



Oamk Journal

Oulun ammattikorkeakoulun julkaisuja

Tämä on alkuperäisen artikkelin rinnakkaistallenne. Rinnakkaistallenne saattaa erota alkuperäisestä sivutukseltaan ja painoasultaan.

This is an electronic reprint of the original article. This version may differ from the original in pagination and typographic detail.

Käytä viittauksessa alkuperäistä lähdettä/Please cite the original version:

Havas, K., Korhonen, K. & Kuorikoski, R. 2021. Pohjois-Pohjanmaan ruokamatkailua viedään eteenpäin yhteistyöllä. Oamk Journal 45/2021.
<http://urn.fi/urn:nbn:fi-fe2021082444101>



Euroopan unioni
Euroopan aluekehitysrahasto
Euroopan sosiaalirahasto

Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020

POHJOIS-POHJANMAA
Council of Oulu Region



Pohjois-Pohjanmaan ruokamatkailua viedään eteenpäin yhteistyöllä

9.9.2021 - Havas Kristiina, Korhonen Kirsi, Kuorikoski Ronja

Ruokamatkailusta on tullut tärkeä osa matkailuelämystä. Jokainen matkailija syö, ja ruokailu koetaan usein mieleenpainuvimpana asiana matkalla. Ruokamatkailun kehittämällä voidaan kehittää ympärivuotista matkailua ilman mittavia investointeja. Suomen matkailun tärkein vetovoimatekijä on luonto. Luonnon lisäksi ruokamatkailun kivijalkoja ovat puhtaus ja paikalliset elämäntavat.

Pohjois-Pohjanmaan vaihteleva luonto ja erilaiset kulttuuriperinteet tarjoavat runsaasti ammennettavaa maakunnan ruokamatkailun kehitystyölle ja paikallisille ruokamatkailuyrityksille. Pohjois-Pohjanmaan ruokaketjun nähdään olevan pitkälti Suomi pienoiskoossa, missä eri elinkeinojen merkityksessä on huomattavasti alueellista vaihtelua. Maakunnan koillis- ja pohjoisosien vahvuuksia ovat porotalous, kalastus ja luonnontuotteet. Eteläisten osien viljavissa jokilaaksoissa keskitytään puolestaan maidon ja lihan tuotantoon, ja maakunnan keskiosan lakeuksilla tuotetaan korkealaatuista siemenperunaa Suomen ainoalla High Grade -alueella.

Ruokamatkailutarjontaa ovat matkailijoiden kohtaama paikallisuuteen ja tarinoihin perustuva maukas ravintolaruokailu, kotiruokailu, katuruoka, suomalaisen ruoan tekeminen ohjatusti, luonnonantimiin ja keräilyyn liittyvät ruokamatkailutuotteet, luonnossa ja kulttuuriympäristössä tapahtuva ruokailu, erilaiset ruokamatkailuun liittyvät reitit ja tapahtumat, torit, kauppahallit, erikoismyymälät kuten juustolat, viinitilat sekä pienpanimot ja niiden ympärille rakennettu ohjelma. Ruokamatkailuun liittyvät tarinat, paikallisuus ja puhtaus. Parhaimmillaan ruokamatkailutuote on osallistamista ja tekemistä, josta matkailija oppii jotain uutta ja tekee matkailutuotteen elämykselliseksi. (Ruokamatkailun määritelmä [1])

Pohjois-Pohjanmaan elintarviketalouden strategiassa (2017–2025) määritelläänkin tavoitteilaksi, että ruoka huomioidaan alueella yhä vahvemmin osana

matkailutoimintaa [2]. Elintarviketalouden strategiaa jalkauttavassa RUOKARIIHI – Osaava elintarviketalous Pohjois-Pohjanmaalle -hankkeessa ruokamatkailun ja ruokakulttuurin teemoja on lähdetty edistämään esimerkiksi erilaisten teematilaisuuksien muodossa. Hankkeen toimenpiteiden tavoitteena on lisätä yritysten tietoutta ruuan merkityksestä matkailuelämyksissä ja tuoda ideoita ruokakulttuurin tuotteistamiseen.

Alueen ruokakulttuuria edistetään myös esimerkiksi Oulu2026-hankkeeseen liittyvässä Arctic Food Lab -projektissa, joka tähtää suunnitelmissaan arktisten raaka-aineiden löytämiseen, kehittämiseen ja arvostuksen nostamiseen [3]. Pohjois-Pohjanmaalla on myös toiminut vuonna 2018 päättynyt Pohjoinen ruoka ja matkailu -hanke, jossa edistettiin paikallisiin erityispiirteisiin ja ruokakulttuuriin pohjautuvaa monialaista kehitystyötä [4].

