljältä, jolloin siirrytään turvatarkastukseen. Lento lähtee Helsinki-Vantaan lentokentältä 17:25 ja on perillä Barcelonassa El Pratin kentällä 20:25. Lennon kesto on 4 tuntia. Lennolle saa ottaa mukaan yhden ruumaan menevän laukun, jonka enimmäispaino saa olla 23kg ja yhden käsimatkatavaran, jonka enimmäispainoraja on 8kg. Veloituksetta lennolla voi nauttia kahvia, teetä, mustikkamehua ja vettä, sekä lisämaksusta saa ostaa syötävää Finnairin Sky Bistro -palvelusta. (Finnair 2015a, b.)

Kuljetus matkan aikana tapahtuu vuokratulla minibussilla, jota ajaa paikallinen kuljettaja. Minibussissa on ilmastointi, DVD-laitteisto, taaksepäin kääntyvät penkit sekä mahdollisesti pöytä bussin takaosassa. Harvasta minibussista löytyy WC, joten vessataukoja järjestetään mahdollisuuksien mukaan ajojen aikana. (Oferbus 2015.)

Barcelonan lentokentällä odottaa vuokrattu minibussi, joka kuljettaa ryhmän hotellille. Lentokentältä hotellille on reilun puolen tunnin matka, ja hotellille saavutaan suunnilleen 21.30–22.00 välillä riippuen liikenteestä ja siitä kuinka nopeaan päästään lähtemään lentokentältä. Halutessaan seniorit voivat nauttia hotellin a la carte -ravintolassa illallisen.



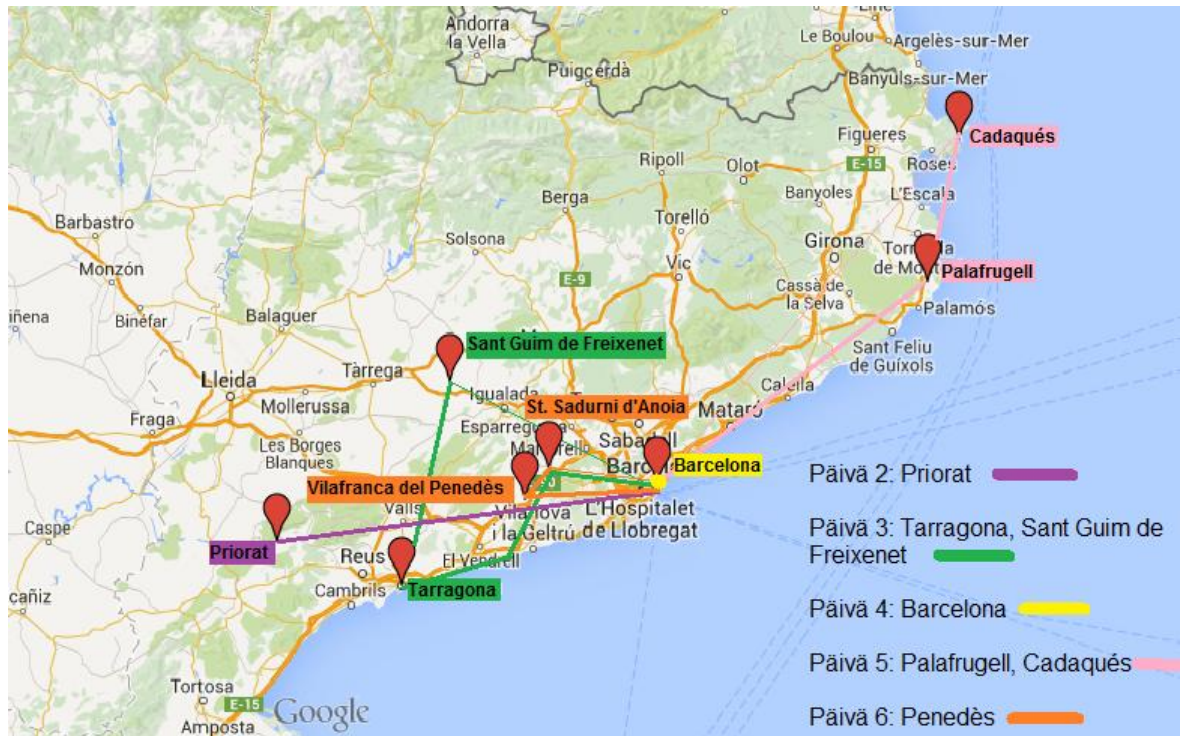
Kuva 5. Hotel Moderno (Vene-re.com 2015)

Hotelli on Hotel Moderno (***), joka sijaitsee Barcelonan keskustassa vain parinkymmenen metrin päässä kävelykatu Ramblalta. Muihinkin tunnettuihin paikkoihin on vain muutaman minuutin kävely matka ja keskustasijainti takaa läheisyydestä löytyvät supermarketit ja esimerkiksi apteekin, josta saa nopeasti tarvittavia tuotteita matkan aikana. Hotel-



Kuva 6. Hotellin ravintola (Hotels.com 2015)

lin kaikki huoneet ovat lämmitettyjä, ilmastoituja ja äänieristettyjä, joten mahdolliset keskustan äänet eivät häiritse majoittumista. Majoitus tapahtuu kahden hengen Twin-huoneessa, josta löytyy kaapeli-tv, puhelin, jääkaappi, oma kylpyhuone kylpytuotteilla, hiustenkuivaaja, vedenkeitin, kirjoituspöytä sekä vaatekaappi. Koko hotellirakennuksessa toimii myös ilmainen langaton verkkoyhteys ja aulasta löytyy 3 tietokonetta. Hotellin vastaanotto on ympäri vuorokauden auki. (Booking.com 2015.)



