Luonnonvara- ja biotalouden tutkimus 8/2021

Luomun lisäarvon hyödyntämismahdollisuudet matkailussa Etelä-Savossa

Hanna Muttilainen ja Hanna-Maija Väisänen

Luke
LUONNONVARAKESKUS

Luonnonvara- ja biotalouden tutkimus 8/2021

Luomun lisäarvon hyödyntämismahdollisuudet matkailussa Etelä-Savossa

Hanna Muttilainen ja Hanna-Maija Väisänen

Luonnonvarakeskus, Helsinki 2021

Viittausohje:

Muttilainen, H. & Väisänen, H.-M. 2021. Luomun lisäarvon hyödyntämismahdollisuudet matkailussa Etelä-Savossa. Luonnonvara- ja biotalouden tutkimus 8/2021. Luonnonvarakeskus. Helsinki. 38 s.

ISBN 978-952-380-155-4 (Painettu)
ISBN 978-952-380-156-1 (Verkkojulkaisu)
ISSN 2342-7647 (Painettu)
ISSN 2342-7639 (Verkkojulkaisu)
URN http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-380-156-1
Copyright: Luonnonvarakeskus (Luke)
Kirjoittajat: Hanna Muttilainen ja Hanna-Maija Väisänen
Julkaisija ja kustantaja: Luonnonvarakeskus (Luke), Helsinki 2021
Julkaisuvuosi: 2021
Kannen kuvat: Anne Hytönen (retkeläiset), Katja Ojala (salaatti) ja Birgitta Partanen (puolukat)
Painopaikka ja julkaisumyynti: PunaMusta Oy, http://luke.juvenesprint.fi

Tiivistelmä

Hanna Muttilainen[1)] ja Hanna-Maija Väisänen[2)]

[1)]Luonnonvarakeskus

[2)]Helsingin yliopisto Ruralia-Instituutti

Etelä-Savossa on vahvaa ja monipuolista luomutuotantoa ja luomuasiantuntemusta, joka tunnetaan valtakunnallisesti. Maakunnassa on laajamittaista luomupuutarhatuotantoa, -kotieläintuotantoa, -jatkojalostusta ja lisääntyvää kiinnostusta metsien luomusertifiointiin ja sen kaupalliseen hyödyntämiseen. Tällä hetkellä luomu liitetään vahvimmin elintarvikkeisiin ja kosmetiikkaan, mutta sen brändiarvoa olisi mahdollista hyödyntää laajemminkin ja monipuolisemmin mm. erilaisissa matkailijoille suunnatuissa palveluissa ja tuotteissa.

Tässä raportissa esitellään Lähde luomun matkaan! – Luomun lisäarvon hyödyntäminen Etelä-Savon matkailuyritysten liiketoiminnassa -hankkeen tuloksia siitä, miten luomun ja luomubrändin käytettävyyttä voitaisiin lisätä matkailussa Etelä-Savossa. Hankkeessa mm. selvitettiin luomumatkailun tilannetta Euroopassa ja Suomessa ja ideoitiin ja kehitettiin yhdessä hankkeen yrittäjien kanssa uudenlaisia matkailutuotteita, joissa luomu on jossain muodossa mukana. Ideoista valittiin kaksi, luomusauna- ja luomumetsäretkikonsepti, jotka pilotoitiin testiasiakkailla.

Euroopassa luomumatkailu näyttäytyy muun muassa luomumaatilamatkailukohteina, hotelleina, B&B -paikkoina, ravintoloina ja ruokaan liittyvinä ohjelmapalveluina. Etelä-Savon vahvuudet huomioiden maakunnassa olisi hyvät mahdollisuudet hyödyntää yhteistyötä matkailun ja maatalouden kesken. Luomumaatiloilla järjestettävät omatoimiset tai opastetut luomutilareitit voisivat olla matkailijoita kiinnostavia kokonaisuuksia. Tällaisen luomumaatilakonseptin kehittäminen edellyttäisi tilojen välisen yhteistyön lisäksi yhteistyötä matkailualan toimijoiden kanssa. Luomuruoalla on tärkeä rooli matkailuyrityksen vastuullisuuden toteuttamisessa ja matkailupaikan ympäristövastuullisuus voi näkyä konkreettisimmin asiakkaalle muun muassa lähi- ja luomutuotteina.

Vahvan luomuosaamisen lisäksi Etelä-Savo on maamme metsäisin maakunta. Tällä hetkellä suurin kehitys luomutuotannossa on tapahtunut juuri metsissä. Metsistä saatavan luomustatuksen omaavilla uusilla tuotteilla ja metsien luomukeruualueiden kytkemisellä matkailuun voitaisiin saada uutta kasvua luomualalle. Hankkeessa selvitettiin luomun lisäarvoa metsäretkellä testiryhmän sekä asiakaskyselyn avulla. Tulosten perusteella luomumetsään kytkeytyvä matkailutuote kannattaa tuotteistaa siten, että se on selkeästi erilainen kuin vastaava "tavanomainen" matkailutuote.

Etelä-Savo ja Saimaan alue on tunnettu puhtaasta luonnosta ja tämä tukee positiivisesti mielikuvaa luomusta ja vastaa moniin tämän päivän kulutustrendeihin. Luomuun liitetään asioita kuten puhtaus, ympäristöystävällisyys ja alhainen hiilijalanjälki. Luomumetsillä on todennäköisesti imagoarvoa niin yrityksille kuin matkailualueelle.

Hanke toteutettiin yhteistyössä Luonnonvarakeskuksen ja Helsingin yliopiston Ruralia-instituutin kesken. Hanketta rahoittivat Etelä-Savon maakuntaliitto, Mikkelin seudun kehityshankerahasto, Mikkelin yliopistokeskus sekä hankkeessa mukana olleet yritykset.

Kiitämme rahoittajia ja hankkeessa mukana olleita yrityksiä sekä muita yhteistyökumppaneita yhteistyöstä hankkeen aikana.

Asiasanat: Luomu, matkailu, luomumatkailu, luontomatkailu, luomukeruualueet, sertifiointi

Sisällys

Tiivistelmä **3**

1. Johdanto **5**

2. Luomumatkailuun liittyvä lainsäädäntö **7**

2.1. Luomuelintarvikkeet ja -kosmetiikkatuotteet 7

2.2. Luomukeruualueiden sertifiointi 8

3. Luomumatkailu Euroopassa ja Suomessa **9**

3.1. Luomun ja matkailun yhdistäminen Euroopassa 9

3.2. Luomumatkailu Suomessa 14

3.3. Päätelmiä luomumatkailusta Euroopassa ja Suomessa 17

4. Luomumatkailutuote eteläsavolaisista lähtökohdista **18**

4.1. Luomusauna 18

4.2. Luomumetsäretki 22

4.2.1. Luomumetsäretkitestaus 22

4.2.2. Asiakaskysely 26

5. Yhteenveto **33**

Viitteet **35**

Liite 1 ..... **37**

1. Johdanto

Tämän päivän kuluttajia puhuttelee hyvinvointi, aitous, luonnollisuus, yksilöllisyys sekä eettisyys, ekologisuus ja vastuullisuus. Luomutuotteet ovat vastaus moniin tämän päivän kulutustrendeihin, ja luomutuotteiden kysyntä kasvaakin voimakkaasti globaalisti, minkä seurauksena luomubrändi on kansainvälisesti jo hyvin tunnettu. Luomu liitetään vahvimmin elintarvikkeisiin ja kosmetiikkaan, mutta sen brändiarvoa olisi mahdollista hyödyntää laajemminkin ja monipuolisemmin mm. erilaisissa matkailijoille suunnatuissa palveluissa ja tuotteissa.

Luomumatkailulle (organic tourism) ei ole olemassa yhtenäistä tai yleisesti hyväksyttyä määritelmää. Lainsäädännöllisestä näkökulmasta luomumatkailu ei ole suoraan määriteltävissä, koska laki luonnonmukaisesta tuotannosta koskee vain maataloustuotteita. Kuluttajalainsäädännön mukaan voidaan kuitenkin puhua luomumatkailutuotteesta/-palvelusta, mikäli se ei johda kuluttajaa harhaan. Se tarkoittaa tässä tapauksessa, että markkinoitaessa esimerkiksi matkailutuotetta "luomusauna", tulee kuluttajille selkeästi ilmaista mitä luomuelementtejä tuote sisältää. Luonnollisesti se minkä sanotaan olevan luomua, on oltava lainsäädännön mukaan luomua.

Matkailumuotona luomumatkailun voidaan sanoa olevan eräs ekomatkailun muoto. Ekomatkailu on luontoalueille kohdistuvaa vastuullista matkailua, joka säilyttää ja suojelee luontoa sekä tukee paikallisväestön hyvinvointia. Ekomatkailu perustuu yleensä luontoon tai siihen liittyvän kulttuurin tarkkailuun ja siitä oppimiseen. (UNEP 2001) Kun ekomatkailussa on mukana jollain tavoin luomua, voidaan puhua luomumatkailusta (Ugurlu 2014).