Suomen ruokamatkailustrategia – yhdessä tekoja luonnosta ammentaen

[Suomen ruokamatkailustrategia 2020–2028](#) on päivitys edelliselle ja Suomen ensimmäiselle ruokamatkailustrategialle 2015–2020. Strategian toimenpidekokonaisuuksia ovat vastuullinen liiketoiminta, tuotekehitys, strategiset kumppanuudet sekä myynti, markkinointi ja viestintä. Kaikille näille kokonaisuuksille on määritelty toimenpiteet ja mahdolliset vastuutahot. Strategia toimii työkaluna sekä yrittäjille että alan muille kehittäjille, ja se tähtää ruokamatkailun kehittämiseen visiolla: Hungry for Finland – Ruoka elämykselliseksi ja ostettavaksi osaksi Suomen matkailua vastuullisesti! [1]



Hungry For Finland (kuva: Tiina Arponen)

Suomen ruokamatkailustrategian tavoitteena on ruokamatkailutoimijoiden vastuullinen toiminta, mikä tuodaan harkitusti esille myös markkinoinnissa ja viestinnässä. Toisaalta strategissa nostetaan esille kolme ruokamatkailun ydinteemaa: Taste of place, Pure & Natural, Cool & Creative, joiden käyttöä sekä ruokamatkailutuotteissa että viestinnässä pyritään lisäämään. Ruokamatkailu hyödyntää paikallisuutta niin raaka-aineiden hankinnassa, työvoimassa, alihankinnoissa, kulttuuriperinteissä kuin tarinoissakin. [1]

Ruokamatkailun yhtenäisen tarinan saattaminen edelleen yrittäjien ja kehittäjien käyttöön on oleellista. Ruokamatkailun kärkituotteiden kansainvälistä ja kotimaista tunnettuutta pyritään lisäämään etenkin tehokkaalla monikanavaisella viestinnällä sekä lisäämällä ruokamatkailutuotteiden saatavuutta ja myyntiä online-kanavissa. [1]

Strategiassa esitetäänkin, että kaikilla Suomen matkailualueilla on kärkituotteita ja laadukkaita ruokamatkailutuotteita, jotka heijastavat alueen raaka-aineita, historiaa, perinteitä, tarinoita ja elämäntapaa. Tämän myötä on syntynyt esimerkiksi

yhdistelmätuotteita, ruokareittejä ja ruokamatkailuverkostoja. Yhteistyöhön on saatu vahvasti mukaan myös elintarviketuottajia. Kansainvälisten matkanjärjestäjien tuotannossa ja Visit Finlandin My Stay -palvelussa (sekä tuleva BtoB DataHub -palvelu) ruokamatkailutuotteiden määrä on kasvanut. [1]

Suomen ruokamatkailustrategia on syntynyt laajassa yhteistyössä matkailu- ja ruoka-alan toimijoiden kanssa ja tukee [Suomen matkailustrategian 2019–2028](#) linjauksia. World Food Travel Associationin tekemässä kartoituksessa asiantuntijat pitivät strategista suunnittelua oleellisena ruokamatkailun kehittämisessä. Suomen ruokamatkailustrategian laatiminen on yksi [Hungry for Finland \(H4F\) -ruokamatkailun tuotteistamishankkeen](#) toimenpiteistä.

Yhteistyöstä voimaa

Hungry for Finland -hankkeessa on yhteistyössä Visit Finlandin kanssa laadittu [ruokamatkailun tuotesuosituks](#). Ne on suunnattu matkailualan yrityksille ja kehittäjille työvälineeksi laadukkaan, elämyksellisen, ostettavan ja kannattavan ruokamatkailukokemuksen tuottamiseen. Mukana on myös Visit Finlandin kansainvälistymiskriteeristö. Ruokamatkailun tuotesuosituksissa korostuu paikallisuus: lähiruoka ja elintarvike- ja matkailuketjun toimijoiden keskinäinen verkostoituminen, paikallinen ruokakulttuuri ja siihen kytkeytyvät tarinat sekä paikallinen historia.