Kuva 7. Valmismatkan päiväretket kartalla

Kuva 7. selkeyttää valmismatkan päiväretkiä ja niiden sijaintia kartalla. Jokaisen päivän reitti on kuvattu eri värillä, ja retkien tarkoitus on näyttää senioreille Kataloniaa mahdollisimman monipuolisesti keskittyen kunkin alueen tärkeimpiin mielenkiinnonkohteisiin ruoan ja viinin näkökulmasta. Seuraavaksi on eritelty tarkemmin päiväkohtaiset matkasuunnitelmat ja esitelty vierailukohteet lyhyesti.

Tiistai 6.10.

Toisena matkapäivänä tutustutaan Prioratin alueeseen ja päivän pääpaino on viini- ja oliivituotteissa. Aamiainen nautitaan hotellilla, jonka jälkeen ryhmä matkaa minibussilla Prioratiin ja ensimmäiseen vierailukohteeseen, joka on oliiviöljylviljelmä. Ajomatka Prioratiin kestää suunnilleen kaksi tuntia ja tarkoitus on olla perillä Prioratissa noin kymmenen aikaan aamupäivällä.

Molí Nou de la Vilella Alta -oliiviöljylviljelmällä tutustutaan tehdasrakennukseen ja oliivilehtoihin. Vierailu sisältää myös maistelun, jossa maistellaan tuottajan kahta erilaista oliiviöljyä (Turisme Priorat 2008b). Oliiviöljylviljelmältä jatketaan Vins i Olis del Priorat -kauppaan, jossa on mahdollisuus ostaa viinejä, oliivituotteita sekä katalonialaisia juustoja (Vins i Olis del Priorat 2014).

Kauppavierailun jälkeen noin puoli 12 käydään tutustumassa vähän kaupungin ulkopuolella sijaitsevaan St Gregoryn erakkoluolaan vuodelta 1369. Erakkoluola on pelkistetty, tiiliskivistä vuorenrinteeseen rakennettu kappeli. Punainen kivi on ajan saatossa muotoutunut sateen ja tuulen vaikutuksesta aaltoilevaksi. Erakkoluolasta on erinomaiset näkymät Falsetin kylään ja viinitilojen täyttämään laaksoon. Täältä päivä jatkuu takaisin Falsetin kylään, jossa nautitaan lounas Falsetin suosituimmassa ravintolassa, El Celler de l'Aspicissa, joka tarjoaa katalonialaisia annoksia. Maistelumenu sisältää 1 alkuruoan, 4 pääruokaa ja 1 jälkiruoan. (El Celler de l'Aspic 2014.) Lounaan jälkeen kahdelta on vuorossa viinitilavierailu.



Kuva 8. St. Gregoryn erakkoluola (Los Senderos de Osnofla 2015)

Vieraillaan Celler Mas Blanc-Pinord -viinitilalla, joka valmistaa orgaanisia viinejä. Vuonna 2007 tämä viinitila tuotti ensimmäisen biodynaamisen viinin Espanjassa, *Clos del Músicin*. Viinitilaa ympäröivät sen omat viiniviljelmät 18 hehtaarin alueella ja 300 tammitynnyriä kolmen metrin syvyydessä maan alla tekevät viinitilasta myös paikkana mielenkiintoisen vierailu. Kahden tunnin kierros tilalla sisältää 2 viinin maistelun, jolloin on mahdollisuus valita maisteltavaksi jo edellä mainittu *Clos del Músic* -viini. (Turisme Priorat 2008c.)

Viinitilan jälkeen palataan takaisin Barcelonaan ja hotellilla pitäisi olla takaisin 18:30 -19 aikoihin. Illaksi ei ole suunniteltua ohjelmaa, vaan seniorit voivat halutessaan levätä hotellilla, tai lähteä tutustumaan lähialueisiin ja syömään illallista omatoimisesti.

Keskiviikko 7.10.

Kolmas päivä alkaa Sant Sadurni d'Anoiasta ja vierailulla Freixenetille, joka Codorníun ohella on suuri cavan tuottaja. Ajomatka Barcelonasta Sant Sadurni d'Anoiasta kestää noin 40 minuuttia ja lähtö hotellilta on aamuyhdeksältä.

Freixenetin ihastuttava viinitila on perustettu vuonna 1889. Vierailu alkaa lyhyellä esittelyvideolla valmistajan historiasta ja sen jälkeen on kävelykierros, jossa opas ensin kertoo havainnollistavien kuvien avulla cavan valmistuksesta ja sen jälkeen siirrytään kerros kerrokselta alemmas viinikellareissa samalla



36 Kuva 9. Freixenetin viinitila (Aho 2014)

nähdän cavapulloja eri valmistusvaiheissa ja viinitynnyreitä. Alimmasta kerroksesta lähtee parinkymmenen minuutin juna-ajelu, joka kiertää tehtaan pakkaustiloissa ja sen jälkeen kierros päättyy muutaman cavan maisteluun maisteluhuoneessa. (Freixenet 2015.)

Freixenetiltä matka jatkuu puolenpäivän aikaan Tarragonaan ja ajomatka on noin 40 minuuttia. Tarragona, yksi Espanjan merkittävimmistä satamakaupungeista, sijaitsee Costa Doradan rannikolla Barcelonan ja Valencian välissä. Kaupungin antiikin rauniot, kuten amfiteatteri sekä 1100-luvulla rakennettu katedraali, mahdollistavat nykypäivän matkailijalle mielikuvan siitä, minkälainen tämä yksi muinaisen Rooman tärkeimmistä kaupungeista on aikanaan ollut. Tarragonaan saapumisen jälkeen nautitaan lounas ja sen jälkeen on kävelykierros keskustassa. Lounas nautitaan Abordo-ravintolassa, joka sijaitsee kala-annoksistaan tunnetussa Serrallon kaupunginosassa, ja ravintola tarjoaa merenelävien lisäksi herkullisia romesco-annoksia. (Tarragona Turisme 2015a, b.)