Tyypillisesti luomumatkailu liitetään luomumaatiloihin ja siellä tapahtuviin aktiviteetteihin osallistumiseen (Ugurlu 2014). Luomumatkailu pohjautuu siten maaseutumatkailuun. Maaseutumatkailu on yksi matkailun erityismuoto, jonka vetovoima perustuu maaseutuympäristöön ja sen suomiin aktiviteettimahdollisuuksiin. Tämän matkailumuodon vetovoimatekijöinä ovat muun muassa maaseutumainen elämäntapa, luonto ja rauhallisuus. (Saarinen 2004; Ryymin 2006) Maatalouteen kytkeytyvän luomumatkailun on sanottu pohjautuvan kestävään maatalouteen sekä tukevan ympäristön ja luonnonvarojen suojelua (Privitera 2010). Lisäksi on todettu, että maatalouteen kytkeytyvä luomumatkailu voi kannustaa turisteja ymmärtämään ympäristön merkitystä, tärkeyttä ja moniarvoisuutta. Tämä voi lähentää matkailijan suhdetta ympäristöön, mikä puolestaan voi vaikuttaa positiivisesti ympäristöystävälliseen käyttäytymiseen. (Choo & Tazim 2009)

Luomumatkailu voi olla kuitenkin paljon muutakin kuin maatalouden ympärille rakennettua matkailutoimintaa. Maailmalla tällä hetkellä luomu kytkeytyy erityisesti matkailuun, jossa keskiössä ovat terveellisyys, rentoutuminen, kulttuuri ja gastronomia (wellness, relaxation, culture, gastronomy). Luomumatkailusta kiinnostuneet hakevat mukavuuden lisäksi yksinkertaisuutta, puhtautta ja jossain määrin vaatimattomuutta. He etsivät ennen kaikkea terveellisiä kohteita, joissa viettää aikaa, syödä ja vierailla. (Ugurlu 2014)

Etelä-Savossa on vahvaa ja monipuolista luomutuotantoa ja luomuasiantuntemusta, joka tunnetaan valtakunnallisesti. Maakunnassa on laajamittaista luomupuutarhatuotantoa, -kotieläintuotantoa, -jatkojalostusta ja lisääntyvää kiinnostusta metsien luomusertifiointiin ja sen kaupalliseen hyödyntämiseen. Etelä-Savo on myös maamme metsäisin maakunta. Tällä hetkellä suurin kehitys luomutuotannossa on tapahtunut juuri metsissä. Metsistä saatavan luomustatuksen omaavilla uusilla tuotteilla ja metsien luomukeruualueiden kytkemisellä matkailuun voitaisiin saada uutta kasvua luomualalle. Etelä-Savon puitteet luovat hyvät lähtökohdat vastata globaaleihin matkailun kehitystrendeihin.

Lähde luomun matkaan! – Luomun lisäarvon hyödyntäminen Etelä-Savon matkailuyritysten liiketoiminnassa -hankkeen tavoitteena oli lisätä luomun ja luomubrändin käytettävyyttä matkailussa Etelä-Savossa sekä edistää metsien luomukeruualueiden sertifiointia. Tässä julkaisussa tuodaan esille mitä mahdollisuuksia ja millä tavoin luomu voisi tuoda jotain uutta ja tarjota lisäarvoa matkailuun alueella. Luvussa kaksi esitellään luomumatkailuun liittyvää lainsäädäntöä ja luvussa kolme tarkastellaan luomumatkailutilannetta Euroopassa ja Suomessa. Luvussa neljä esittelemme hankkeessa tehtyjä luomumatkailutuotteiden testauksia ja annamme käytännön vinkkejä houkuttelevan luomumatkailutuotteen suunnitteluun ja viestimiseen. Lopuksi johtopäätöksissä pohdimme, miten luomu voidaan liittää globaaleihin matkailun kehitystrendeihin Etelä-Savon vahvuudet huomioon ottaen.

2. Luomumatkailuun liittyvä lainsäädäntö

Luomumatkailua koskee luonnollisesti luomuun liittyvä lainsäädäntö. Matkailutuotteeseen sisältyvien luomutuotteiden tulee olla lainsäädännön mukaisia ja sertifioituja luomutuotteita. Luomumatkailutuotteen viestintä ja markkinointi ei saa johtaa kuluttajaa harhaan.

2.1. Luomuelintarvikkeet ja -kosmetiikkatuotteet

Luomu on ruuantuotannon laatujärjestelmä ja sertifioitu tuotantotapa, joka perustuu sekä IFOAMin luonnonmukaisen tuotannon periaatteisiin, että Euroopan yhteisön luomulainsäädäntöön. Luomualkutuotanto perustuu ravinteiden kierrätykseen, maaperän kunnon ja luonnon monimuotoisuuden ylläpitämiseen, uusiutumattomien luonnonvarojen käytön välttämiseen ja tuotantoeläinten hyvinvointiin ennaltaehkäisevästi mahdollistaen mahdollisimman pitkälle lajinmukaisen käyttäytymisen.

Luonnonmukaisessa alkutuotannossa on teollisten väkilannoitteiden ja -rehujen sekä synteettisten torjunta-aineiden ja muuntogeenien (GMO) käyttö kielletty. Luomuruoan prosessoinnissa sallittujen elintarvikelisäaineiden määrä on hyvin rajallinen ja aineiden tulee olla maatalousperäisiä. Perusperiaatteena on luonnon, ihmisten ja eläinten hyvinvoinnin turvaaminen. (ProLuomu 2018)

Vaikka luomulainsäädännön piiriin kuuluvat maataloustuotteet, niistä valmistettuihin aterioihin ja niiden valmistukseen eli ateriapalvelutoimintaan ei tätä lakia sovelleta. Jäsenvaltiot ovat kehittäneet tähän omat kansalliset ohjeistukset sekä valvonnan luomun käytölle ja viestimiselle keittiöissä. Suomessa kansallisten sääntöjen sijasta toimii "Portaat luomuun" -ohjelma, joka tarjoaa mallin ja ohjeistuksen luomun käyttöön ja viestintään ammattikeittiössä. (Evira 2018a)

Kuluttajasuojalaki velvoittaa, että markkinoinnissa ei saa käyttää kuluttajan kannalta epäedullista menettelyä, kuten harhaanjohtavaa mainontaa tai antaa virheellistä informaatiota tuotteen ominaisuuksista. Näin ollen ravintoloissa ja muissa tarjoilupaikoissa asiakkaalle ilmoitettujen tai mainostettujen luomutuotteiden tai -raaka-aineiden on oltava lainsäädännön mukaisia luomutuotteita. Asiakkaiden tulee myös tietää mitkä ainesosat ruoka-annoksessa ovat luomua ja mitkä eivät ole. Käytettävistä luomutuotteista ja aterian luomuraaka-aineista keittiö ilmoittaa ruokalistassaan tai tuotekortein tuotteen vieressä. Luomuateriaksi saa kutsua vain ateriaa tai ruoka-annosta, jossa kaikki aterian tai ruoka-annoksen raaka-aineet ja osat ovat 100 % luomua. Lisätietoa luomun varmentamiseen ja viestintään (mm. ammattikeittiössä) löytyy seuraavista julkaisuista: Arolaakso ym. 2016 ja Harmoinen 2017 (julkaisujen tiedot löytyvät viiteluettelosta).

EU:n luomulainsäädäntö koskee vain maataloustuotantoa ja maatalousperäisiä tuotteita (elintarvikkeet ja rehut). Sen vuoksi esimerkiksi kosmetiikkatuotteet eivät kuulu EU:n tämänhetkisen luomulainsäädännön piiriin. Luomukosmetiikkatuotteita kuitenkin löytyy ja niitä sertifioivat yksityiset sertifiointiyritykset. IFOAM (International Federation of Organic Agriculture Movements) on laatinut ohjeistusta luomukosmetiikalle. Jäsenmaat voivat laatia omia ohjeistuksiaan; esimerkiksi Itävallassa Austria Bio Garantie sertifioi luomukosmetiikkaa.

Euroopassa yleisesti käytössä oleva standardi luomukosmetiikalle on Cosmos standardi (COSMetic Organic and Natural Standard), joka sisältää luomu- ja luonnonkosmetiikkatuotteiden sertifiointivaatimukset. Yleisesti luomutuotteeksi saa nimetä sellaisen kosmetiikkatuotteen, jossa vähintään 95 % kasvisperäisistä ainesosista on luomua. Lisäksi vähintään 10 % kaikista ainesosista on oltava peräisin luonnonmukaisesta viljelystä. Sertifiointitahoja on Euroopassa

useita, esimerkiksi Ecocert. Luomukosmetiikkatuotteissa luomumerkintä voi näyttää kuvan 1 kaltaiselta. Merkinnästä käy ilmi luomustatus ja sertifiointitaho.

Lisätietoa Cosmos standardista löytyy sivulta: https://www.cosmos-standard.org/

Kuva 1. Luomukosmetiikkatuotteiden Cosmos organic luomumerkintä.

2.2. Luomukeruualueiden sertifiointi

Maataloustuotannon lisäksi myös metsien keruutuotteet voivat olla luomua, jos ne on kerätty sertifioiduilta luomukeruualueilta. Luomukeruualueilla tarkoitetaan luomuvalvontajärjestelmään hyväksyttyjä ja vaatimukset täyttäviä luonnonalueita, kuten metsiä ja soita, sekä niihin liittyviä muita mahdollisia luonnontilaisia alueita. Luomukeruutuotannossa alueen omistaja tai haltija sitoutuu noudattamaan luonnonmukaista tuotantotapaa keruuseen käytetyillä alueilla. Luomukelpoisuus selvitetään ja tarkastetaan vuosittain. Kriteereinä on kemiallisten lannoitteiden ja kasvinsuojeluaineiden käyttö, joka rajaa metsäalueet pois luomukäytöstä siirtymäajaksi (36 kk). Luomukeruualueiden sertifiointi mahdollistaa metsätalouden harjoittamisen metsäsuunnitelman mukaisena. Luomuvalvontaan kuuluminen ei aseta rajoituksia metsätalouden harjoittamiselle, kunhan tieto luomuun kuulumattomista toimenpiteistä välittyy eteenpäin. (Evira 2018b)

Suomessa alkutuotannon luomuvalvonnasta vastaa alueelliset ELY-keskukset, jotka valvovat myös luomukeruualueita. Metsien liittäminen luomukeruualueiksi on mahdollista toteuttaa kahdella tavalla. Keruualueen voi ilmoittaa luomuvalvontajärjestelmään joko alueen omistaja/haltija, ns. perusmalli, tai keruualueen selvittäjä, ns. selvittäjämalli. Selvittäjä on luomuvalvontajärjestelmään rekisteröitynyt toimija, joka vastaa luomukelpoisuuden selvittämisestä ja alueen valvontaan liittämisestä, hoitaen myös luomuvalvonnan kustannukset. (Evira 2018b)

Luomukeruualueita voivat hyödyntää luomuvalvonnassa mukana olevat yritykset. Luomukeruu voi perustua ns. jokamiehenoikeuteen (esim. mustikan kaupallinen poiminta) tai se voi vaatia erikseen maanomistajan luvan (esim. pakurikäävän, mahlan ja jäkälän kerääminen). Luomun merkityksellisyys on huomioitu myös matkailuelinkeinon piirissä. Kiinnostus aineettomien arvojen tuotteistamiseen osaksi matkailukokemusta on selvästi lisääntymässä. Tässä raportissa puhumme jatkossa luomumetsistä, joilla tarkoitamme luomukeruualueiksi sertifioituja metsäalueita.

