

Kropsu vai pancake?

20.2.2025

Maistuvaa matkailua Ruokaprovinssissa – hankkeen aloitustilaisuus keräsi koolle liki 60 eteläpohjalaista ruokamatkailusta kiinnostunutta kuulijaa Kurikan Lakkitehtaalle. Tammikuun 21. päivänä pidetyssä seminaarissa nostettiin esille ruokamatkailun potentiaali olla yksi Etelä-Pohjanmaan matkailun myyntivalteista. Useissa puheenvuoroissa sivuttiin kysymystä siitä mitä pitäisi tehdä, että maakuntaan matkailevat tulisivat kokemaan elämyksellisiä eteläpohjalaisen ruuan ja juoman ympärille tuotteistettuja palveluita ja ostaisivat paikallisia tuotteita.

Ravintoloistaan Juurella ja Äärellä tunnettu ravintoloitsija Jani Unkeri totesi aloitussanoissaan, että Etelä-Pohjanmaa, jos mikä elää ruuasta. Maakunnasta löytyy isoja ja tunnettuja ruokataloja, mutta myös pienempiä laadukkaita tuottajia sekä ravitsemispalveluiden tuottajia ruokaketjun eri osista. Unkeri muistutti, että eteläpohjalaisten tulee pitää huolta omasta ruokakulttuuristaan, vaikka samaan aikaan kansainvälistymmekin. Unkeri halusi antaa myös kuulijoille rohkeutta ruokapalveluiden ja -tuotteiden myymiseen. Monia tuotteita ja palvelukokonaisuuksia on jo olemassa, vain myyntiä vaille valmiina.

Rauha, rakkaus ja ruoka

Tilaisuuden toinen pääpuhujista, jämsäläinen matkailuyrittäjä Teija Värelä Maalaishotelli Morvasta, kertoi millaisiin arvoihin hänen yritystoimintansa nojaa. Arvot – rauha, rakkaus ja ruoka – ovat kaiken toiminnan keskiössä. Maalaishotelli Morva haluaa yrityksenä luoda ja lunastaa odotuksia rauhan kokemuksista, ja asiakaspalautteista päätellen siinä on myös onnistuttu. Rakkaus omaan yritykseen ja tekemiseen sekä asiakkaisiin ovat tärkeitä yrittäjän jaksamisen kannalta. Rakkaus ja usko tekemiseen kantaa ja auttaa jaksamaan kiireessä ja haasteellisessakin yrittäjän arjessa. Teija Värelä käyttää mahdollisimman paljon lähiruokaa ja paikallisia tuottajia, mutta kasvattaa jopa itse osan ruokien ja leivonnaisten raaka-aineista.

Rakkaudella tehty ruoka, jossa paikallisuus on tärkeässä roolissa, on asiakkaiden mieleen. Makukokemuksen lisäksi Morvassa panostetaan moniaistillisuuteen eli siihen mitä asiakas näkee, kuulee, haistaa ja tuntee. Värelä nosti puheenvuorossaan esille useasti myös asiakaspalvelun. “Palvelu, palvelu ja palvelu”. Värelä kehotti kiinnittämään huomioita siihen, miten asiakas ”aistii yritystä” jo ennen saapumistaan paikan päälle. Esimerkiksi kaikki kuvat ja tekstit yrityksen verkkosivuilla ja somekanavilla luovat paitsi kuvaa ja tunnelmaa yrityksestä, mutta myös odotuksia, jotka täytyy pystyä lunastamaan. Asiakkaan tarpeiden ja toiveiden huomioiminen ja niihin vastaaminen eivät välttämättä vaadi isoja tekoja. Pienillä teoilla voi olla silti isot positiiviset vaikutukset yrityksen liiketoimintaan esimerkiksi asiakkaan lisäostoina ja kanta-asiakkuuksien syntymisenä.