Lounaan jälkeen tutustutaan kaupunkiin reilun tunnin kestoisella kävelykierroksella, joka keskittyy historiallisiin paikkoihin. Nähtävien paikkojen joukossa ovat katedraali, joka hallitsee koko kaupunkikuvaa sekä amfiteatteri, roomalainen sirkus ja roomalaisen forumin rauniot. Kävely päättyy La Ramblalle, joka on kävelykatu ja sen keskeltä löytyy viihtyisiä puistokaistale. La Ramblan merenpuoleisessa päädyssä aukeaa mahtavat näkymät Välimerelle näköalatasanteelta. (Thomas Cook Publishing 2007, 79–83.; Huttunen & Krenn 2015.)



Kuva 10. Amfiteatteri (Puerto de Tarragona 2012)

Kolmen aikoihin matka jatkuu kohti Sant Guim de Freixenetiä, jonne on 1h 15minuutin ajomatka Tarragonasta. Sant Guim de Freixenetin kunnasta, La Segarran maakunnassa, löytyy Pastoretin tehdas, yksi Euroopan moderneimmista, joka valmistaa käsintehtyjä maitotuotteita. Vierailu, jossa nähdään ja opitaan miten maitotuotteita valmistetaan, koostuu opettavista videoista ja kävelystä yrityksen tiloissa sekä Pastoretin tuotteiden maistelusta. (Pastoret 2015; ABC.es 2013.)

Pastoretin tehtaalta lähdetään takaisin Barcelonaan kello kuudelta ja ajoaika on 1h 15 minuuttia. Hotellille saapumisen jälkeen ei ole suunniteltua iltaohjelmaa.

Torstai 8.10.

Neljäntenä päivänä ei tehdä päiväretkä vaan tutustutaan tarkemmin Barcelonaan ja saadaan parempi kuva muun muassa Gaudín arkkitehtuurista sekä maistellaan muutamaa barcelonalaisten paljonkin suosimaa juomaa.

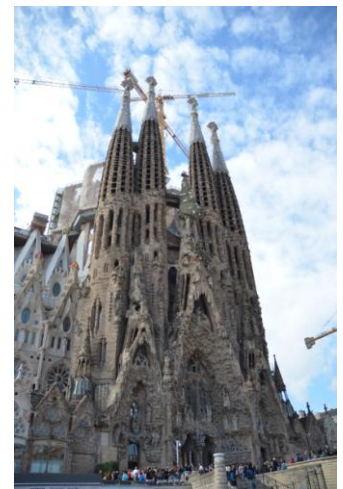


Kuva 11. Casa Batlló (Aho 2014)



Kuva 12. La Pedrera (Aho 2014)

Aamiaisen jälkeen yhdeksältä päivä alkaa muutaman tunnin kiertojelulla, jolla saadaan parempi kokonaiskäsite kaupungista ja sen mittasuhteista, sekä tutustutaan ulkoa päin Gaudín töihin, kuten Casa Batlló, La Pedrera ja tehdään lyhyt pysähdys Sagrada Família ja Park Güellissa. Bussi pysähtyy puistoalueelle, sillä puistoon pääsee tutustumaan vain jalan. Puiston tunnetuimmat nähtävyydet, kuten sisäänkäynnin mosaiikkinen lohikäärme ja kiemurtelevat penkit sijaitsevat rajatulla monumenttialueella. Kiertojelu päättyy Barcelonan tunnetuimpaan nähtävyyteen, joka on Gaudín suunnittelema kirkko, Sagrada Família, ja jonka rakentaminen ei ole vielääkään valmis. Bussi pysähtyy myös kirkolla, jotta voidaan rauhasa tutustua kirkkoon ulkoapäin ja kuulla lisää kirkon historiasta. (Thomas Cook Publishing 2007, 54–55., 58.)



Kuva 13. Sagrada Família (Aho 2014)

Bussin kyydissä palataan takaisin keskustaan ja vierailaan La Boqueria -ruokatorilla, joka on suurin Barcelonan kuudesta katetusta ruokatorista. La Boquerian jälkeen päivä jatkuu Barri Gòticissa ja vierailulla baariin, joka tarjoilee perinteisiä tapaksia ja juomia. Vierailun päätarkoitus on maistaa *Leche de panteraa* eli niin sanottua panterimaitoa. Tasca El Corral -baarissa lasillinen koristellaan perinteiden mukaisesti kevyellä kanelikerroksella (Culinary Backstreets 2015a). Panterimaidon jälkeen paikka vaihtuu läheiseen baariin, joka tunnetaan vermutihanoistaan. Yksi baareista, joista vermutihana löytyy, on Cala del Vermut ja paikka suo-

sittelee hanavermuttia L'Escalan anjovisten tai oliivien kera. Vermutti tarjoillaan korkeassa, suorassa lasissa, jossa on muutama jääpala ja vihreä oliivi. Paikallisten tapa nauttia juoma on viinitynnyrin ympärillä seisten ystävien kesken. (Culinary Backstreets 2015b.)

Aamupäivän ohjelma loppuu yhden aikoihin, jonka jälkeen koko päivä on vapaata iltakahdeksaan asti, jolloin kokoonnutaan hotellilla ja suunnataan yhteisillalliselle. Illallinen nautitaan yhdessä Barcelonan suosituimmista tapasravintoloista, Cal Pepissä, jonka tarjonta koostuu yli 70 erilaisesta tapasannoksesta, ja päiväkohtainen tarjonta riippuu raaka-aineiden saatavuudesta ja tuoreudesta.

Perjantai 9.10.

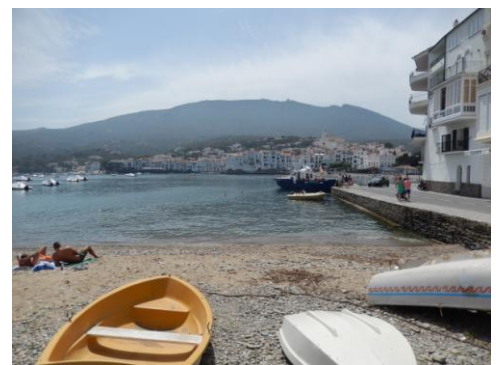
Viides päivä alkaa yksityisellä kokkaustunnilla Palafrugellissa, jonne lähdetään hotellilta puoli kymmeneltä ja ajomatka kestää puolitoista tuntia. Ensimmäiseksi vierailaan Palafrugellin keskustassa sijaitsevalla ruokatorilla, jossa saadaan ensikosketus raaka-aineiden värikkyyteen ja tuoksuihin. Ruokatorilta jatketaan niin kutsuttuun luokkahuoneeseen, joka on vastauudistettu yksityinen koti täysivarustetulla keittiöllä vain muutaman minuutin päässä torilta. Kokkaustunti sisältää opastetun vierailun ruokatorille, 2 ½ tunnin opastetun ja tarpeen mukaan tulkatun kokkaushetken, kolmen ruokalajin menun ja viinin sekä kokattujen ruokien englanninkieliset reseptit. (A Taste of Spain 2015.)