Suomalaista ruokakulttuuria (kuva: Elisa Manninen)

Myös Pohjois-Pohjanmaan alueella on rakennettu ruokakulttuuriin ja -matkailuun kytkeytyviä alueellisia brändejä, joihin kuuluvissa yrityksissä ja tuotteissa korostuvat alueellinen vastuullinen ruuantuotanto ja sen historia sekä ominaispiirteet. Wild Food Kuusamo Lapland -merkki on Kuusamon ja Taivalkosken alueen villiruokaa ja elämyspalveluita tarjoavien yritysten tavaramerkki. Wild Food Kuusamo Lapland koostuu noin 20 paikallisesta yrityksestä, jotka tarjoavat villiruuan ja siihen liittyvät elämykset kotimaisten ja ulkomaisten matkailijoiden saataville. Yrityksiin kuuluu niin vähittäiskauppoja kuin ravintoloita ja elämyspalveluiden tuottajia. [5]

Rokuan alueen [Geofood-brändi](#) tuo yhteen Geopark-alueen yrityksiä ja tuotteita, jotka on valmistettu Geofood-kriteereiden mukaisesti. Rokua Geofood -yrityksiin kuuluvat alueella muun muassa Manamansalon portti sekä Viskaalin ja Utajärven leipomo. Geofood-tuotteissa korostuvat maaperän hedelmällisyys, ilmaston raikkaus ja alueen puhdas luonto. [6]

Ruokamatkailun vahvistamisen kannalta avainasemassa onkin juuri yhteistyö ja erilaiset kehittämisverkostot. Yritykset, organisaatiot ja alueet aktivoidaan

vahvemmin mukaan ruokamatkailun kehittämistoimintaan, ja parhaillaan selvitetäänkin Hungry for Finland ruokamatkailun pysyvän yhteistyöorganisaation toiminnan käynnistämistä.



Pohjois-Pohjanmaan ruokamatkailuprofiili (Kuva: Linda Saukko-Rauta, www.hungryforfinland.fi)

Ruokamatkailu nousuun Pohjois-Pohjanmaalla

Elintarviketalouden ja matkailun toimijoiden yhteistyöllä voidaan luoda mahdollisuuksia kasvuun ja uusiin toimintamalleihin. Pohjois-Pohjanmaan korkeatasoinen osaaminen elintarvikealan tutkimuksen ja tuotannon parissa voidaan ylpeydellä nostaa myös matkailun teemoiksi ja matkailijoiden koettavaksi.

Ruokamatkailu on kasvava trendi, jolloin on tärkeää huomioida monipuolinen ruokakulttuurimme yhä vahvempana osana myös matkailutoimintaamme.

Ruokamatkailua voidaan kehittää Pohjois-Pohjanmaalla parantamalla paikallisten tuotteiden saavutettavuutta ja jakelua matkailuyrityksien käyttöön sekä luomalla uusia ruokamatkailun tuotteita ja palveluita. Ruokamatkailun brändäyksessä huomioidaan tiivis yhteistyö muiden matkailualan toimijoiden kanssa. [2]

Kansainvälinen raati valitsi kesäkuussa 2021 Oulun vuoden 2026 Euroopan kulttuuripääkaupungiksi. Mukana hankkeessa on Oulun lisäksi 32 kuntaa eli hanke koskettaa laajasti koko Pohjois-Pohjanmaata. Pohjoisen ruokakulttuurin arktiset maut nousevat esiin myös Oulun Euroopan kulttuuripääkaupungin hakukirjassa. [7] Oulu2026-hankkeen Arctic Food Lab -projekti onkin nostanut alueellisen ruokakulttuurin kehittämisen yhdeksi teemoistaan ja alueella pohditaankin tällä hetkellä verkoston rakentamista alan kehittämiseksi. [3]

Ruokamatkailija matkustaa löytääkseen paikalliset maut
ja niiden myötä paikan hengen

– World Food Travel Association

Kristiina Havas, projektipäällikkö

Haaga-Helia, Hungry for Finland – ruokamatkailun tuotteistamishanke

Kirsi Korhonen, tutkija

Luonnonvarakeskus, RUOKARIIHI – Osaava elintarviketalous Pohjois-Pohjanmaalle -hanke

Ronja Kuorikoski, projektipäällikkö

Oulun ammattikorkeakoulu, RUOKARIIHI – Osaava elintarviketalous Pohjois-Pohjanmaalle -hanke

[RUOKARIIHI – Osaava elintarviketalous Pohjois-Pohjanmaalle](#)

Hanke toteutetaan Oulun ammattikorkeakoulun ja Luonnonvarakeskuksen yhteistyönä
1.1.2019–31.12.2021.