Ladot on meirän linnoja ja lakeudet meirän valtakuntaa

Toinen tilaisuuden pääpuhujista Rauni Rannanjärvi luennoi aiheesta omaleimaisuus Etelä-Pohjanmaan ruokamatkailussa. Hänen mukaansa matkailijoita kiehtoo matkailukohteelle tai -alueelle ominainen kulttuuriperintö kuten tarinat, maisemat, murteet, historia ja perinteet. Rannanjärvi totesi, että Etelä-Pohjanmaalla kulttuuri- ja ruokamatkailu on laadukasta, muttei erityisen eteläpohjalaista. Etelä-Pohjanmaan rikasta ja tunnettuakin kulttuuriperintöä hyödynnetään aivan liian vähän, sitä pyritään jopa peittelemään ja modernisoimaan uuteen suuntaan. Eteläpohjalaiseen imagoon liittyvät kliseet ja mielikuva uhoavasta pohjalaisesta koetaan herkästi taakkana. Rannanjärvi kehotti kuitenkin pohtimaan onko haitallisena pidetty mielikuva enemminkin meidän eteläpohjalaisten mielissä kuin lopulta matkailijan. Vai voisiko kulttuuriperintö häjyineen ja trossailuineen olla pikemminkin mahdollisuus. Rannanjärvi nostikin esille, että haasteena voi olla se, että omaa kulttuuriperintöä ei tunneta tarpeeksi hyvin, jotta sitä voitaisiin hyödyntää matkailussa esimerkiksi tuotteistuksessa ja markkinoinnissa. Esitelmässään Rannanjärvi nosti esille matkailijoiden halun etsiä paikallisuutta, autenttisuutta ja omaleimaisuutta.

Matkailijoilla on myös tarve kokea palveluita moniaistillisesti, joka sopii ruokamatkailupalveluiden tuotteistamiseen erinomaisesti ja Rannanjärvi löysikin lukuisia mahdollisuuksia juuri tähän liittyen. Myös murteen käyttö nousi esille. Rannanjärvi herätteli kuulijoita kysymällä ”Kropsu vai pancake?” ja totesi, että myös matkailutoimijat ovat avainasemassa kulttuuriperinnön säilyttämisessä. Matkailijat haluavat kuulla tarinoita, joihin eteläpohjalaisesta historiasta, perinteestä ja kertomuksista olisi paljon ammennettavaa. Rannanjärvi nosti esille Skotlannin, jonka kulttuuriperintö on hyvinkin osaltaan verrattavissa Etelä-Pohjanmaahan. Skotlannissa sotaisa historia on osattu valjastaa positiiviseksi voimavaraksi sekä tuotteistamiseen että markkinointiin. Rannanjärvi totesi lopuksi, että alueen vetovoimatekijät ovat jo olemassa ja hyödynnettävissä, nyt tarvitaan vain rohkeutta ottaa ne käyttöön ja profiloitua omaleimaiseksi matkailualueeksi.

– Ladot on meirän linnoja ja lakeudet meirän valtakuntaa, Rannanjärvi rohkaisee.



Kuva 1. Kattaus kahdella tavalla. Aloitusseminaarissa oli tarjolla kaksi samansisältöistä kahvipöytää, mutta etummaisessa pöydässä oli kiinnitetty erityistä huomiota esille laittoon ja asiakkaalle annettuun informaatioon. Taaimmaisessa pöydässä esille laitto oli pelkistetympi ja tietoa tarjoiluista oli vain niukasti (kuva: Elina Järvinen, 2025).

Miksi panostaa ruokamatkailuun?