Lounaan jälkeen noin kello kaksi päivää jatkuu kohti Cadaquésia, jossa on vapaata aikaa neljästä kahdeksaan tutustua paikkaan ja myöhemmin illallinen. Illallinen nautitaan yhdessä merenrantaravintoloista, josta voi samalla ihaila värikkäitä kalastusveneitä, jotka kuvaavat kalastuksen tärkeyttä kylälle.

Kymmenen aikoihin, kun illallinen on nautittu, palataan takaisin Barcelonaan, ja hotellille saavutaan vasta puolen yön jälkeen noin puoli yhdeltä. Pidemmän päiväohjelman takia matkalla on mukana kaksi bussikuskia, jotta kummankaan työpäivä ei veny liian pitkäksi.

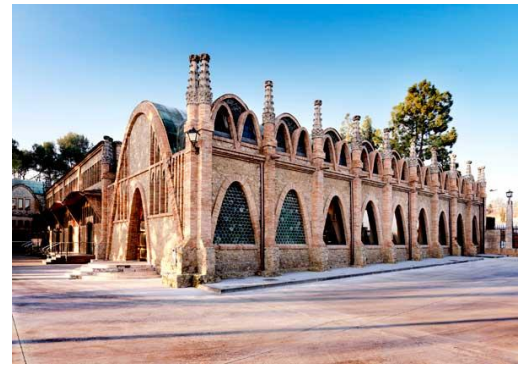
Lauantai 10.10.

Matkan viimeisenä kokonaisena päivänä suunnataan Penedèsin alueelle ja tutustutaan lisää viinin ja cavan valmistukseen. Ajomatka Sant Sadurni d'Anoiaan kestää 40 minuuttia ja lähtö hotellilta on yhdeksältä.



Kuva 11. Cadaqués (Aho 2014)

Vierailulla Codorníun tilalla päästään ihailemaan viinitilan arkkitehtuuria, josta on kiittäminen modernismia edustanutta Josep Puig i Cadafalchia. ”Cavan katedraaliksi” nimetyssä tilassa kuullaan Codorníun perheen historiasta ja perinnöstä, jonka jälkeen junakierros tutustuttaa vierailijat lähemmin puutarhoihin ja tutkimaan arkkitehtuuria ulkoa päin. Museoksi muunnetussa viinikellarissa tutustutaan näyttelyyn perinteisistä viininvalmistuksen työkoneista ja pienoismalliin tilasta. Näyttelystä löytyy myös aromien pöytä, jossa on mahdollista vertailla eri rypälelajikkeiden aromia. Tehtaaseen tutustumisen jälkeen nautitaan lounas, joka sisältää muun muassa perinteisen espanjalaisen perunamunakkaan, tapaksia mereltä ja maalta, sieniä, kroketteja sekä jälkiruoaksi kahvia brownien kera. Ruokajuomana maistellaan kahta eri cavaa. Kierros lounaiseen kestää noin 3 tuntia. (Codorníu 2015; Joseph 2006, 92.)



Kuva 12. Codorníun viinitila (Evadi-um 2015)

Codorníu-vierailun jälkeen päivä jatkuu naapurikylä Vilafranca del Penedèsissä, jossa tutustutaan ensin viinimuseoon sekä lauantaisin järjestettävään kirpputoriin ja maatalousmarkkinoihin.

Kolmelta on vierailu Torresin viinitilalla ja se sisältää alkuun lyhyen (10–15 min.) esittelyvideon Torresin historiasta sekä viinitiloista ympäri maailman, jonka jälkeen vuorossa on Vuodenaikojen tunneli, jossa vierailija itse aistii ja kokee vuodenajan muutokset ilmastossa ja viiniköynnöksissä. Tunnelin



Kuva 13. Pikkujuna Torresin tilalla (Aho 2014)

jälkeen siirrytään pikkujuniin, jotka kierrättävät asiakkaita laajemmin tilalla esitellen viinikellareita, istutuksia ja lopuksi kierros päättyy ohjattuun neljän viinin maisteluun. Video on mahdollista saada suomenkielisellä selostuksella, mutta muuten audio-opastus on englanniksi. (Club Torres 2015; Torres 2015.)

Torresin viinitilavierailun jälkeen palataan takaisin Barcelonaan, ja hotellille saavutaan seitsemän aikoihin.

Sunnuntai 11.10.

Matkan viimeinen päivä sunnuntai menee matkustaessa takaisin Suomeen. Hotellilta lähdetään heti aamiaisen jälkeen noin 7.40 kohti lentokenttää. Lento lähtee 10:15 ja on perillä Suomessa 15:05, lennon kesto on 3h 50min. Matka päättyy Helsinki-Vantaan lentokentälle silloin, kun kaikki seniorit ovat päässeet mukavasti kotimatkalleen lentokentältä.