3. Luomumatkailu Euroopassa ja Suomessa

3.1. Luomun ja matkailun yhdistäminen Euroopassa

Euroopassa luomumatkailu näyttäytyy muun muassa luomumaatilamatkailukohteina, hotelleina, B&B -paikkoina, ravintoloina ja ruokaan liittyvinä ohjelmapalveluina. Luomu näyttää useimmiten kytkeytyvän matkailuun tai olevan osana matkailua luomuruoan muodossa. Esimerkiksi Itävallassa luomumatkailukohteissa on edelleen vahva luomumaatalouskytkentä; matkailukohteiden perustana on usein maatila, jonka ympärille on alettu kehittämään matkailua. Perinteisin luomumatkailun muoto lieneekin luomumaatilalla tapahtuva majoittuminen ja tilan töihin osallistuminen ja tätä kautta luomusta oppiminen.

BioParadies Salzburgerland

Itävallassa, Salzburgerlandin osavaltiossa toimiva BioParadies Salzburgerland (BP SBGL) verkosto lienee yksi Euroopan luomumatkailun parhaimpia esimerkkejä siitä, miten alueen luomutuotanto ja matkailu ovat nivottu yhteen. BioParadies Salzburgerland on jäsentensä markkinointia varten perustettu yhdistys, johon kuuluu Salzburgin osavaltiossa sijaitsevia BioAustrian sertifioimia ravintoloita, maatiloja, majataloja ja hotelleja. Vuonna 2009 perustettu yhteistyöorganisaatio on ensimmäinen laatuaan Itävallassa.

Kuva 2. BioParadies Salzburgerland -verkoston tunnus.

Yhdistyksen toiminnan kivijalkana on alueen vahva luomutuotanto: Salzburgerlandin osavaltion luomupinta-ala on Itävallan ja Euroopan korkein, 57 %, ja siellä on noin 3 700 luomumaatilaa (Herzog 2018). Verkosto lähtikin liikkeelle juuri luomuruoasta. Yhdistyksen perustivat SalzburgerLandTourismus GmbH, Bioverband BIO AUSTRIA Salzburg, Marketing Club "Saalachtaler Bauernprodukte", BioArtAG ja Holidays on the Farm. Tällä hetkellä mukana on 23 hotellia, ravintoloita, vierasmajoja, maatiloja sekä 29 luomumaatilaa. Luomutilojen rooli on antaa ihmisille mahdollisuus kokea ja ymmärtää mistä luonnonmukaisessa maataloudessa on kyse. Jokainen luomutila ja sen isäntä ja/tai emäntä ovat yksilöllisiä, mikä takaa aitouden ja paikallisuuden kokemisen. (BioParadies Salzburgerland 2020)

Jokainen Salzburgin BioParadies-yritys on Bio Austrian jäsen ja jäsenyritykset tarkastetaan vuosittain kansallisen virallisen tarkastuslaitoksen toimesta (BioParadies Salzburgerland 2020). Kerran vuodessa yhdistys järjestää verkoston jäsenten kesken ison tapaamisen, jossa mm. esitellään ja ideoidaan uusia tuotteita. Yhdistys tekee yhteistyötä myös muiden toimialojen kanssa;

esimerkiksi kosmetiikka-alan, jossa luomuraaka-aineiden suosio on kasvussa. Jäsenet maksavat yhteisistä toimenpiteistä 1 250 – 3 000 euroa vuodessa, mikä sisältää Bio Austria sertifioinnin auditointikulut. (Jäger 2018)

BioParadies-yritysten pääasiakasryhmät ovat matkailijoita, joille luomu on tärkeää, lapsiperheitä sekä LOHAS-kuluttajia (Lifestyle of Health and Sustainability). Asiakkaista noin puolet tulee Saksasta, mutta myös kotimaiset asiakkaat ovat laajasti edustettuina. Asiakkaat haluavat tietää mistä yritysten tuotteet tulevat ja miten ne ovat valmistettu. Aidot tuotteet ja paikalliset ihmiset ovat tärkeitä positiivisen matkakokemuksen luomisessa. (Jäger 2018)

BioParadies markkinoi toimintaansa pääasiasiassa sähköisen markkinoinnin avulla. Sen verkkosivut ovat näyttävä osa alueellisen matkailun edistämisorganisaation Salzburgerland Gmbh:n portaalia. Markkinointimateriaalina toimivat printtinä ja verkkojulkaisuna jaettavat esite ja lehti. Yhdistyksellä on oma logo, jota jäsenet voivat käyttää verkkosivuillaan ja pitää esillä yrityksessään. (Jäger 2018)

Kuva 3. BioParadies Salzburgerlandin internetsivut ovat tärkeä osa markkinointia. https://www.salzburgerland.com/de/bioparadies/

Luomun esiintuominen vahvoissakin luomumaissa matkailun yhteydessä voi olla vaatimatonta (Hediger 2016). Luomun käytön esiintuomisella markkinoinnissa ja viestinnässä matkailuyritys voi hyödyntää luomun brändiarvoa (Jäger 2018).

Luomuviestinnässä BioParadies Salzburgerlandin jäsenellä on valittavana kolme eri tasoa sen mukaan, millainen on luomuruoan tarjonta yrityksessä. Tasosta kertovat eri väriset perhoslogot. Sininen perhonen on merkki siitä, että paikassa tarjotaan luomuaamupalaa. Vihreä tarkoittaa, että paikassa on luomua tarjolla aamupalasta illalliselle ja oranssi puolestaan kertoo, että kaikki tarjottavat juomia myöten ovat 100 % luomua. (BioParadies Salzburgerland 2020)

Kuva 4. BioParadies Salzburgerlandin luomutarjonnan tasosta kertovat perhoslogot.

Luomu näkyy Salzburgin alueella matkailijoille vahvasti myös suoramyyntikohteissa ja vähittäistavarakaupoissa. Salzburgin osavaltiossa noin 160 Bio Austria-luomutilaa myy tuotteitaan suoramyyntinä joko omalta tilaltaan tai muuta kautta. Tilan tuotteita on myynnissä kaupunkien ja kylien luomumyymälöissä tai -toreilla ja usealla tuottajalla on yhteisiä tilamyymälöitä.

Haasteena luomuvaltaisellakin alueella voi olla, että matkailuyrityksen laajentuessa voi joutua tinkimään luomutuotteiden laajuudesta tai määrästä. Luomutuotteita ei jostain syystä riitä tai ei haluta enää pitäytyä pelkästään luomussa esimerkiksi ravintolan ruokatarjonnassa. (Jäger 2018) Yhtenä selittävänä tekijä luomun vähenemisen nähdään paikallisuuden suuri suosio niin matkailijoiden kuin yrittäjien piirissä.

Kuva 5. Markkinointimateriaalina toimiva lehti Itävallassa.

BijoFARM

Seuraavaksi esittelemme yhden BioParadies Salzburgerlandin jäsenen, BijoFARMin. BijoFARM on esimerkki siitä miten pieni maatila ja matkailuyritys voi menestyä luomun ja verkostoitumisen avulla. Tila oli Lähde luomun matkaan -hankkeen opintomatkan yksi käyntikohde.

Birgit ja Josef Schattbacherin BijoFARM on pieni luomumaatila, jonka yhteyteen tilan emäntä on ideoinut ja kehittänyt luomuruusuteemalla kahvilatoimintaa ja erilaisia ruusutuotteita. Tilalla kasvaa 650 ruusulajiketta, joista osa on harvinaisia. Ruusuteemaa hyödynnetään itse leivotuissa leivonnaisissa, puodin tuotteissa, visuaalisessa ilmeessä ja tarinankerronnassa. Birgit tekee myös ruusuaiheisia somistuksia erilaisiin tilaisuuksiin ja tiloihin.

Kuva 6. Kuvia BijoFARMista.

Maatila on ollut saman suvun hallussa 1400-luvun lopulta saakka. Rakennukset ovat yhdistelmä vanhaa ja uutta. Satoja vuosia vanhan talon yrittäjäpariskunta on remontoinut lämpökeskukseksi ja myöhemmältä ajalta peräisin olevan talon kodiksi ja kahvilaksi. Majoitustilana toimii yksi kahden hengen huoneisto (ROSENsuite), johon sisältyy infrapunasauna ja poreallas. Lisäksi perheen vanhimmalla tyttärellä on hierontatilat samassa rakennuksessa, ja hierontaöljy on tehty oman tilan ruusuista.

ROSENcafé tarjoaa kesäaikaan aamiaista tiettyinä päivinä viikossa. Kahvila on auki tilauksesta muulloinkin ja se toimii myös juhlien pitopaikkana. Kahvilan tuotteisiin kuuluu mm. itse leivottuja sämpylöitä, ruusulla maustettua mehua ja hilloja sekä ruusuteetä. Tila sijaitsee suositulla matkailualueella, joten hotelleissa majoittujat ovat myös löytäneet sen.

Kuva 7. Päiväkahvilla ROSENcaféssa.

Kahvilan yhteydessä maatilalla on pieni puoti, josta voi ostaa tilan tuotteita, mm. ruusuteetä, ruususokeria ja ruusulla maustettuja hilloja. Osittain samoja mitä on tarjolla kahvilassa. Tuotteet ovat myynnissä myös verkkokaupassa.

Kahvilatoiminta on laajentunut maatilalta myös Salzburgiin luksushotelli Steiniin. Listalla on mm. lauantaisin ja sunnuntaisin nautittava monen ruokalajin ruusuaamiainen kotitekoisin herkuin. Kahvilan tarjonnan ajatus on tuoda maatilan tuotteet suoraan asiakkaan pöytään – "from farm to table".

