



MAASEUTU 2020



Euroopan maaseudun  
kehittämisen maatalousrahasto:  
Eurooppa investoi maaseutualueisiin



MAA- JA  
KOTITALOUSNAISET

## HELMI – VASTULLISEN MAASEUTUMATKAILUN KEHITTÄMISHANKE 2018



### Maaseutumatkailun kehittämistyöpaja 16.8.2018

**Aika** 16.8.2018 klo 11.00–16.15  
**Paikka** Lomalaidun ry, Simonkatu 6, 00100 Helsinki  
**Osallistujat** 24 henkilöä, matkailun asiantuntijoita ja yrittäjiä  
**Tilaisuuden vetäjä:** Kari Halonen, ToolBox -travel marketing & consulting

#### Alustukset klo 11.00–12.30

##### **Sanna Hiltunen, Maa- ja kotitalousnaisten Keskus ry**

HELMI-hankkeen kuvaus, tavoitteet ja odotukset työpajasta: laadun kehittäminen, vastuullisuuden ja kestävä kehityksen periaatteet sekä maaseutumatkailun määritelmä.

##### **Terhi Hook, BusinessFinland / VisitFinland**

Vastuullisen matkailun käsikirjojen julkistaminen:

1) Vastuullisuuden ja kestävä kehityksen periaatteet matkailussa sekä 2) Vastuullisen viestinnän käyttöopas yrityksille.

##### **Pasi Nurkka, TAK Oy**

Suomi-kuva kotimaassa ja ulkomailla. Matkustusmäärät eri kansallisuuksien osalta. Suomi-kuva valokuvien avulla kansainvälisillä markkinoilla.

#### Työryhmätyöskentely klo 13.00–14.45 ja työryhmien tulokset klo 14.45–16.15

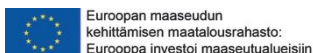
Osallistujat jaettiin neljään eri työpajaan, jolloin jokaisessa ryhmässä oli 5–6 henkilöä. Ryhmät olivat seuraavat:

1. Maaseutumatkailun määritelmä
2. Maaseutumatkailun vastuullisuus
3. Maaseutumatkailun markkinointi
4. Maaseutumatkailun laatutekijät





MAASEUTU 2020



Euroopan maaseudun  
kehittämisen maatalousrahasto:  
Eurooppa investoi maaseutualueisiin



MAA- JA  
KOTITALOUSNAISET

## TYÖRYHMÄ 1: MAASEUTUMATKAILUN MÄÄRITELMÄ

- ❖ Onko määritelmä edelleen kannattava, pitääkö sitä muuttaa?
- ❖ Kuluttajien näkemykset määritelmästä; ovatko ne sitä lähellä tai poikkeavatko ne siitä?
- ❖ Poikkeako suomalainen ja esim. eurooppalainen määritelmä toisistaan?

Maaseutumatkailu -määritelmä nykyisellään:

- kapea-alainen, poliittinen
- alhainen laadun mielikuva
- vanhanaikainen

Uuden määritelmän tulisi kuvata seuraavia asioita:

- monipuolisuus
- ympärivuotisuus
- viestinnän mielikuvan keskittäminen laatuun
- maaseutu on elämys & kokemus, johon sisältyy:
  - ruoka
  - maisema
  - kulttuuri
  - ympäristö
  - monimuotoisuus
  - laatu
  - aktiviteetit
  - vastuullisuus
  - tarinat

- Määritelmä Suomessa: maaseutumatkailu
- Määritelmä ulkomailla: rural <-> countryside. Countryside koettiin positiivisemmaksi ja lähemmäksi Suomen maaseutumatkailun käsitettä

Muu palaute työpajaan osallistuneilta:

- Nyt markkinoidaan sen mukaan mitä tehdään, teemat (Visit Finland). Ei puhuta niinkään maaseutumatkailusta.
- Nykyinen maaseutumatkailu kuvaa käytännössä kesää. Talvi ja kesä tulisi saada yhteen. Talvi merkitsee usein ”hiihtokeskuksia” tms.
- Tulisiko sesonkiluonteisuus hyväksyä?
- Suomalaista luksusta, elämysluksusta
- Ovatko aktiviteetit aina oikea syy maaseutumatkailuun? Isot erot eri maissa käytettyjen maaseutumatkailu-termien välillä; luo erilaisia mielikuvia
- Nimikilpailu uuden termin keksimiseksi?
- Pitääkö nimeä yleensäkin muuttaa? Jospa tarvitaan vain sisällön markkinointia

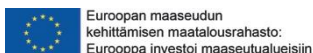
## TYÖRYHMÄ 2: MAASEUTUMATKAILU SUOMESSA JA VASTUULLISEN LIIKETOIMINNAN MERKITYS PALVELUTUOTANNOSSA

- ❖ Mitä asioita tulisi korostaa ja huomioida nyt ja tulevaisuudessa?