5.4 Matkaohjelma

Valmismatkapaketti Kataloniaan – teemana ruoka ja viini

Viikon mittaisella valmismatkalla Kataloniaan tutustutaan kattavasti alueen viinikulttuuriin ja päästään näkemään aitiopaikalta viinivalmistusprosessia vierailuillamme viinitiloille. Ruoaksi nautitaan paikallisia herkkuja, kuten tomaattileipää, romescoa ja oliiveja, sekä pääsemme näkemään miten juustot ja vanukkaat valmistuvat. Päiväretket Barcelonasta taittavat mukavasti ilmastoidulla minibussilla matkanjohtajan mielenkiintoisia kertomuksia kuunnellen. Matkan aikana pääsette ruoan ja viinin kautta paremmin sisälle katalonialaiseen kulttuuriin ja kotiin palatessanne voitte muistella paikallisella kokkaustunnilla opittuja ruoan saloja, samalla kun nautitte tuliaisiksi ostamaanne viintä.

Matka-ajankohta ja hinta

5.-11.10.2015 (ma-su) 1 525€/ hlö

Hintaan sisältyy:

- Finnairin suorat lennot Helsinki- Barcelona - Helsinki
- Lentokenttäkuljetukset sekä kuljetus vierailukohteisiin minibussilla Kataloniassa
- 6 yön majoitus kolmen tähden hotellissa, sisältää aamiaisen
- Sisäänpääsymaksut vierailukohteisiin
- 5 päivänä lounas tai illallinen
- Suomenkielinen matkanjohtaja koko ajan mukana

Matkaohjelma

Lentoaikataulu:

| | |
|-----------------------------|-------------|
| Helsinki – Barcelona AY3269 | 17:25–20:25 |
| Barcelona – Helsinki AY3270 | 10:15–15:05 |

Päivä 1: Maanantai 5.10.

Helsinki, Barcelona

- Tapaaminen klo 15 Helsinki-Vantaan lentokentällä terminaalissa T2
- Finnairin lento Helsingistä Barcelonaan
- Kuljetus lentokentältä hotelliin
- Majoitus Hotel Moderno ***
- Vapaa-valintainen illallinen hotellin a la carte -ravintolassa, ei sisälly hintaan

Päivä 2: Tiistai 6.10.

Priorat

- Aamiainen
- Barcelona – Priorat
- Molí Nou de la Vilella Alta – Vierailu oliiviöljyviljelmällä ja oliiviöljyjen maistelu
- Vins i Olis del Priorat – Kauppavierailu, jossa on mahdollisuus ostaa viinejä, oliivi-tuotteita sekä katalonialaisia juustoja
- Käynti St. Gregoryn erakkoluolalla, josta avautuu upeat maisemat Falsetin kylään
- Lounas El Cellar de l'Aspic -ravintolassa, sisältyy hintaan
- Cellar Mas Blanc-Pinord – Viinitilavierailu: sisältää 2h opastetun kierroksen sekä viininmaistelun
- Priorat – Barcelona

Päivä 3: Keskiviikko 7.10.

Sant Sadurni d'Anoia, Tarragona, Sant Guim de Freixenet

- Aamiainen
- Barcelona – Sant Sadurni d'Anoia
- Freixenet – Cavatehdas vierailu: sisältää 1 ½ h opastetun kierroksen ja cavamaistelun
- Sant Sadurni d'Anoia – Tarragona
- Lounas Abordo-ravintolassa, sisältyy hintaan
- Kävelykierros Tarragonan keskustassa
- Tarragona – Sant Guim de Freixenet
- Pastoret – Vierailu maitotuotetehtaalla: sisältää opastetun kierroksen sekä tuotteiden maistelun
- Sant Guim de Freixenet – Barcelona

Päivä 4: Torstai 8.10.

Barcelona

- Aamiainen
- Gaudí Barcelona -kiertoajelu: Casa Battló, La Pedrera, Park Güell ja Sagrada Família
- La Boqueria – Vierailu Barcelonan suurimmalla ruokatorilla
- Barri Gòtic – *Leche de panteran* ja vermutin maistelu
- Cal Pep – Barcelonan suosituin tapasravintola, jossa nautitaan illallinen, sisältyy hintaan

Päivä 5: Perjantai 9.10.

Palafugell, Cadaqués

- Aamiainen
- Barcelona – Palafrugell
- Yksityinen, opastettu kokkaustunti
- Palafrugell – Cadaqués
- Vapaa-aikaa tutustua Cadaquésiin
- Illallinen yhdessä Cadaquésin suosituista merenrantaravintoloista, sisältyy hintaan
- Cadaqués – Barcelona

Päivä 6: Lauantai 10.10.

Sant Sadurni d'Anoia, Vilafranca del Penedès

- Aamiainen
- Barcelona – Sant Sadurni d'Anoia
- Codorníu – Vierailu cavatehtaalla: sisältää opastetun kierroksen, cavamaistelun sekä lounaan
- Sant Sadurni d'Anoia – Vilafranca del Penedès
- Museo del Vi – Vierailu viinimuseossa sekä vapaata kiertelyä kirpputorilla ja maatalousmarkkinoilla
- Torres – Vierailu viinitilalla: sisältää opastetun kierroksen ja viininmaistelun
- Vilafranca del Penedès – Barcelona

Päivä 7: Sunnuntai 11.10

Barcelona, Helsinki

- Aamiainen
- Kuljetus lentokentälle
- Finnairin lento Barcelonasta Helsinkiin

Pohdinta

Mielestäni onnistuin hyvin valmismatkan luomisessa keskittyen koko ajan ruoka- ja viiniteemaan. Matka on toteutettavissa ja lopullinen 1 525 euron hinta on kohtuullinen, sillä tutkimieni teemamatkojen hinnat vaihtelevat 1200–1800 euron välillä viikon matkoilla. Hinta on silti edelleen suuntaa antava, sillä olen katsonut eri aktiviteettien sekä esimerkiksi majoituksen hintaa yksityishenkilönä, ja se voi erota paljonkin siitä, mikä hinta olisi tehtäessä ryhmävarausta 10–14 henkilölle. Myös minibussin vuokraukselle oli haastavaa löytää hintaa, sillä ne riippuvat paljon bussin käyttöasteesta sekä siitä onko tarvetta kuljettajalle vai ei.