Yritys on osoitus siitä, että pieni, mutta tarkkaan harkittu idea ja kokonaisuus luomun ja matkailun yhdistämisessä voi toimia menestyksekkäästi. Yrityksen verkkosivut löytyvät osoitteesta https://www.bijo.farm/de/ tai englanninkieliset sivut https://www.bijo.farm/en/

Luomumaitotila

BioParadies Salzburgerlandin verkostoon kuuluu myös Maria ja Niki Rettenbacherin luomumaitotila, Fürstenhofissa. Tila on viljelty luonnonmukaisesti ja vuodesta 1993 lähtien se on ollut Bio Austria -yhdistyksen jäsenenä. Lehmän maito jalostetaan tilan omassa meijerissä päivittäin. Luomujuustovalikoima kattaa miltei 20 erilaista kypsytettyä juustoa ja useita erilaisia luomutuorejuustoja. Maatilan yhteydessä on myymälä, jossa on juustojen lisäksi myynnissä muita elintarvikkeita sekä kosmetiikkaa. Maria on kehitellyt ternimaidosta erilaisia kosmetiikkatuotteita. Taloudellisesti merkittävä toiminta tilalla on juustokurssien pitäminen; koululaisista ulkomaisiin matkailijoihin koostuvat ryhmät tekevät luomujuustoja ohjatusti. Maatilalla onkin kursseja varten erillinen tila ja juustonvalmistusvälineet pienoiskoossa.

Kuva 8. Kuvia luomumaitotilan juustokurssista.

Lisää esimerkkejä luomun ja matkailun yhdistämisestä liitteessä 1.

3.2. Luomumatkailu Suomessa

Suomen luomumatkailun kokonaiskuvaa on tarkasteltu selvittämällä ECEAT-verkoston kohteita sekä Luomua ravintola -ohjelmaan kuuluvia ruokapaikkoja ja niihin liittyviä matkailukohteita. Näiden perusteella voidaan sanoa, että Suomessa luomu on matkailussa pääosin mukana luomuruoan muodossa. Suomesta löytyy myös jonkin verran luomumaatilan yhteyteen kehitetty matkailua.

Mikä on ECEAT?

ECEAT (European Centre for Ecological and Agricultural Tourism) on johtava eurooppalainen organisaatio pienimuotoisen kestävän matkailun alalla kiinnittäen erityistä huomiota maaseutualueisiin ja luonnonmukaiseen maatalouteen. Suomessa toimii luomumatkailuyhdistys – ECEAT Suomi ry, joka ylläpitää ja kehittää Suomen verkostoa. ECEAT Suomi ry perustettiin vuonna 2005 edistämään ympäristövastuullista matkailua. Sen lisäksi ECEAT tukee luomuviljelyä, luonnon- ja ympäristönsuojelua sekä kulttuuriperinnön ja -maisemien suojelua. ECEATin tavoitteena on mm. tukea matkailun avulla perinteisiä pienviljelijöitä ja kannustaa heitä jatkamaan ammattiaan.

ECEAT Suomi ry:n laatuvaatimukset pohjautuvat kansainvälisen kattojärjestön ECEAT Internationalin vaatimuksiin, mutta joiltakin osin kriteereitä on sovellettu Suomen oloihin paremmin sopiviksi. Jokaisessa matkakohteessa tulee olla nähtävillä ECEAT:in laatutodistus osoituksena sitoutumisesta ECEAT:in laatuvaatimuksiin. Kriteerit edellyttävät esimerkiksi luomun suosimista: jäsenyrityksen ruokapalveluissa on oltava tarjolla vähintään kuusi luomutuotettua elintarviketta tai raaka-ainetta. Lisätietoja ECEATista ja tarkempaa tietoa matkakohteista löytyy internetosoitteesta https://luomumatkailu.fi

ECEAT-kohteet tunnistaa tästä merkistä.

Suomalaiset luomumatkailukohteet ja luomuruokaa tarjoavat paikat

ECEAT Suomen luomumatkailuyhdistykseen kuuluvia luomumatkailukohteita oli Suomessa syksyllä 2020 26, joista Etelä-Savossa 3. Valtaosa on luomutiloja (16), jotka harjoittavat myös matkailutoimintaa. Mukana on myös majoitusta ja mökkivuokrausta tarjoavia yrittäjiä, sillä luomustatus ei ole jäsenyyden ehdoton edellytys. Jäseneksi voivat hakea matkailupalveluja tarjoavat luomutilat, ympäristövastuulliset majatalot ja ekokylät, luomu- ja ekokahvilat ja -ravintolat sekä muut majoitus- ja vierailukohteet, joissa panostetaan vahvasti ympäristönsuojeluun ja paikalliseen kulttuuriin. (Suomen luomumatkailuyhdistys 2020)

Kotimaisissa luomumatkailukohteissa on tarjolla monipuolisesti ohjelmapalveluita ja ekoaktiviteetteja esimerkiksi opastettuja retkiä, ratsastusta, polkupyöräilyä, soutamista ja melontaa. Lisäksi osa yrityksistä tarjoaa mahdollisuutta osallistua maatilan töihin tai tutustumista muutoin

luomuviljelyyn tai eläimiin. Tarjolla on myös kädentaitoja harjoittavia kursseja, kuten villan huovutusta, kukkien sidontaa, puutarhakursseja ja kutomista. ECEAT Suomen matkailukohteista noin puolella on tarjolla ruokapalveluja.

Portaat luomuun -ohjelma ja Luomua ravintola -haku

Portaat luomuun -ohjelma on ammattikeittiöille suunnattu palvelu, jonka avulla ravintolat ja ruokapalvelut voivat lisätä luomutuotteiden käyttöä asteittain ja viestiä siitä asiakkailleen luotettavasti. Ohjelma on maksullinen ja sitä ylläpitää EkoCentria.

Osana Portaat luomuun -ohjelmaa EkoCentria ylläpitää Luomua ravintola -hakua, jolla voi etsiä luomua tarjoavia ravintoloita tai ruokapalveluita paikkakunnittain. Hakupalvelusta löytyy kaikkiaan noin 2 400 ruokapalvelua. Yksityisen sektorin ruokapalveluja, kuten kahviloita ja ravintoloita, on noin 550. Noin 1 850 on julkisia ruokapalveluja, kuten päiväkotien, koulujen ja vanhusten palvelutalojen ammattikeittiöitä. (Luomua Ravintola 2020a)

EkoCentrian mukaan Suomen ravintoloissa ja ruokapalveluissa käytetään luomutuotteita vähintäänkin joskus. Ravintolat, kahvilat tai majoituspaikat eivät kuitenkaan aina kerro käyttävänsä luomutuotteita. (Luomua Ravintola 2020b)

Matkailija voi tunnistaa luomutuotteita käyttävän ruokapaikan Luomua-tähtitunnuksesta. Luomua-tunnuksessa on 1–3 tähteä, jotka kertovat luomun käyttömäärän. Yksi tähti tarkoittaa, että ravintola käyttää jatkuvasti vähintään kahta luomutuotetta, ja raaka-ainekiloista yli kymmenen prosenttia on luomua. Kaksi tähteä kertoo, että käytössä on vähintään kahdeksan luomutuotetta, ja luomua on yli 30 % raaka-ainekiloista. Kolme tähteä edellyttää, että ravintolassa käytetään jatkuvasti yli 20 luomutuotetta, ja luomun osuus on vähintään 70 % raaka-ainekiloista. Kolmen tähden luomuravintoloita ovat mm. Härmän Rati Järvenpäässä, Puukarin Pysäkki Valtimolla ja Tea House Wehmais Juvalla. (Luomua Ravintola 2020c)

Lisätietoja http://www.luomuravintola.fi/portaat-luomuun---ohjelman_toiminta ja http://www.luomuravintola.fi/

TeaHouse of Wehmais

TeaHouse of Wehmais on teehuone-bistro, jossa tee ja ruoka kohtaavat aivan uudella tavalla. Yritys sijaitsee Juvalla, vanhan Wehmaan herraskartanon pihapiirissä, tilan vanhassa hevostallissa. 1800-luvun puolivälissä rakennetun tallirakennuksen jykevät hirret, ranskalais-skandinaavinen sisustus sekä pihapiirin vanhanajan tuntu luovat ainutlaatuisen tunnelman TeaHousessa vierailevalle. Wehmaan herraskartano toimii nykyään luomumaitotilana ja tilan toiminta näkyy ja kuuluu TeaHousen ympärillä. Varsinkin kesäaikaan pihapiirissä vieraileva voi tutustua Wehmaan asukkeihin kuten luomulehmiin, -vuohiin ja kanoihin.

TeaHouse of Wehmais on Portaat luomuun –järjestelmässä ylimmällä portaalla ja heidät on luokiteltu 3 tähden luomuravintolaksi. Teehuone-bistron sesongin mukaan vaihtuva menu syntyy käsityönä lähituottajien parhaista antimista ja yritys käyttää ruoassa niin paljon luomutuotteita mitä saatavuus ja sesongit mahdollistavat. Lähes kaikki tarjottavat tuotteet valmistetaan itse paikan päällä ja yritys tekee paljon yhteistyötä erityisesti lähialueen luomutuottajien kanssa.

Teehuone-bistron kanssa samassa rakennuksessa sijaitsee TeaHouse of Wehmaisin tee ja lifestyle -myymälä, jonka valikoima pitää sisällään teetä, teetarvikkeita, herkkutuotteita sekä sisustus- ja lahjatavaroita. Tuotteiden valintakriteereinä korostuu vastuullisuus ja ympäristöystävällisyys, ja valikoimista löytyy myös paljon kotimaisten pienten tuottajien tuotteita.

http://www.teahouse.fi

3.3. Päätelmiä luomumatkailusta Euroopassa ja Suomessa

Euroopassa ja Suomessa luomumatkailu on rakentunut luomuruoan ympärille. Luomuruoka on ollut useimmiten se ”luomuelementti” matkailutuotteessa, josta on aloitettu ja se on edelleen keskeinen osa luomun ja matkailun yhdistämisessä.

Euroopassa luomumatkailulla on vahva kytkös luomumaatalouteen. Hyvänä esimerkkinä tästä on Itävallan Salzburgerlandin alue, jossa on hyödynnetty alueen korkea luomupinta-ala matkailussa. Tämä näkyy alueella siten, että oli kyseessä iso tai pieni matkailuyritys, taustalla on yleensä luomumaatila. Huomionarvoista on myös se, että pienikin maatila ja matkailuyritys voi menestyä luomun ja verkostoitumisen avulla (esimerkiksi edellä esitelty BijoFARM).

Jonkin verran luomumaataloutta tai -elintarviketuotantoa on ohjelmallistettu ja kytketty matkailuun. Esimerkiksi lapsille voidaan tarjota mahdollisuutta vierailla luomukanalassa ja merkitä oma kananmuna, joka sitten valmistetaan aamupalalle. Luomuohjelmapalveluja voivat olla esimerkiksi erilaisten luomuelintarvikkeiden valmistus, kuten sivulla 14 esitelty luomujuustojen valmistus.