Maistuvaa matkailua Ruokaprovinssissa -hankkeessa eteläpohjaista ruokamatkailua edistetään yhdeksi alueen matkailun vetovoimatekijäksi ja myyntivaltiksi. Tätä varten hankkeen toimenpiteinä selvitetään eteläpohjalaisen ruokamatkailun nykytilannetta, kehitetään uusia vastuullisia ruokamatkailutuotteita ja -palveluita, laaditaan eteläpohjalainen ruokamatkailubrändi sekä perustetaan alueellinen ruokamatkailun ydinryhmä osaksi kansallista ruokamatkailuverkostoa ja jatkuvan kehittämisen tueksi. Paljon on siis tekemistä, mutta halutut tulokset ovat saavutettavissa. Seminaarin paneelikeskustelussa sanoitettiin muun muassa se, että aineksia ruokamatkailulle on, mutta yhteinen soppa puuttuu. Ainekset ovat todellakin olemassa, mutta yhteistyötä tarvitaan lisää niin tuotekehityksessä kuin viestinnässäkin. Myös yhteistyön kehittymiselle on hyvät lähtökohdat. Määriteltäessä eteläpohjalaisen matkailun myyntivaltteja vuonna 2023, ruoka ja juoma saivat eniten kannatusta maakunnan matkailutoimijoilta. Tuolloin tehtiin sama havainto, aineksia on, mutta kehitystyötä tarvitaan vielä, että voidaan puhua ruokamatkailusta. Etelä-Pohjanmaan matkailijaselvityksestä 2024 (Järvinen ym., 2025, s. 36) selviää, että vain vastanneista neljä prosenttia kesällä ja talvella yhdeksän prosenttia ilmoitti viimeisimmän Etelä-Pohjanmaalle suuntautuneet matkan tarkoitukseksi ruokamatkailun. Vaikka vain harva oli lähtenyt matkalle ruuan ja juoman innoittamana, on siis silti jo olemassa matkailijoita, joita ruoka liikuttaa myös Etelä-Pohjanmaalle. Pieneen vastausprosenttiin voi myös vaikuttaa se, että ruuan ja juoman ympärille ei ole vielä tuotteistettu tarpeeksi palveluita, jotka ovat matkailijoiden löydettävissä ja kulutettavissa.

Ruokamatkailun kehittämiseen kannattaa panostaa. Suomen Ruokamatkailustrategiassa 2024–2028 (Laamanen ym., 2024, s. 14–20) esitetään viisi hyvää syytä panostaa ruokamatkailuun: Ruokamatkailu 1) luo kilpailukykyä yrityksille ja lisäarvoa asiakkaille, 2) on kasvava ja kehittyvä matkailun muoto, joka luo synergiaa yli toimialarajojen, 3) on merkittävä työllistäjä, 4) lisää alueiden vetovoimaa ja erottautumiskykyä ja 5) lisää kasvua vientiin. Etelä-Pohjanmaalla olemassa olevista aineksista on mahdollisuus saada aikaan hyvä ja maistuva soppa, jossa maistuu ja näkyy laadukkaat hyvät raaka-aineet. Kauhan varressa on erilaisia toimijoita aina pellolta pöytään ja matkailija saa nauttia kokonaisvaltaisen kokemuksen tarinoineen ja ainakin pienellä ripauksella positiivista uhoa ja ylpeyttä.

Lisätietoja toteutettavista toimenpiteistä voit lukea hankkeen verkkosivuilta Maistuvaa matkailua Ruokaprovinssissa -hanke. Hanke on Euroopan unionin osarahoittama ja saanut rahoitusta EU:n maaseuturahastosta.

Elina Järvinen
asiantuntija, TKI
SeAMK

Jonna Kielenniva
asiantuntija, TKI
SeAMK

Artikkelin kirjoittajat työskentelevät matkailun asiantuntijoina Seinäjoen ammattikorkeakoulussa.

Lähteet

Järvinen, E., Tuuri, H., Rossinen-Kaihlamäki, M., & Jyllilä, S. (2025). *Etelä-Pohjanmaan matkailijaselvitys 2024.* Seinäjoen ammattikorkeakoulu. (Seinäjoen ammattikorkeakoulun julkaisusarja B. Raportteja ja selvityksiä 192.) https://urn.fi/URN:NBN:fi-fe202501164008

Laamanen, O., Pöyhönen, M., Garam, S., & Haaga-Helia ammattikorkeakoulu. (2024). *Suomen ruokamatkailustrategia 2024–2028*. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu. https://urn.fi/URN:NBN:fi-fe2024110488953