On myös vaikeaa tietää, olisiko suunniteltu matka oikeasti senioreille sopiva ja vastaisiko se heidän tarpeitaan, sillä aiheesta löytyvä kirjallisuus oli osakseen suppeahkoa sekä tietoa vanhentunutta. Uskon, että olisin saanut matkaohjelmasta enemmän senioreille sopivan, jos olisin päässyt haastattelemaan heitä. Nyt olen suunnitellut ohjelman pohjautuen löytämäni kirjallisuuteen, omilta sukulaisilta kuulemiin kommentteihin sekä eri matkanjärjestäjien valmiisiin matkaohjelmiin. Valmiista matkaohjelmista olen yrittänyt saada vinkkejä vierailtavien kohteiden päiväkohtaiseen lukumäärään sekä yleisesti suunnitellun ohjelman ja vapaa-ajan suhteesta matkalla. Ruoka- ja viiniteeman kannalta valmismatka on hyvin suunniteltu, sillä muutamaa kulttuuriaktiviteettia lukuun ottamatta kaikki liittyvät matkan teemaan. Matkalla seniorit saavat syödä monia eri katalonialaisen keittiön ominaisuuksia sekä viinitil- että viinimuseovierailut opettavat paljon uutta viinikulttuurista.

Yleisesti ottaen olen tyytyväinen valitsemaani aiheeseen, sillä valmismatkaa oli mielenkiintoista luoda ja pohtia eri vaihtoehtojen välillä vierailukohteita mietittäessä. Löysin hyvin teoriaa viini- ja ruokamatkailusta sekä Thomas Cook Publishingin Travellers Catalonia - opas oli yksi hyödyllisimmistä kirjalähteistäni, sillä se sisälsi todella monipuolisesti tietoa Kataloniasta. Uskon, että motivaationi pysyi korkealla kirjoittamisen ajan, koska aihe kiinnosti minua myös henkilökohtaisesti ja koska alue oli minulle jo entuudestaan tuttu. Vietin kevään 2014 opiskelijavaihdossa Barcelonassa, jolloin matkustin ympäri Kataloniaa ja vierailin muun muassa Torresin ja Freixenetin viinitiloilla. Omakohtaiset kokemukseni helpotti Katalonian ja Barcelonan hahmottamisessa suunnitellussa matkaohjelmassa ja käytännön tieto esimerkiksi ruokailuajoista oli hyödyksi.

6 Lähteet

ABC.es 2013. Visite una fábrica de productos lácteos. Luettavissa: <http://www.abc.es/familia-padres-hijos/20130808/abci-visita-fabrica-pastoret-201307191044.html>. Luettu: 16.2.2015.

Aho, T. 2014. Kuva 2. Castelliers – ihmistorni.

Aho, T. 2014. Kuva 3. Correfocs.

Aho, T. 2014. Kuva 9. Freixenetin viinitila.

Aho, T. 2014. Kuva 11. Casa Battló.

Aho, T. 2014. Kuva 12. La Pedrera.

Aho, T. 2014. Kuva 13. Sagrada Familia.

Aho, T. 2014. Kuva 14. Cadaqués.

Aho, T. 2014. Kuva 16. Pikkujuna Torresin tilalla.

A Taste of Spain 2015. Private Cooking Class in Costa Brava (Catalonia). Luettavissa: <http://www.atasteofspain.com/cooking-classes/traditional/costa-brava/>. Luettu: 5.2.2015.

Barcelona.de 2015. Castelliers – the human towers. Luettavissa: <http://barcelona.de/en/barcelona-castellers-human-towers.html>. Luettu: 3.1.2015.

BBC 2014. Catalonia profile. Luettavissa: <http://www.bbc.com/news/world-europe-20345071>. Luettu: 2.1.2015

Booking.com 2015. Moderno. Luettavissa: http://www.booking.com/hotel/es/modernobarcelona.fi.html?aid=310019;label=barcelona-rdD%2AZ0deQCiG7EKINte7AAS43631521266%3Apl%3Aa%3Ap12140%3Ap2%3Aac%3Aap1t1%3Aneg;sid=8e33e4607b09a566c23836a30b10d3e7;dcid=4;checkin=2015-10-05;checkout=2015-10-11;ucfs=1;highlighted_facilites=3;srfid=3d24c106dfc262ba69f04050bb97aa634498c46bX10;highlight_room=9095202. Luettu: 18.2.2015.

Cal Pep 2015. Nuestros productos. Luettavissa:

<http://www.calpep.com/Castellano/productos.html>. Luettu: 17.2.2015.

Casa Battló 2015. Casa Battló. Luettavissa: <http://www.casabatllo.es/en/history/casa-batllo/>. Luettu: 4.2.2015.

Catalunya 2015. Cultural tourism. Luettavissa: <http://www.catalunya.com/what-to-do/culture>. Luettu: 3.1.2015.

Club Torres 2015. VIP Tour. Luettavissa: http://clubtorres.com/en/experiences/138-vip_tour. Luettu: 4.1.2015.

Codorníu 2015. Actividades Enogastrómicas, Degustación especial. Luettavissa: <http://www.visitascodorniu.com/actividades-enogastronomicas/degustacion-especial/>. Luettu: 5.1.2015.

Collins 2015a. Neophilia. Luettavissa:

<http://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/neophilia>. Luettu: 8.1.2015.

Collins 2015b. Neophobia. Luettavissa:

<http://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/neophobia?showCookiePolicy=true>. Luettu: 8.1.2015.

Culinary Backstreets 2015a. Leche de Pantera: Revenge of the Pink Panther. Luettavissa: <http://www.culinarybackstreets.com/barcelona/2015/leche-de-pantera/>. Luettu: 16.2.2015.

Culinary Backstreets 2015b. Cala del Vermut: Sweet Tradition, On Tap. Luettavissa: <http://www.culinarybackstreets.com/barcelona/2012/cala-del-vermut/>. Luettu: 16.2.2015.

Deconstruint el vi català. 2015. Kuva 4. Katalonian viinialueet. Luettavissa:

<http://www.deconstruintelvicatala.cat/mes-que-un-documental/la-catalunya-vinicola/>. Luettu: 3.2.2015.