MAASEUTU 2020



Euroopan maaseudun  
kehittämisen maatalousrahasto:  
Eurooppa investoi maaseutualueisiin



MAA- JA  
KOTITALOUSNAISET

- kannattava liiketoiminta, jatkuvuus
- yhdessä tekeminen, bench marking, vertaistuki
- co-opetition
- paikallisten ihmisten työllistäminen (sesonki-työntekijät)
- turvallisuus
- tuotekehitys: asiakaspalautteen ym. hyödyntäminen
- vastuullisuudesta viestiminen ja hyödyntäminen markkinoinnissa
- ekologisuus

Lisäksi keltainen juliste sisälsi seuraavat pohdinnat, näitä ei esitetty esityksen yhteydessä:

- Aiheen myyntiargumentit helpot → yrittäjä ymmärtää → kannattava liiketoiminta
- Tietotaitoasemme, tasoerot
- Asennekasvatus → **asiakasymmärrys**, viestintä → yritys tekee/asiakas tekee
- -Verkostot, klusteri
- -Puhdas ruoka, ilma
- -Arkkitehtuuri? kv-työntekijät?

Muu palaute:

- Aitous ja paikallisen historian huomiointi ovat osa vastuullista maaseutumatkailua
- Brändityö tärkeää maaseutumatkailun tekemisessä, esimerkkinä ”islantilainen tomaatti”, joka kuvasti paikallisen tomaattiviljelijäperheen paneutumista tomaattiviljelmiensä esittelyyn vierailijoille
- Vastuullisuus-viestintä: yrittäjien koulutusta tarvitaan
- Nuorten kuluttajien toiveet ja tarpeet huomioitava: uusi kuluttajaryhmä
- Tarvitaan uusi tarina maaseutumatkailulle
- Vastuullisuus ja sen tärkeyden ymmärrys yrittäjien keskuudessa tärkeää

### TYÖRYHMÄ 3: MAASEUTUMATKAILU SUOMESSA, EROT ULKOMAIHIN

- ❖ Miten koti- ja ulkomaan markkinat eroavat toisistaan?
- ❖ Samankaltaisuudet ja eroavaisuudet ko. markkinoilla?

Ulkomaat:

- Markkinointi ja myyntikanavat
- Erilainen markkinointiviesti
- Eri sesongit
- Erilainen myyntisykli

Kotimaa

- Eroja ON

Samanlaisuuksia:

- Kärkituote ruoka/ruokatarinat
- Toimivat kaikilla markkinoilla
- -Puhdas luonto ja hiljaisuus kaikki o.k.

Country side tourism osana Visit Finlandin tuotepalettia.  
Omaa brändiä ei (vielä) ole.





MAASEUTU 2020



Euroopan maaseudun  
kehittämisen maatalousrahasto:  
Eurooppa investoi maaseutualueisiin



MAA- JA  
KOTITALOUSNAISET

1. Kielitaito, vieraanvaraisuus, saavutettavuus, jokamiehen oikeus, autenttisuus, tilan runsaus, metsäautoteiden verkosto
2. Lapsiperheet: elämykset, turvallisuus
3. Aasialaiset nuoret henkilöt / Suomi: juurilleen palaavat

Muu palaute:

- Tori-elämän elvyttäminen: elävöittää paikallista elämää ja tukee yrittäjyyttä
- Palvelujen tarjoamisessa tärkeää ohjeistaa asiakasta, esimerkkinä kv-asiakkaat suomalaisessa ruokapöydässä; osa hyvää asiakaspalvelukokemusta

#### **TYÖRYHMÄ 4: MAASEUTUMATKAILU JA LAADUN KEHITTÄMINEN**

- ❖ Tarvitaanko laatukriteereitä?
- ❖ Minkälaisia tarpeita maaseutumatkailun laatukriteereihin liittyy?

Tarvitaanko laatukriteereitä?

- Kyllä tarvitaan mutta ei uusia eikä ylimääräisiä laatumerkkejä

Tarpeet laatukriteerien osalta:

- Asiakkaiden tietoisuuden lisääminen
- Palveluntuottajien laadun yhdenmukaistaminen, toisaalta:
- Laatumerkin hyödyn selventäminen palveluntarjoajalle/yrittäjälle

Miten voitaisiin auditoida maaseutumatkailun laatua?

- Tarvitaan jokin taho, joka siitä vastaa (TEM, Visit Finland?)
- Samalla tarjottaisiin koulutusta (tuotteistaminen, markkinointi) → porkkana/keppi toimii
- Ongelmana laadun käsite: Kriteeristö usein liian tekninen, ei arvioida ”tunnelmaa”, puhtautta jne.

Muu palaute:

- TripAdvisor esimerkki: Ero kehitystyökalujen kanssa ja asiakaskokemus arviointien välillä, esim. Laatu-tonni & TripAdvisor
- Herkkyys ja taito tärkeää laadunarvioinneissa pienissä yrityksissä, että osaa viisaasti tuoda esim. kehittämiskohteet esille
- Laadun ylläpitäminen ja laatukriteerit tärkeitä ja olennaisia erityisesti maaseudulla toimittaessa
- Omavalvontatyökalu tai kirjaukset, kuten uusi, juuri julkaistu opas, voivat helpottaa varsinaisessa laatu-arvioinnissa ja siihen valmistautumisessa