Hankkeen tarkoituksena on Pohjois-Pohjanmaan elintarviketalouden strategian jalkauttaminen.

Päärahoittaja on Pohjois-Pohjanmaan liitto (Euroopan aluekehitysrahasto).

[Hungry for Finland -ruokamatkailun tuotteistamishanke](#)

Täydentää alueellisia ja paikallisia hankkeita valtakunnallisesti tuoden yhtenäisiä työkaluja ja sparrausta. Hanke tehostaa toimijoiden asiakas- ja markkinaymmärrystä, kansainvälistymis- ja vientiosaamista, kestävästä kehitystä ruokamatkailussa sekä avauksia kansainvälisille markkinoille elämyksellisten ruokamatkailutuotteiden myötä.

Verkostotoiminta tehostuu aluerajat ylittävien teemojen kautta. Tavoitteena on saada ruokamatkailu alueellisesti näkyvämpään rooliin niin kotimaassa kuin kv-markkinoilla ja tuottaa yhdistelmätuotteita, joissa ruoka on houkutteleva tekijä.

Hanketta koordinoi Haaga-Helia ammattikorkeakoulu. Hanke toteutetaan tiiviissä yhteistyössä Visit Finlandin (Business Finland) kanssa.

Hankkeen rahoittaja on EU:n maaseudun kehittämisen maatalousrahasto. Hankkeen kesto on 3.9.2018–28.2.2022.

Lähteet

[1] Havas, K. & Adamsson, K. 2020. Suomen ruokamatkailustrategia 2020–2028 – Yhdessä tekoja luonnosta ammentaen. Haaga-Helian julkaisut 7/2020. Hakupäivä 26.5.2021. <http://hungryforfinland.fi/sites/hungryforfinland.fi/files/Ruokamatkailustrategia-2020-2028.pdf>

[2] Pohjois-Pohjanmaan elintarviketalouden strategia 2017–2025. Pohjois-Pohjanmaan liitto. Hakupäivä 25.5.2021. <https://pohjois-pohjanmaa.fi/wp-content/uploads/2020/09/A58.pdf>

[3] Mun Oulu. 2021. Oulu2026 rakentaa pohjoisen ruokakulttuurin vallankumousta. Hakupäivä 25.5.2021. <https://www.munoulu.fi/artikkeli/-/id/oulu2026-rakentaa-pohjoista-ruokakulttuuri-vallankumousta>

[4] ProAgria Oulu. Pohjoista ruokaa ja matkailua. Pohjoinen ruoka ja matkailu – arctic food and travel -hanke. Hakupäivä 25.5.2021.

<https://www.proagriaoulu.fi/fi/pohjoinen-ruoka-matkailu/>

[5] Wild Food Kuusamo Lapland. Hakupäivä 25.5.2021.

<https://wildfoodkuusamolapland.com/>

[6] Geofood. Humanpolis Oy. Hakupäivä 25.5.2021.

<https://www.rokuageopark.fi/fi/koe/geofood>

[7] Oulu2026 – hakukirja. Hakupäivä 3.6.2021.

<https://www.oulu2026.eu/hakukirja/>

METATIEDOT

Tyyppi: Artikkel

Julkaisija: Oulun ammattikorkeakoulu

Julkaisunumero: 45/2021

Julkaisuvuosi: 2021

Tekijätiedot: Havas Kristiina, Korhonen Kirsi, Kuorikoski Ronja

Oikeudet: CC BY-SA 4.0

Kieli: suomi

Pysyvä osoite: <http://urn.fi/urn:nbn:fi-fe2021082444101>

Tiivistelmä: Ruokamatkailusta on tullut tärkeä osa matkailuelämystä. Jokainen matkailija syö, ja ruokailu koetaan usein mieleenpainuvimpana asiana matkalla. Ruokamatkailun kehittämisellä voidaan kehittää ympärivuotista matkailua ilman mittavia investointeja. Suomen matkailun tärkein vetovoimatekijä on luonto. Luonnon lisäksi ruokamatkailun kivijalkoja ovat puhtaus ja paikalliset elämäntavat. Pohjois-Pohjanmaan elintarviketalouden kansainvälistymisessä ja viennissä, sekä ruokamatkailun kehittämisessä on paljon potentiaalia. Pohjois-Pohjanmaan elintarviketalouden strategia (2017–2025) nostaakin ruokamatkailun kehittämisen yhdeksi tavoitteekseen.