El Celler de l'Aspic 2014. Carta de otoño 2014. Luettavissa:

<http://www.cellerdelaspic.com/es/carta-tardor>. Luettu: 22.2.2015.

Evadium 2015. Kuva 15. Codorníun viinitila. Luettavissa:
<http://www.evadium.com/actividad/visita-bodegas-codorniu>. Luettu: 3.3.2015.

Finnair 2015a. Finnair. Luettavissa:
<https://www.finnair.com/pl/AYPortal/wds/StartOver.action>. Luettu: 18.2.2015.

Finnair 2015b. Ateriat Euroopan-lennoilla. Luettavissa:
<https://www.finnair.com/fi/fi/information-services/on-the-aircraft/food-and-drink-on-board/european-flights>. Luettu: 18.2.2015.

Freixenet 2015. Visitas enoturísticas tradicionales. Luettavissa:
<http://www.freixenet.es/visitas-detall-trad.asp>. Luettu: 5.1.2015.

Food Republic 2013. Barcelona: The 21 Best Places For Tapas, Catalan, Italian and Japanese Cuisine. Luettavissa: <http://www.foodrepublic.com/2012/08/22/barcelona-21-best-places-tapas-catalan-italian-and>. Luettu: 17.2.2015.

Generalitat de Catalunya 2015a. Territory and people. Luettavissa:
<http://web.gencat.cat/en/temes/catalunya/coneixer/territori-poblacio/index.html>. Luettu: 2.1.2015

Generalitat de Catalunya 2015b. Politics and economy. Luettavissa:
<http://web.gencat.cat/en/temes/catalunya/coneixer/politica-economia/>. Luettu: 2.1.2015.

Hall, C.M. & Sharples, L. 2008. Food and Wine Festivals and Events Around the World. Butterworth-Heinemann. Oxford.

Hall, C.M. & Mitchell, R. 2008. Wine Marketing, a practical guide. Butterworth-Heinemann. Oxford.

Hall, C.M., Mitchell, R. & Sharples, L. 2003. Consuming places: the role of food, wine and tourism in regional development. Introduction. Teoksessa Hall, C.M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N. & Cambourne, B. (toim.). Food Tourism Around the World. Development, management and markets, s.25-60. Butterworth-Heinemann. Oxford.

Hall, C.M., Sharples, L., Cambourne, B. & Macionis, N. 2000. Wine Tourism Around the World. Butterworth-Heinemann. Oxford.

Helsingin Sanomat 2014. Itsenäistymisen kannatus hiipui Kataloniassa. Luettavissa: <http://www.hs.fi/ulkomaat/a1418970271863>. Luettu: 2.1.2015

Hietala, M., Krenn, R. & Lehtonen, J. 2015. Espanja on ympärivuotinen suosikkilomakohte. Luettavissa: <http://www.rantapallo.fi/espanja/>. Luettu: 3.3.2015.

Hotels.com 2015. Kuva 6. Hotellin ravintola. Luettavissa: <http://fi.hotels.com/ho364563/hotel-moderno-bcn-barcelona-espanja/>. Luettu: 3.3.2015.

Huttunen, S. & Krenn, R. 2015. Aurinkoa ja antiikin raunioita Tarragonassa. Luettavissa: <http://www.rantapallo.fi/espanja/tarragona/>. Luettu: 17.2.2015.

Joseph, R. 2006. Footprint Wine Travel Guide to the World. Footprint. Bath.

La Pedrera 2015. What is Casa Milà?. Luettavissa: <https://www.lapedrera.com/en/what-is-casa-mila>. Luettu: 4.2.2015.

Lonely Planet 2012. An introduction to Catalan cuisine. Luettavissa: <http://www.lonelyplanet.com/spain/travel-tips-and-articles/68463>. Luettu: 5.1.2015.

Los Senderos de osnofla 2015. Kuva 8. St. Gregoryn erakkoluola. Luettavissa: <http://fonsienlared.blogspot.fi/2015/01/100115-ruta-de-falset-las-torres-por.html>. Luettu: 3.3.2015.

Malminen, K. 1.3.2013. Makutarinoita –blogi. Viinikoulu osa 2: Cava, espanjalaisten kuohuviini. Luettavissa: <http://makutarinoita.fi/2013/03/01/viinikoulu-osa-2-cava-espanjalaisten-kuohuviini/>. Luettu: 5.1.2015.

Matkailualan koulutus- ja tutkimusinstituutti 2010a. Toimintaympäristö tuotekehityksen lähtökohtana. Luettavissa: <http://matkailu.luc.fi/Tuotekehitys/Tuotekehitys-arjessa/Toimintaymparisto>. Luettu: 23.2.2015.

Mitchell, R. & Hall, C. 2003. Consuming Tourists: food tourism consumer behaviour. Teoksessa Hall, C., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N. & Cambourne, B. (toim.). Food Tourism Around the World. Development, management and markets, s.60-81. Butterworth-Heinemann. Oxford.

Neuvonen, S. 2014. Viininviljely – tietopankki aloittelijoille. Luettavissa: <http://www.suomela.fi/viininviljely-tietopankki-aloittelijalle>. Luettu: 18.2.2015.

