

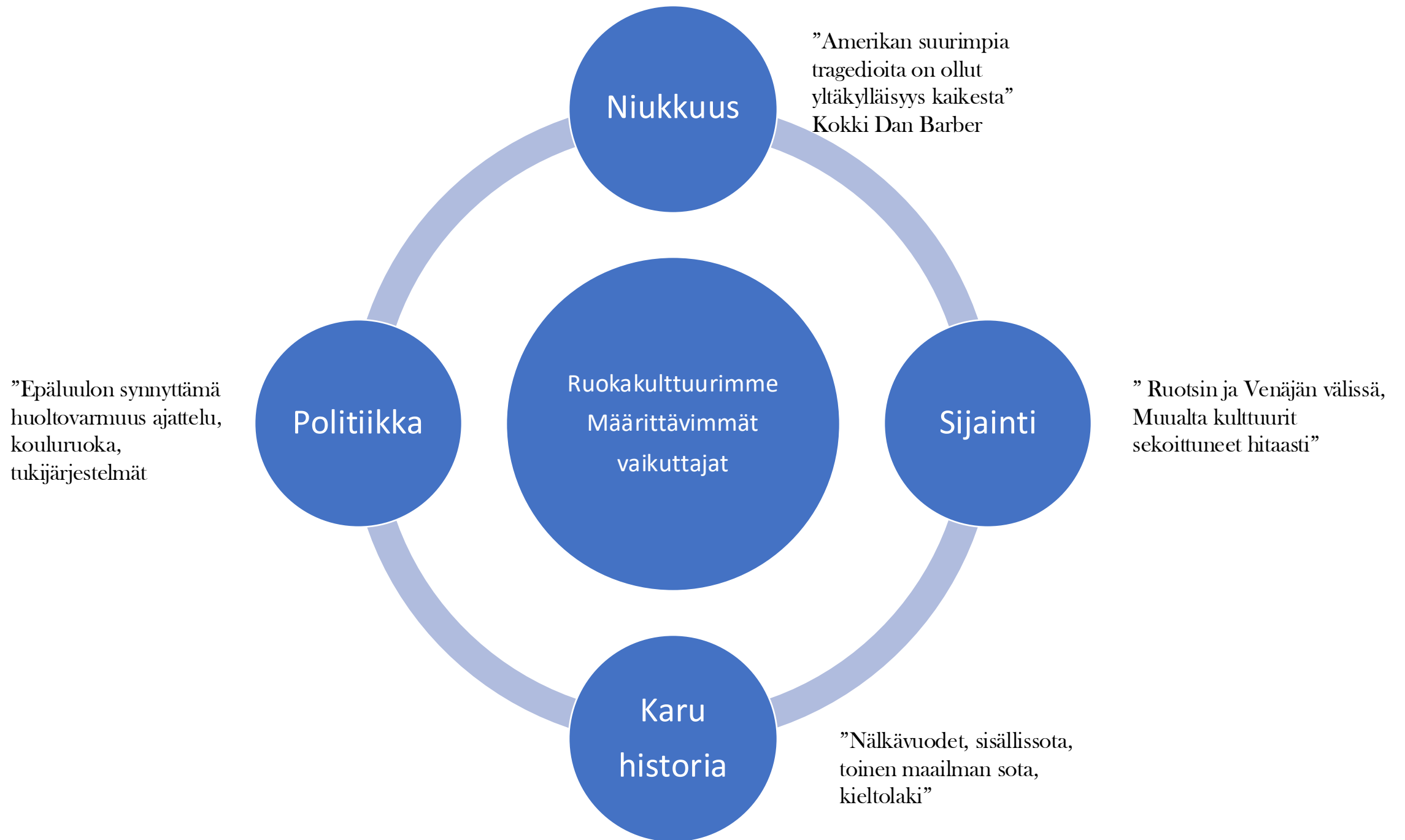
Suomalaista
ruokaa ja
ruokakulttuuria
maailmalle
matkailun
avulla.