Luomua ei kuitenkaan aina tuoda näkyvästi esille. Syy voi olla siinä, että luomu koetaan jo niin arkipäiväiseksi, ettei siitä koeta tarpeelliseksi viestiä asiakkaille.

Voidaan todeta, että luomumaatalouden olemassaolo luo hyvät edellytykset luomumatkailun kehittymiselle. Paikallista luomuelintarviketuotantoa tarvitaan mm. majoituspalvelujen luomuruokatarjonnassa. On hyvä huomioida, että matkailijat hakevat usein paikallisuutta ja aitoutta. Paikallisuuden ja luomun yhdistäminen voidaankin nähdä tuplavahvuutena.

4. Luomumatkailutuote eteläsavolaisista lähtökohdista

Hankkeessa ideoitiin yhdessä hankkeen yrittäjien kanssa uudenlaisia matkailutuotteita, joissa luomu on jossain muodossa mukana. Ideoista valittiin kaksi, jota kehitettiin tuotetestaukseen asti. Tuotetestauksen tarkoituksena oli selvittää, mikä on luomun tuoma lisäarvo matkailupalvelutuotteessa. Tässä luvussa esitellään hankkeessa testatut tuotteet: luomusauna- ja luomumetsäretkikonseptit.

4.1. Luomusauna

Kuva 9. Saunassa (kuva. Harri Tarvainen, Business Finland).

Luomusaunakokeilussa testattiin saunomiseen liittyvien erilaisten luomuhoitotuotteiden, luonnontuotteiden ja luomuruoan vaikutusta saunakokemukseen. Lähinnä tarkasteltiin luomun tuomaa lisäarvoa saunatuotteeseen ja yleisesti asioita, jotka koettiin lisäarvoa tuoviksi.

Luomuelementtejä oli saunomisessa käytetyissä pesu- ja hemmottelutuotteissa, saunajuomissa ja iltaruoassa. Pesuaineet ja hemmottelutuotteet olivat koostettu luomu- ja luonnontuotteista sekä ympäristömerkityistä tuotteista. Osallistujat saivat itse valita eri tuotteita saunaan ja hemmotteluun. Ruokaisa iltapala koostui pääosin luomuraaka-aineista valmistetuista tuotteista, mutta mukana oli myös tuotteita, joita ei ollut saatavilla luomuna.

Luomusaunakokeilu toteutettiin mikkeliläisen matkailuyrityksen rantasaunalla tammikuisena iltana. Testiryhmään kuului 8 naista (ikähaarukka 18–65), joiden luomutuotteiden käyttämisen aste oli erilainen. Saunomisen jälkeen pidettiin ohjattu ryhmäkeskustelu. Projektiryhmä suunnitteli keskustelurungon, joka koostui kahdesta teemasta 1) osallistujien kuvaus luomusaunakokemuksesta yleisesti, 2) osallistujien arvio luomun tuomasta lisäarvosta saunakokemuksessa. Lisäksi keskusteltiin sopivasta hintatasosta tämän tyyppiselle tuotteelle.

Ryhmäkeskustelun tulokset

Luomusaunakokeiluun osallistuneet kuvasivat olotilaansa luomusaunomisen jälkeen rentoutuneeksi, joka sinällään on luonnollinen tunne saunomisen jälkeen. Erityisen rentoutumisen tunteen sai aikaan koeryhmän mukaan jalkakylpy ja kiireettömyys. Luomusaunaa luonnehdittiin

lisäksi hemmotteluksi, "hetkelliseksi irrottautumiseksi arjesta", avoimeksi ja toisen huomioivaksi sekä vaivattomaksi.

Osallistujien kerronnasta oli havaittavissa, että luomusaunakokemus poikkesi arkisesta saunakokemuksesta. Arkiseen saunomiseen kuuluu harvoin erilaiset hemmottelutuotteet ja usein itse saunomiseen on ehkä rajallisesti aikaa. Ero arkisaunomiseen syntyi siis kiireettömyydestä ja erilaisten tuotteiden kokeilusta, joista osan käyttö vaati enemmän aikaa kuin mitä usein arkisaunomisessa on kotona.

Kaikki sellainen, joka poikkeaa arkipäiväisestä, tuntuu erilaiselta ja jo pelkästään se voi tuoda luksuksen tuntua. Esimerkiksi tässä kokeilussa jalkakylpy toimi luksuksen tuojana samalla kun se toimi myös rentouttajana. Hemmotteluun näyttäisi kytkeytyvän kiireettömyys ja sen vuoksi aikaa vievien tuotteiden käyttö saunassa mielletään hemmotteluksi.

"*...no se on sitä luksusta siinä mielessä, että saat nauttia luvan kanssa nyt ja et sulle on koitettu tehä kaikki niin mukavaks, ku mahollista, vaikkei se ois mitään sellasta niinku ääriluksusta missään nimessä...*"

Kokemuksessa oli havaittavissa tietynlaisen yhteisöllisyyden tunne, joka syntyi todennäköisesti kiinnostuksesta ja uteliaisuudesta saunassa olleita erilaisia tuotteita ja niiden käyttöä kohtaan. Tuotteiden kokeilu ikään kuin murti jään tuntemattomien henkilöiden välillä. Yhteisöllisyys myös mainittiin tämäntyyppisen saunatuotteen yhdeksi lisäarvoksi.

Tuotteiden ja saunan ulkoisten puitteiden vaikutus kokemukseen

Luomusaunakokemukseen vaikuttaa myös fyysinen ympäristö yksityiskohtineen. Osallistujat mieltivät, että luomusaunassa tulisi olla mm. ekologiset pefletit ja käsipyyhkeet. Ekologisuus siis yhdistettiin luomusaunaan ja tämä onkin hyvä ohjenuora saunarekvisiitan koostamisessa ja hankinnassa. Ekologisiksi koettiin mm. pellavasta valmistetut paikalliset saunatekstiilit.

Osallistujien mielikuva luomusaunasta oli, että se on puulämmitteinen, luonnollinen materiaaleiltaan (puupinta), tunnelmallinen ja että sauna on kauniissa ympäristössä. Nämä mainittiin tärkeinä saunan fyysisinä elementteinä. Muina tärkeinä ominaisuuksina saunassa koettiin riittävän väljät pesutilat, keskustelun mahdollistava lauteiden asemointi sekä yleinen puhtaus ja siisteys.

Luomusaunatuotteessa huomioitavaa

Keskusteluissa kävi ilmi, että luomu käsitetään hoitotuotteissa aika samalla tavalla kuin luomuruoka: luomuhoitotuotteet ovat puhtaita, niitä on käsitelty vähemmän (ei liikaa tai turhia aineisosia) ja ne tekevät keholle (iholle) hyvää. Jotta luomuhoitotuotteiden lisäarvo oivallettaisiin oikein, on suositeltavaa avata luomukäsite nimenomaan näiden tuotteiden osalta.

Tuoksut ovat tärkeä tunnelman ja miellyttävän olon luoja, mutta tuoksumaailma on harkittava tarkkaan mahdollisten allergioiden ja migreenialttiuden vuoksi. Luomu mielletään turvallisena myös tuoksujen osalta, joten luomukosmetiikka tai -hoitotuotteet eivät saisi tuoksua liian voimakkailta. Lisäksi tuoksut kannattaa valita kohderyhmän mukaan; esimerkiksi koivun tai tervan tuoksua ulkomaalaisille, ehkä eksoottisempaa suomalaisille.

Luomukosmetiikan ja -hoitotuotteiden osalta tuotteiden alkuperällä (kotimainen-ulkomainen) ei tässä kokeilussa koettu olevan merkitystä. Kotimaisuus tai paikallisuus -ajattelu ei nähtävästi

ole vielä siirtynyt muihin tuotteisiin, kuten kosmetiikka- ja hoitotuotteisiin. Tuotteiden valinnassa tulisi kuitenkin huomioida kohderyhmä; ulkomaalaisille suomalaiset tuotteet voisivat olla houkuttelevampia.

Luomukosmetiikan ja -hoitotuotteiden osalta kaivattiin lisätietoa, koska nämä eivät ole vielä kovin tuttuja ja yleisesti käytettyjä tuotteita (vrt. luomuruoka). Lisätietoa toivottiin tuotteiden sisällöstä, miten niitä käytetään ja miten ne vaikuttavat, mistä niitä voi hankkia ja mitä ne maksavat. Tutustuminen ja kokeilu turvallisesti näihin tuotteisiin saunomisen yhteydessä koettiin mielekkääksi. Vaikuttaa myös siltä, että luomukosmetiikka- ja hoitotuotteisiin voi liittyä uutuuden viehätystä. Tämä ja tietous luomuhoitotuotteista ovatkin niitä lisäarvoja, jota luomun kautta voidaan tuoda tämän tyyppiseen saunatuotteeseen.

Luomu- ja luonnonkosmetiikka sekoitetaan helposti, joten kannattaa valita saunatuotteeseen vain toinen. Luonnonkosmetiikka yhdistetään selkeämmin luontoon ja sillä on positiivinen mielikuva. Sen vuoksi luomu vaatii enemmän mielikuvan luomista luomuhoitotuotteiden ympärille. Luontomielikuvaa ehkä kannattaa hyödyntää luomussakin, joten esimerkiksi luomukoivunlehtishampoo tai vastaavat selkeästi metsäluontoon liittyvät hoitotuotteet tuovat helpommin positiivisen mielikuvan.