- Oferbus 2015. Buscador para alquilar autocares y microbuses en España. Luettavissa: <https://oferbus.net/presupuestos/AsociadosModule/variousDays/list/>. Luettu: 18.2.2015.
- Ortju, J. 2012. Näin tuotteistat palveluja matkailualalla OSA 1: kirjoittaja Jouni Ortju. Luettavissa: <http://www.liiketoiminta.info/nain-tuotteistat-palveluja-matkailualalla-osa-i/>. Luettu: 23.2.2015.
- Pastoret 2015. Empresa. Luettavissa: <http://pastoret.com/es/empresa/>. Luettu: 16.2.2015.
- Patterson, I. 2006. Growing Older. Tourism and leisure behaviour of older tourists. Cromwell Press. Trowbridge.
- PolitykaGlobalna.pl. 2014. Kuva 1. Katalonia kartalla. Luettavissa: <http://www.politykaglobalna.pl/2009/12/katalonia-natchniona-kosowem/>. Luettu: 3.2.2015.
- Puerto de Tarragona 2012. Kuva 10. Amfiteatteri. Luettavissa: <http://www.porttarragona.es/visitar-tarragona/>. Luettu: 3.3.2015.
- Rantapallo 2014. Barcelonan ilmasto – milloin kannattaa matkustaa?. Luettavissa: <http://www.rantapallo.fi/rantalomat/barcelonan-ilmasto/>. Luettu: 3.1.2015
- Sharples, L. 2003. The world of cookery-school holidays. Teoksessa Hall, C., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N. & Cambourne, B. (toim.). Food Tourism Around the World. Development, management and markets, s.102-121. Butterworth-Heinemann. Oxford.
- Takala, M., Virkki, J., Remes, M., Anttonen, T. 2006. Espanja Haarukassa. Ruokamatkailijan opas. Gummerus Kirjapaino Oy. Jyväskylä.
- Tarragona Turisme 2015a. Tarragona romesco. Luettavissa: <http://www.tarragonaturisme.cat/en/tarragona-romesco>. Luettu: 17.2.2015.
- Tarragona Turisme 2015b. Abordo. Luettavissa: <http://www.tarragonaturisme.cat/en/restaurant/abordo>. Luettu: 17.2.2015.
- Thomas Cook Publishing 2007. Travellers Catalonia. Thomas Cook Publishing. Englanti.

Torres 2015. Visits. Luettavissa:

http://www.torres.es/wps/portal/web/inicio/enoturismo!/ut/p/c5/jY_LDolwEEW_xS-YQsrFJcQKBSulgMDGEEQhI-cLY_TvLW5UDMSZ5bmPXMhAfpvfqjK_VI2b15BAph3JKhCmqRjoLZmCnGhRJBxP1RVV8nSUo07-cePIGfjt3phUulnMYo1LvBh2__Dp7n3RwqHf-6HS_XWvYoHLrRBxTgd8kMKm-Wt_zycWbu2uKSCFjL5TLA_IElSogoYuEodAWhdlnrApYmi5M4r_7ybPQENvAV6/dl3/d3/L0IHSkovd0RNQUprQUVnQSEhL1ICZncvZXM!/?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/en/torres/s-ecciones/enoturismo/laBodegaPacs/lasVisitas. Luettu: 4.1.2015.

Turespaña 2015a. European Union. Luettavissa: <http://www.spain.info/finformacion-practica/sobre-espana/politica-administracion/ue.html>. Luettu: 3.3.2015.

Turespaña 2015b. Geographical Location. Luettavissa:

http://www.spain.info/finformacion-practica/sobre-espana/geografia/situacion_geografica.html. Luettu: 3.3.2015.

Turisme Priorat 2008a. Priorat county olive oils. Luettavissa:

<http://www.turismepriorat.org/en/region/olive-oil/olis-de-la-comarca-del-priorat>. Luettu: 3.2.2015.

Turisme Priorat 2008b. Molí Nou de la Vilella Alta. Luettavissa:

<http://www.turismepriorat.org/en/what-to-do/olive-oil-route/moli-nou-de-la-vilella-alta>. Luettu: 3.2.2015.

Turisme Priorat 2008c. Celler Mas Blanc-Pinord. Luettavissa:

<http://www.turismepriorat.org/en/what-to-do/wine-route/mas-blanc-pinord>. Luettu: 4.2.2015.

Turismo Cadaques 2014. Platos típicos de Cadaqués. Luettavissa:

<http://www.turismocadaques.com/comer/platos-tipicos-de-cadaques/>. Luettu: 17.2.2015.

Turun Sanomat 2006. Tarragonassa kilpaillaan ihmistornien rakentamisessa. Luettavissa:

<http://www.ts.fi/teemat/matkailu/1074148170/Tarragonassa+kilpaillaan+ihmistornien+rakentamisessa>. Luettu: 17.2.2015.

Ulkoasiainministeriö 2014. Hyvä tietää. Luettavissa:

<http://formin.finland.fi/public/default.aspx?nodeid=43409&contentlan=1&culture=fi-FI>. Luettu: 3.3.2015.

Venere.com 2015. Kuva 5. Hotel Moderno. Luettavissa:

<http://www.venere.com/hotels/barcelona/hotel-moderno/>. Luettu: 3.3.2015.

Verhelä, P. & Lackman, P. 2003. Matkailun ohjelmapalvelut. Matkailuelämyksen tuottaminen ja toteuttaminen. WSOY. Porvoo.

Viinihullun päiväkirja. 29.11.2011. Espanja. Viinihullun päiväkirja – blogi. Luettavissa:

<http://viinihullu.blogspot.fi/2011/11/espanja.html>. Luettu: 4.1.2015.

Vins i Olis del Priorat 2014. Inicio. Luettavissa: <http://www.vinsiolisdelpriorat.com/es>. Luettu: 3.2.2015.

Vinseum 2015. Información. Luettavissa:

<http://www.vinseum.cat/?cas/Informacion/Informacion%20general/2/2/Precios>. Luettu: 4.1.2015.

Visit Cadaques 2015. Cultura. Luettavissa:

<http://www.visitcadaques.org/?lang=es&sec=cultura>. Luettu: 17.2.2015.

Visit Cadaques 2015b. Servicios turísticos. Gastronomía. Luettavissa:

<http://www.visitcadaques.org/?lang=es&sec=serveis&sub=2b0346aac5522caa8f4e395a417df2a9>. Luettu: 17.2.2015.

Vuoristo, K-V. 2003. Matkailun maailma. Kansainvälisen matkailun maantiede. WSOY. Porvoo.

Wolf, E. 2006. Culinary Tourism: The Hidden Harvest. A Dozen hot and Fresh Reasons How Culinary Tourism Creates Economic and Community Development. Kendall/ Hunt Publishing Company. Iowa.