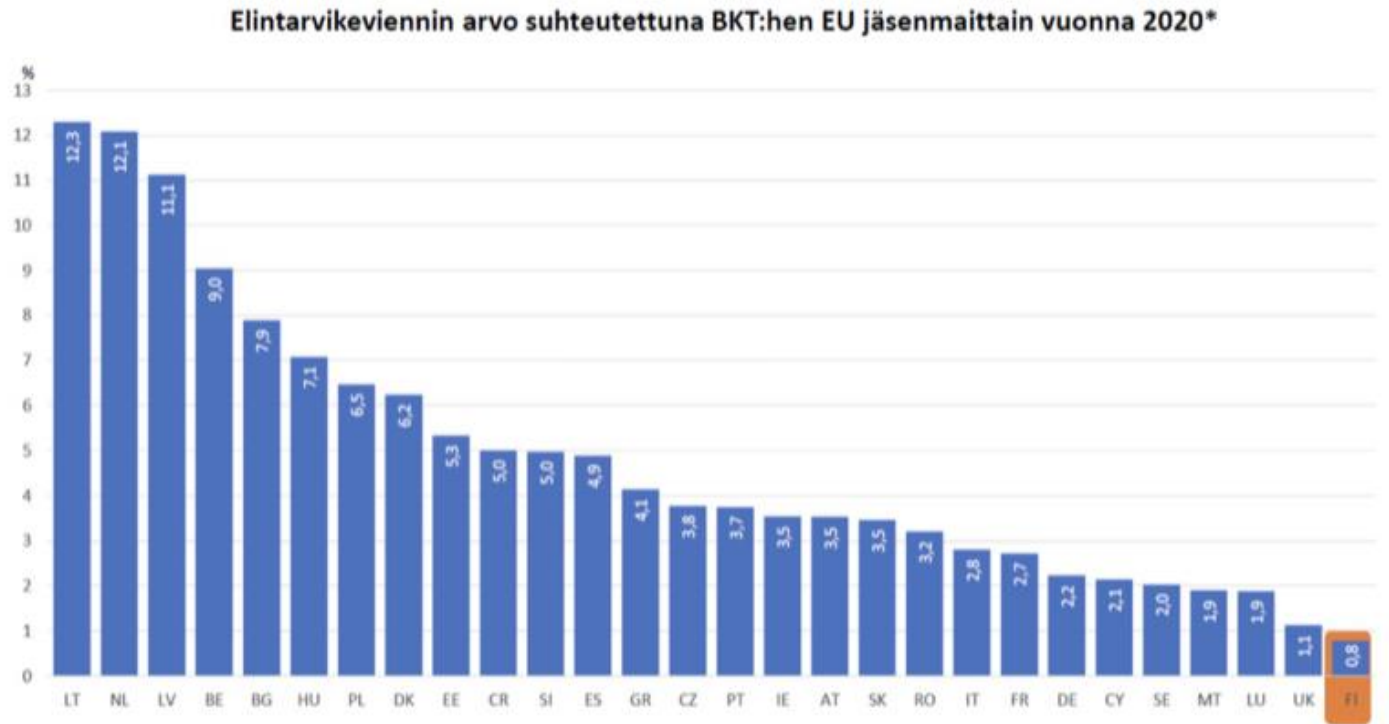
Ruokakulttuuriamme muokanneet asiat. Mitä me edustamme?

- Maantieteellinen sijainti. Intensiivinen kasvukausi, ja sijainti Ruotsin ja Venäjän välissä
- Rankat muutokset jättäneet ruoalla koreilun toissijaiseksi. Teknologia boomin aikaan syntyi roiskeläppä pizzat..
- Sodan jälkeinen teollistuminen ravisti rankasti ruokakulttuuriamme
- 1948 maksuton kouluruoka
- Köyhyys on pakottanut olemaan luova ravinnon saannin kanssa. Näin esimerkiksi veren käyttö ruoassa on luonut perinneruokia.





Elintarvikeviennin arvo suhteutettuna BKT:hen EU jäsenmaittain



Lähde: omat laskelmat Eurostatin Comext ja [nama_10_gdp] tietokantoja käyttäen. *UK v. 2019. GDP at market prices, current prices, 2000.