Luomu edustaa osallistujien mielestä eettisyyttä, vastuullisuutta ja aitoutta. Aitous yhdistettiin myös luomusaunaa kuvaileviin ominaisuuksiin. Seuraava lainaus avaa kytkentää aitouteen: "*et jos mulle sanotaan sana luomusauna, niin mulle sit on kaikki sitä aitoo ja autenttista. Just puhuttiin siitä tulesta ja puusta ja, ja just, tai sit taas, et jos ulkomaalaiselle sanoo luomusauna, niin se tarkottaa ihan eri asiaa varmaan, että meille tää sauna suomalaisil on niin arkipäivänen kuitenki, et jos on luomusauna, niin se pitää olla jotaki tosi niinku alkuperästä sillo*"

Luomuruoka osana saunatuotetta

Vaikuttaa siltä, että toistaiseksi luomuruoka rakentaa ehkä selkeimmin suomalaisille luomun lisäarvon. Ruoassa paikallisuus ja luonnontuotteet lisäävät luomuruoan merkittävyyttä. Luomusaunakonseptissa ruoalla voi olla monta roolia. Se voi toimia saunan jälkeisen rennon ja "puhtaan" olotilan tukijana, toisaalta se voi toimia luomuruokaan tai erilaisiin makuihin tutustuttajana. Ruoka voi toimia myös saunaillan yllätyksellisenä elementtinä: kohderyhmän mukaan tarkkaan harkittu ja laadukas kokonaisuus voi saada aikaan "vau"-kokemuksen ja tuoda luksuksen tunnun.

Taulukko 1. Miten rakennetaan luomusta lisäarvoa luomusaunatuotteeseen.

	Vinkit luomusaunatuotekonseptiin
Fyysinen ympäristö	**Ekologista mielikuvaa tukevat elementit**: • puulämmitteinen kiuas • luonnollinen materiaaleiltaan (puupinta) • luomupuuvillasta tai pellavasta valmistetut tekstiilit (mm. pyyhkeet, laudeliinat)
Saunomiseen liittyvät hoitotuotteet	**Luomuhoitotuotteet**: • luonnonraaka-aineita sisältäviä • tuoksuiltaan tunnelmaa tuovia, mutta ei liian voimakkaita • kohderyhmä huomioiden (kotimaiset><ulkomaiset asiakkaat)

	• mikäli saunamatkailutuotteella erillinen teema, niin sen mukainen, esimerkiksi hemmottelu, rentoutus -> jalkakylvyt, hiusnaamiot jne.
Ruoka	**Luomuruoka**: • luomusaunakonseptissa ruoalla voi olla monta roolia (mm. rennon ja "puhtaan" olotilan tukijana luomuruokaan tai erilaisiin makuihin tutustuttajana) • paikallisuus ja luonnontuotteet lisäävät luomuruoan merkittävyyttä • voi toimia myös yllätyksellisenä elementtinä • mikäli saunamatkailutuotteella on erillinen teema, niin teemallisuutta kannattaa tuoda myös ruokaan
Luomun lisäarvon rakentaminen	**Tieto**: Kertominen luomutuotteiden sisältämistä ainesosista ja niiden vaikutuksista. **Uutuuden viehätys**: Luomuhoitotuotteisiin voi liittyä uutuuden viehätystä. **Kytkeminen rentoutumiseen, hemmotteluun:** • rentoutumista edesauttavat luomutuotteet kuten jalkakylpy, • hemmottelua saadaan aikaan tuotteilla, joiden käyttö vaatii enemmän aikaa (Huomio: R*entoutuminen ja hemmottelu koetaan usein luksukseksi*. **Tutustuttaminen turvallisesti:** Tutustuminen ja kokeilu turvallisesti tuotteisiin (hoito- ja ruokatuotteet) saunomisen yhteydessä.
Muuta huomioitavaa	**Mielikuvaa luomuhoitotuotteista**: Luomuruoan mielikuva määrittää mielikuvaa luomuhoitotuotteista (puhtaus, vähäinen käsittely, elimistölle hyvää tekevä jne.) -> Jotta luomuhoitotuotteiden lisäarvo oivallettaisiin, on suositeltavaa avata luomukäsite nimenomaan näiden tuotteiden osalta. **Yllätyksellisyys:** • positiivinen yllätyksellisyys tuo elämyksellisyyttä • yllätyksellisuus ja luomu kannattaa nivoa yhteen **Poikkeavuus arkipäivästä**: Ero arkisaunomiseen voi syntyä kiireettömyydestä ja/tai erilaisten tuotteiden, esimerkiksi aikaa vaativien hemmottelutuotteiden, kokeilusta. **Aitous** yhdistetään vahvasti luomusaunaa kuvaileviin ominaisuuksiin. **Yhteisöllisyys:** Yhteisöllisyyden tunne voi toimia myös lisäarvotekijänä.
Viestintä	**Luomusauna-sanan käyttö:** Luomusauna-sanaa voi käyttää, jos luomusaunatuote sisältää jotain luomuksi sertifioituja tuotteita/elementtejä. Esimerkiksi tarjolla on luomujuomia, saunassa on käytettävissä luomuhoitotuotteita tai tarjotaan luomuruokaa. Pääasia viestinnässä on, että kuluttajaa ei johdeta harhaan markkinoimalla luomusaunatuotetta, joka ei kuitenkaan pidä sisällään mitään luomua. Markkinointi: Kannattaa korostaa edellä taulukossa **Luomun lisäarvon rakentaminen** -kohdassa mainittuja asioita.

4.2. Luomumetsäretki

Luomumetsäretken konseptointia ja luomun lisäarvon selvittämistä varten toteutettiin kaksi toimenpidettä: luomumetsäretkikokeilu testiryhmällä sekä asiakaskysely luomumetsäretkestä suomalaisille ja saksalaisille. Luomumetsäretkikokeilussa selvitettiin, miten erilaiset luomuelementit koettiin retkellä ja mikä merkitys oli retken suuntautumisella luomukeruualueelle eli luomumetsään. Asiakaskyselyllä puolestaan haluttiin saada selville mitä lisäarvoa luomu tuo matkailutuotteeseen, mitkä luomuelementit erityisesti tuotavat lisäarvoa matkailutuotteessa ja millainen on luomumetsäretkituotteesta kiinnostunut asiakas.

4.2.1. Luomumetsäretkitestaus

Luomumetsäretkitestaus järjestettiin mikkeliläisen matkailuyrityksen luomukeruualueella elokuun 2019 lopulla. Oppaina retkellä olivat matkailuyrityksen ja luomukeruualueen omistaja sekä paikallinen luonnontuoteyrittäjä. Luomuelementtejä metsäretkitestauksessa oli itse metsä eli luomukeruualueeksi sertifioitu metsäalue, metsässä nautitut juomat, eväät nuotiopaikalla ja oppaan kertoma tietous.

Testiryhmään kuului kahden eri työyhteisön henkilöstöä (7 naista ja 1 mies). Retkelle osallistujat haastateltiin henkilökohtaisesti noin kuukauden päästä retkestä. Projektiryhmä suunnitteli haastattelurungon, joka koostui kolmesta teemasta 1) osallistujien kuvaus metsän merkityksestä, 2) osallistujien kuvaus luomun merkityksestä 3) osallistujien kokemukset ja mielipiteet luomumetsäretkestä. Haastattelut kestivät noin 20–30 minuuttia.

Luomumetsäretken kulku oli seuraavanlainen. Retki alkoi luomusertifioidun kuusimetsän reunalta matkailuyrityksen oppaan johdattelemana. Ensin käveltiin vanhassa luomukuusimetsässä pehmeän sammaleisessa maastossa oppaan kertoessa metsän hyvän olon tuomista vaikutuksista. Hengitettiin syvään luomukuusimetsän raikasta tuoksua.

Kuva 10. Luomukuusimetsässä.

Yllättäen metsän siimeksestä paljastui lasilliset luomukuusenkerkkäkuohujuomaa. Sitä siemaillessa opas kertoi kuusenkerkistä, niiden keräämisestä luomukeruualueelta ja käytöstä erilaisissa elintarvikkeissa. Lisäksi osallistujia pyydettiin muistelemaan omia metsään liittyviä muistoja.

Kuva 11. Kuohujuomat kuusimetsässä.

Retki jatkui luomukeruualueen sekametsään, jossa oli mäntyjä, nuoria koivuja ja kuusia. Alueella oli rehevä aluskasvillisuus. Opas kertoi yksittäisistä kasveista, kuten luomumustikan, -koivun, -vadelman ja -mesiangervon lehdistä ja niiden terveysvaikutuksista sekä käytöstä ruuassa. Oppaan ohjeistamana kerättiin kasveja luomuteeaineksiksi reitin varrelta. Ryhmälle esiteltiin myös luomupakurikoivikko.

Kuva 12. Luomuteeainesten poimimista.

Seuraavaksi saavuttiin järven rantaan. Opas kertoi rannalla kasvavista kasveista ja tarinoita niiden muinaisesta käytöstä, kuten esimerkiksi miten suopursulla terävöitettiin viikinkien olutta, koska se antoi silmitöntä taisteluraivoa.

Kuva 13. Rannalla.

Rannalla nuotiopaikalla nautittiin retkieväät. Tarjolla oli täytettyjä luomusämpylöitä, luomumustikkamehua, luomukahvia ja -teetä ja luomupuolukkapiirakkaa. Opas keitti metsästä kerätyistä luomukasveista teetä ja sitä sai maistella. Retki päättyi tähän.

Kuva 14. Nuotiopaikalla.

Haastattelujen tulokset

Haastateltavista enemmistö oli iältään 30–50 vuotiaita. Heistä kaksi asui maaseudulla, muut kaupungissa.

Metsän merkitys

Kaikki haastateltavat kertoivat liikkuvansa metsässä vapaa-aikanaan. He kokivat metsän rauhoittavaksi ja rentouttavaksi paikaksi, jossa pääsee irti arjen kiireistä hiljaisuuden keskellä.

"tulee kyllä nii ku semmonen rauhallinen olo ja rento ja, tuntuu sellanen, semmonen hiljasuus ja, siin rauhottuu siinä metsässä."

Haastateltavat kokivat, että metsässä herää yhteys luontoon ja tietynlainen kunnioitus metsää kohtaan. Metsän puhtaus koettiin tärkeänä.

Ku jotenki just tälleen että, en mä tiä onks se vähän uskonnollinen näkemys mut siis silleen, että se on kuitenkin joku muu luonu ku ihminen niin kyl sitä pitää kunnioittaa koska se, se on semmonen, isompi asia."

Luomun merkitys

Kaikki haastateltavat kertoivat ostavansa luomutuotteita ainakin joskus, kolme viikoittain ja muut harvemmin. Luomutuotteita valittiin puhtauden takia ja koska haluttiin välttää turhia kemikaaleja. Luomutuotteita valittiin myös sen takia, että niiden koettiin olevan ympäristöystävällisempiä, luonnon kannalta parempia ja vastuullisemmin tuotettuja.