Csaba Jansik, Luke

Suomi

Suomalaisen ruokakulttuurin tila

Vahvuudet

- Kyky muuttua ja sietää muutoksia, ketteryys
- Ainutlaatuinen historia idän ja lännen välissä
- Innovaatiot (teknologia ja sosiaaliset)
- Puhtaus, vastuullisuus ja laatu (mm. jäljitettävyyys)
- Suomalainen ruokakulttuuri ei ole monoliitti: paikallisuudesta voisi muodostua vahvuus
- Perinteinen resurssiviisaus on muovannut ruokakulttuuria
- Ruoan tuottaja ja valmistaja usein lähellä toisiaan

Haasteet/kehityskohteet

- Ruokatase raskaasti negatiivinen
- Arjen valintoja ei mielletä ruokakulttuuriksi, ei nähdä lähelle
- Ravitsemus-, ei ruokailukärki edellä
- Kyky ja halu keskustella avoimesti
- Keskustelussa hinta keskiössä, toisaalta siitä ei haluta puhua
- Yhteistyön tekeminen
- Brändääminen ja tarinankerronta
- Nautinnon hyväksyminen
- Omien vahvuuksien arvostaminen

Muutostekijät: uhat/mahdollisuudet

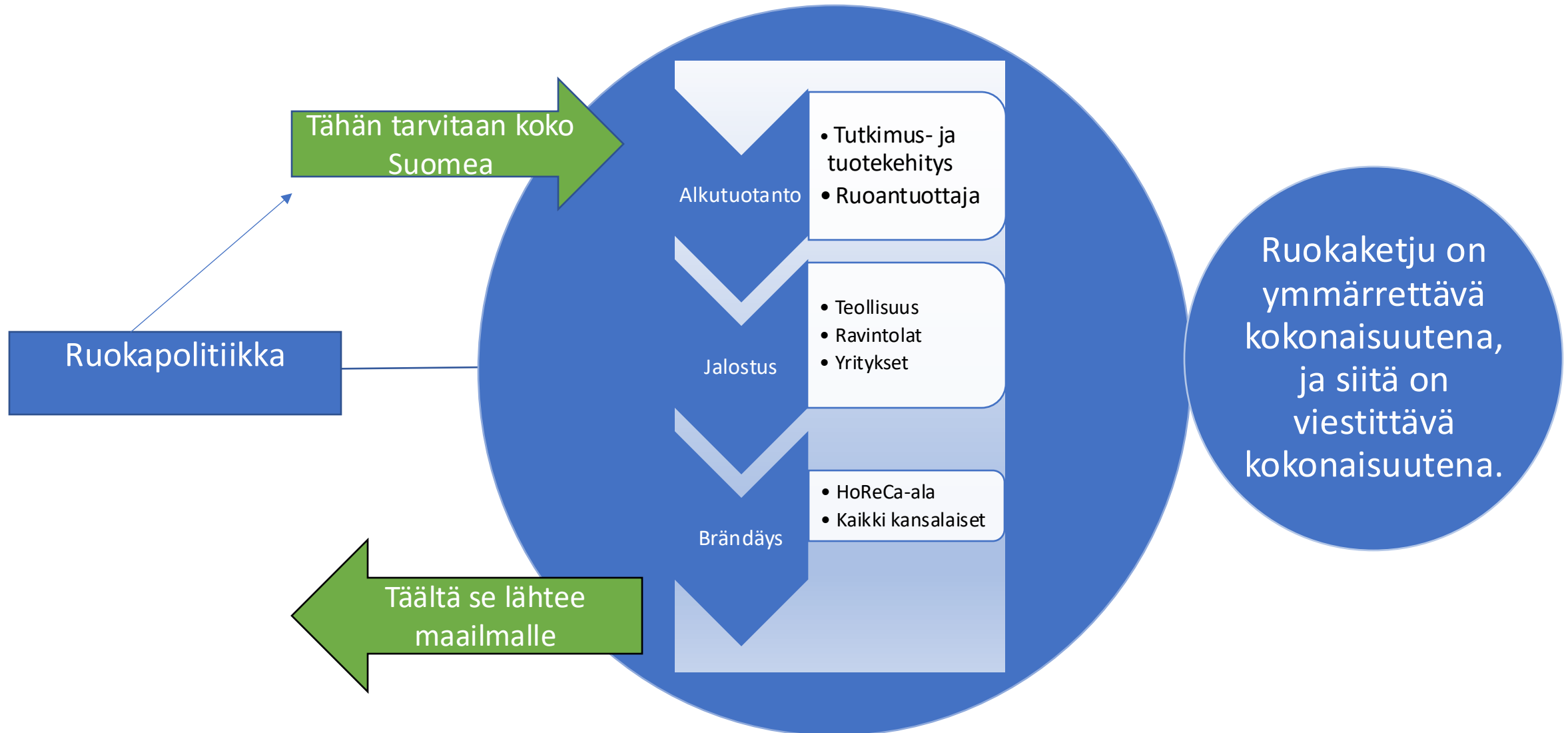
- Hintapaineet tulevat muuttamaan ruokakulttuuria
- Huoltovarmuus ja ruoan kysyntä maailmalla
- Viennin arvo ei ole sillä tasolla, millä se voisi olla
- Innovaatiot keskeisessä asemassa
- Tulevaisuuden suunta löytyy innovaatioiden ja perinteiden yhdistelmästä
- Matkailuun panostaminen valuu myös tuotteistukseen suomessa ja auttaa maabrändiä



Koko ruokasektori toimii
yhtenä verkkona
alkutuottajasta kauppaan ja
siitä ravintoloihin ja
matkailuun.

Matkailu ja ravintola-ala on avaintekijä
identiteettimme ja maabrändimme
luomisessa.

Matkailu ja ravintola-ala on näyteikkuna koko Suomen ruokakentälle



Ruokamatkailukohteeksi ei tulla sattumalta



- Henrik Halkier (Aalborgin yliopiston dekaani, ruokaturismin tutkija, Tanska)

”Meillä ei ole Nokiaa eikä luonnonvaroja, elannon hankkimiseksi on tarvittu kauppaa ja matkustamista”

-Tanskalaispoliitikoille ruoan ottaminen elinkeinona vakavasti on yhtä luontevaa kuin suomalaispoliitikoille metsä- ja konepajateollisuuden ylläpitäminen.

-Matkailuorganisaatiot nappasivat kiinni Noman menestyksestä, siihen panostettiin ja gastroturistien määrä 2017 oli 28% matkailijoista Tanskassa.

-Gastroturistit käyttivät rahaa keskimäärin 336€/vuorokausi

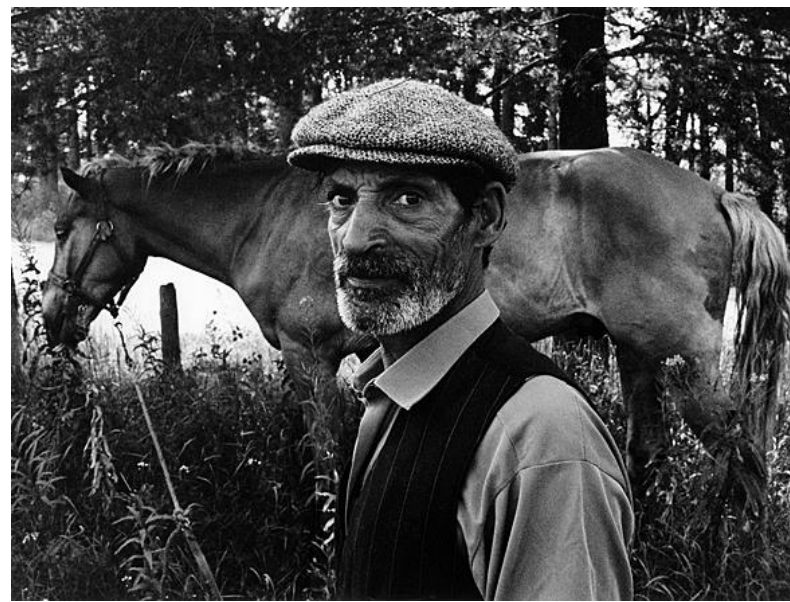
-Risteilyvieraat Helsingissä käyttävät keskimäärin 63€...



Perinteet luovat
tarinan rungon



Ruoka kertoo maamme
tarinaa ja historiaa



Aitous ja perinteet

Vuosisatoja vanhat artesaani-tuotteet kiinnostavat



Millä luoda uniikki kokemus matkailijoille?

Ajassa kiinni olevat uudet
tulkinat



Luonto ja ympäristö

Muistilista ainutlaatuisen kokemuksen luomiseksi matkailijoille:

-Oleta että matkailijalle tai vieraalle kokemus on uniikki ja uusi.

-Mieti palvelupolkua varauksesta saapumiseen ja lähtemiseen huolellisesti.

-Ole aito, ystävällinen ja ylpeä siitä mitä edustat

-Verkostoidu. Hyvä palvelu on ongelmien ratkaisua joka voi joskus sataa jonkun muun laariin, mutta tulla takaisin korkojen kera.

-Pysähdy ja katso omalle takapihallemme ja mieti mikä on oikeasti merkityksellistä ja kiinnostavaa. Älä kopioi.



Kiitos!