Tuotteiden valinnassa kotimaisuus ja paikallisuus menivät monilla kuitenkin luomun edelle. Koettiin, että suomalaiset tavanomaisesti tuotetut elintarvikkeet ovat puhtaita ja turvallisia. Lähiruuan ostamisella haluttiin myös tukea paikallista ja kotimaista tuotantoa mieluummin, kuin ostaa esimerkiksi ulkomailta tuotuja luomutuotteita.

Luomukeruualueista oli kuullut vain kaksi haastateltavaa, muille asia oli aivan uusi. Monikaan ei tiennyt, että myös metsiä lannoitetaan tai siellä käytetään torjunta-aineita. Vaikka suomalaisten metsien puhtautta pidettiin lähes itsestäänselvyytenä, luomusertifioitu metsä koettiin hyvänä asiana, koska siellä ei ole käytetty mitään "*ylimääräisiä kemikaaleja*".

Sillä, että retki suuntautui luomusertifioituun metsään ei juurikaan ollut merkitystä retkelle osallistumisessa. Koettiin, että suomalaiset metsät ovat muutenkin niin puhtaita, että luomu ei juurikaan tuonut lisäarvoa retkelle. Toisaalta se herätti haastateltavia ajattelemaan metsistä saatavien luonnontuotteiden kuten marjojen puhtautta. Eräskin haastateltava totesi; *"...nytteki ku just ku ei oo ite jaksanu poimia puolikoita, nii just miettiny, että mistä niitä uskaltaa ostaa, et ku ei voi tietää onko ne jostain vesakkomyrkytysalueilta ku ihmiset vaan kerää niistä. Et oishan se hienoo sit ku sit vois luottaa siihen, että se on niinku se on varmaan totta, mikä ensimmäisenä niinku että oikeesti, et sillä on merkitystä."*

Osallistujien kokemuksia luomumetsäretkestä

Retkelle kutsuttiin mukaan henkilöitä kahdesta mikkeliläisestä työyhteisöstä. Osallistujia houkutti mukaan retkelle mahdollisuus päästä metsään ja luontoon, saada rentoutumishetki kiireen keskelle ja saada vaihtelua työpäivään. Useampi oli myös kiinnostunut näkemään mitä luomumetsäretki sisältää ja halu oppia uutta mm. mitä hyötykasveja metsästä voi kerätä. Retken houkuttelevuutta lisäsi myös mahdollisuus sosiaaliseen kanssakäymiseen työkavereiden kesken.

Retki kesti kokonaisuudessaan noin kolme tuntia lopun kahvitteluineen rannan nuotiopaikalla. Osallistujat pitivät retken pituutta hyvänä. Tosin osa oli sitä mieltä, että retkellä olisi voinut viihtyä pidempäänkin, koska siellä oli niin mukavaa.

Retken reitti oli suunniteltu siten, että se kulki eri metsätyyppien läpi, välillä kuljettiin metsätietä pitkin, välillä polkuja. Lopuksi tultiin järven rannalle. Osallistujat pitivät hyvänä sitä, että retki oli monipuolinen ja metsä vaihtelevaa. Oppaat kertoivat retken aikana ja kohteille pysähdyttäessä tietoja luomukeruualueista, yksittäisistä luonnontuotteista ja myös perinnetietoja ja tarinoita luonnon kasvien hyödyntämisestä. Osallistujat pitivät tiedon määrää retken aikana sopivana ja että se oli jaksotettu hyvin reitin varrelle.

Retken tarjoiluja pidettiin onnistuneina ja koettiin, että oli hyvä, että ne olivat luomua, koska ne sopivat retken teemaan. Kommentoitiin, että olisi ollut yllätys, jos ne eivät olisi olleet luomua. Osalle ryhmäläisistä sillä ei ollut merkitystä oliko tarjottavat ruoat ja juomat luomua vai ei.

Haastattelussa osallistujilta kysyttiin, paljonko he olisivat olleet itse valmiita maksamaan retkestä. Hintahaarukka sijoittui 20 €:n ja hieman yli 50 €:n välille.

Erityisesti retkeltä jäi osallistujille mieleen oppailta saatu tieto villiyrteistä ja niiden hyödyntämisestä sekä mukava ja rento ilmapiiri retkellä. Tunnelmaa retkellä pidettiin positiivisena ja mukavana ja olotila retken jälkeen oli rentoutunut.

Yhteenvetoa haastatteluista

Haastateltavat pitivät retkeä kaikin puolin onnistuneena ja se toi miellyttävän rentoutuksen työpäivän keskelle. Metsässä kävely rauhoitti mieltä ja rentoutti. Haastateltavat pitivät tärkeänä retken aikana saamaansa tietoa sekä luomukeruualueesta ja sen vaikutuksista luonnontuotteisiin, että ylipäätään tietoa metsistä ja luonnontuotteista. Positiivista oli mukava tunnelma, hyvin suunniteltu monipuolinen reitti sekä maittavat tarjoilut. Sillä, että retki suuntautui luomukeruualueelle, ei ollut haastateltaville juurikaan merkitystä vaan he olisivat osallistuneet retkelle, vaikka se olisi toteutettu ns. tavallisessa suomalaisessa metsässä. Retki kuitenkin lisäsi kaikille tietoa luomukeruualueista ja metsien luomusertifioinnista. Se, että tarjottavat ruoat ja juomat olivat retkellä luomua, kuului retkeläisten mielestä retken teemaan ja olisi ollut yllättävää, jos tarjoilut eivät olisi olleet luomua. Luomuretken onnistumisen osalta onkin tärkeää, että luomuteema kattaa läpi koko retken.

4.2.2. Asiakaskysely

Suomalaisille ja saksalaisille kohdistetulla asiakaskyselyllä selvitettiin mitä lisäarvoa luomu tuo matkailutuotteeseen ja mitkä luomuelementit erityisesti tuotavat lisäarvoa matkailutuotteessa.

Otoskoko sekä suomalaisissa että saksalaisissa vastaajissa oli 600. Kysely kohdennettiin kaupunkilaisille, koska he ovat todennäköisimmin ohjattujen metsäretkien asiakaskunta. Vastaajilta kysyttiin demografisten tietojen lisäksi taustakysymyksiä luomun käytöstä ja metsäsuhteesta. Jotta saatiin selville luomun lisäarvo metsäretkituotteessa, vastaajista puolet sai luomuretkikuvauksen ja puolet tavallisen metsäretkikuvauksen. Retki oli kuvattu samantyyppisesti kuin koeryhmällä toteutettu luomumetsäretkitestaus (kohta 4.2.1 edellä). Tavallinen metsäretkikuvaus oli identtinen luomuretkikuvauksen kanssa sillä erotuksella, että luomu oli poistettu kuvauksesta. Lisäksi vastaajat jaettiin luomun käytön suhteen kahteen ryhmään: luomua usein käyttävät ja luomua harvoin tai ei ollenkaan käyttävät. Nämä kumpikin ryhmä sai kummankin retkikuvauksen. Olettamuksena oli, että luomutuotteiden käyttö voi olla yksi selittävä tekijä eli heidän suhtautumisensa olisi myönteisempää kuin luomua harvemmin käytettävien tai ei lainkaan käyttävien. Retkikuvauksen lukemisen jälkeen vastaajat vastasivat metsäretkeä kuvaaviin väittämiin ja kysymyksiin.

Vastaajien taustatiedot

Kyselyyn vastanneiden taustatiedot on esitetty taulukossa 2. Suomalaisissa vastaajissa oli enemmän nuoria 18–29-vuotiaita. Saksalaisissa vastaajissa puolestaan oli enemmän keski-ikäisiä vastaajia ikäluokassa 40–59 vuotta. Kysely toteutettiin siten, että noin puolet vastaajista oli miehiä ja noin puolet naisia. Suomalaiset ja saksalaiset käyttivät eniten luomuelintarvikkeita, jonkin verran myös luomukosmetiikkatuotteita (kuten esimerkiksi ihon- ja hiustenhoitotuotteita ja meikkejä) sekä luomuluontaistuotteita. Luomuvaatteita käytettiin jonkin verran ja vähiten muita luomutekstiilituotteita.

Taulukko 2. Asiakaskyselyn vastaajien taustatietoja.

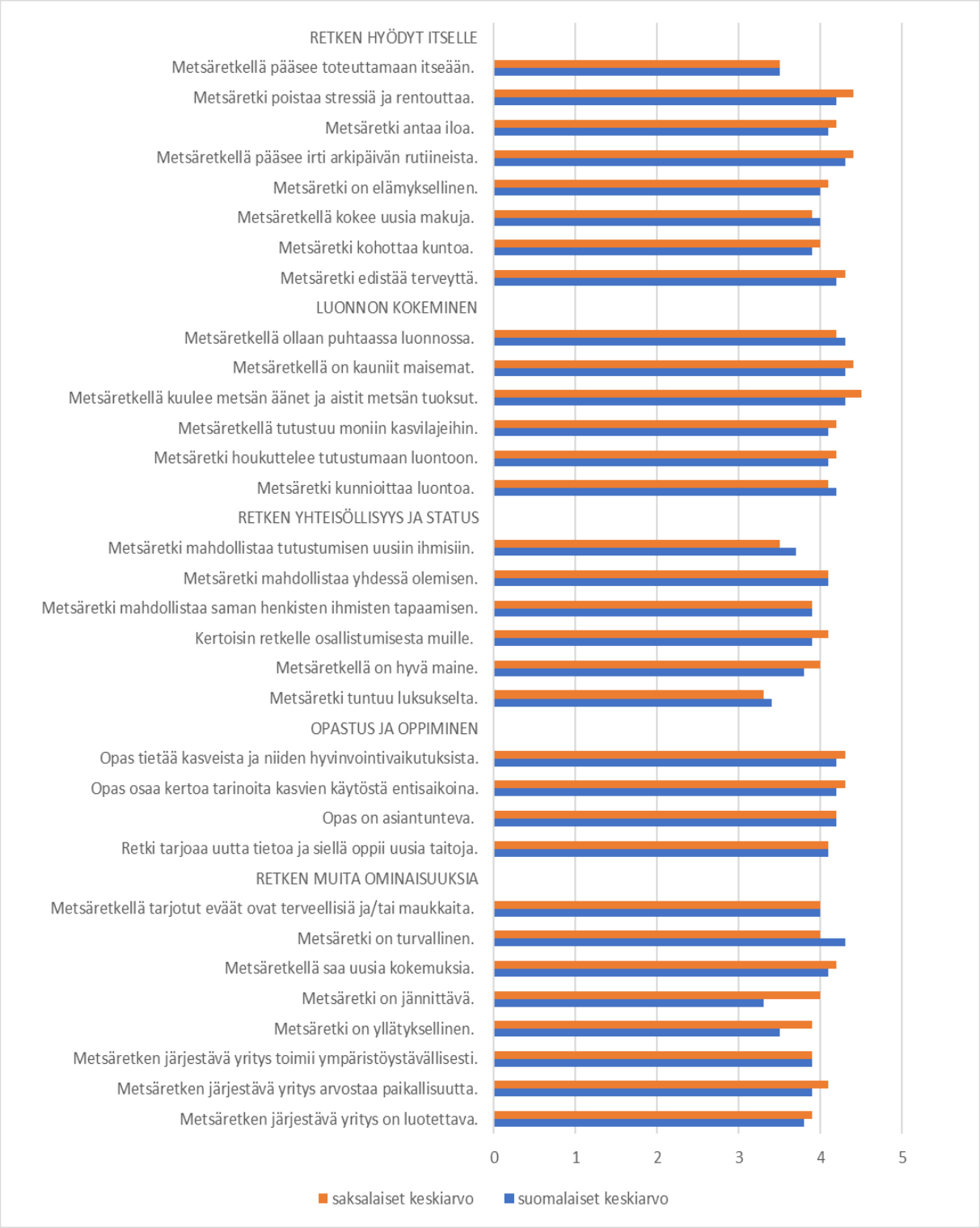
Taustatiedot	Suomi	Saksa
Vastaajien lukumäärä	600	600
Sukupuoli		
naiset	51,4 %	47,6 %
miehet	48,6 %	52,2 %
Ikä		
18–29	26 %	
30–39	17 %	
40–49	17 %	
50–59	20 %	
60–70	19 %	14 %
Luomun käyttö		
Elintarvikkeet	77 %	80,5 %
Kosmetiikkatuotteet	36,3 %	45,5 %
Luontaistuotteet	33,1 %	34,4 %
Vaatteet	23,6 %	29,3 %
Muut tekstiilit	14,6 %	12,1 %
Metsässä käynti		
päivittäin tai lähes päivittäin	14 %	14 %
1–3 krt vkossa	41 %	41 %
2–3 krt kk.	19 %	19 %
harvemmin	26 %	26 %
Retken pituus		
1–2	29,5 %	
2–4	52,4 %	57, 4 %
4–5	11,1 %	13,7 %
5–6	2,7 %	0,8 %
7–10 tuntia (koko pvä)	4,4 %	2, 1 %
Retken hinta ka.	42 €	46 €

Suomalaisissa ja saksalaisissa vastaajista eniten oli niitä, jotka kävivät metsässä kerran tai useammin viikossa, toiseksi isoin ryhmä oli harvemmin kuin 2−3 krt kuukaudessa kävijät. Molempien vastaajaryhmien mukaan 2−4 tunnin retki olisi kestoltaan hyvä. Toiseksi suosituin vaihtoehto oli 1−2 tunnin pituinen retki. Suomalaiset vastaajat olisivat valmiita maksamaan retkestä keskimäärin 42 € (sekä tavallinen- että luomumetsäretki) ja saksalaiset 46 €. Hintahaarukka oli 0–200 €.

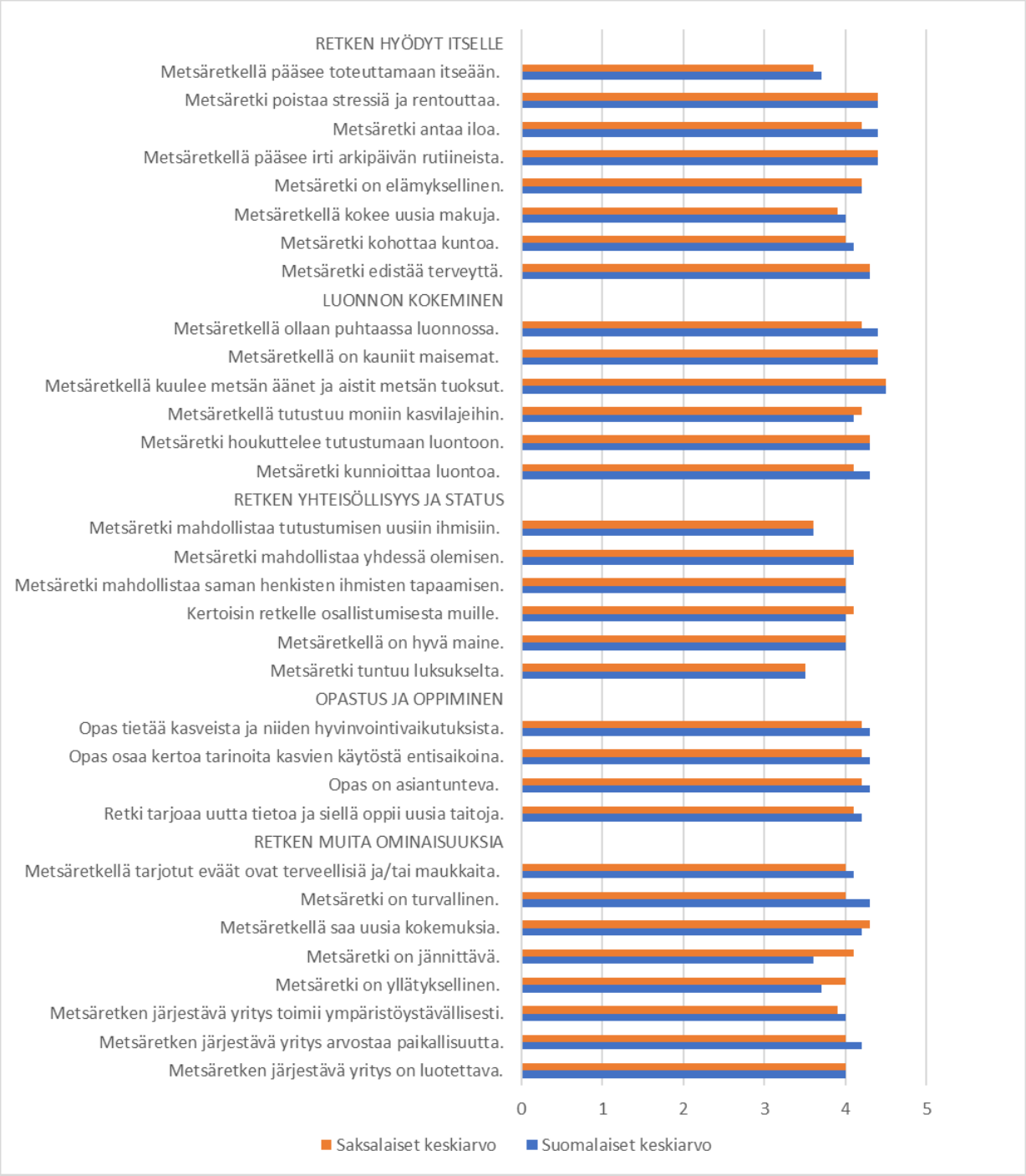
Tuloksia

Vastaajille esitettiin kuvailtua metsäretkeä koskevia väittämiä ja heitä pyydettiin vastaamaan kuinka samaa tai eri mieltä he olivat väittämien kanssa. Suomalaisten ja saksalaisten vastaajien mukaan kuvauksen mukainen luomumetsäretki rentouttaa, saa irtautumaan arkipäivän rutiineista ja edistää terveyttä. Luomumetsäretki mahdollistaa metsän tuntemisen eri astein ja siellä on mahdollista nähdä kauniita maisemia. Myös tavallinen metsäretki koettiin rentouttavaksi ja aistikokemuksia tukevaksi retkeksi. Suomalaiset kokoivat retken antavan myös iloa, hieman useammin kuin saksalaiset. Suomalaiset vastaajat kokivat hieman saksalaisia useammin kummakin metsäretken osalta, että retkellä ollaan puhtaassa luonnossa.

Kumpikaan retkistä, luomumetsäretki ja tavallinen metsäretki, eivät kuitenkaan kovin hyvin välitä luksuksen tuntua tai edesauta itsensä toteuttamista. Selkein ero suomalaisten ja saksalaisten välillä oli, että saksalaiset kokivat suomalaisia enemmän kummankin retken (luomu ja tavanomainen) jännittävämmäksi ja yllätyksellisemmäksi. Kuvassa 15 on esitetty suomalaisten ja saksalaisten vastaajien keskiarvot luomumetsäretken ominaisuuksista. Vastaavasti kuvassa 16 on tavallista metsäretkeä koskevien ominaisuuksien keskiarvot.



Kuva 15. Mitä mieltä suomalaiset ja saksalaiset olivat luomumetsäretkestä. (arviointi asteikolla 5= täysin samaa mieltä, 1 = täysin eri mieltä)



Kuva 16. Mitä mieltä suomalaiset ja saksalaiset olivat tavallisesta metsäretkestä. (arviointi asteikolla 5= täysin samaa mieltä, 1 = täysin eri mieltä)

Johtopäätöksiä

Suomalaiset sekä saksalaiset luomua paljon käyttävät voivat olla hyvä kohderyhmä luomumetsäretkituotteelle. Luomu on heille tuttu brändi ja tiedetään, että luomu käyttäville on tärkeää tuotteiden puhtaus ja vastuullisuus. Luomua paljon käyttävät suhtautuvat myönteisesti myös tavalliseen metsäretkeen.

Suomalaisten ja saksalaisten vastaajien mielestä metsässä liikkuminen rentouttaa, poistaa stressiä, irrottaa arkipäivän rutiineista ja siitä saa itselleen iloa. Sillä suuntautuiko retki tavalliseen vai luomumetsäretkeen ei tässä suhteessa näytä olevan eroa. Luonnossa koetaan metsän ääniä ja tuoksuja sekä nautitaan kauniista maisemista. Retkelle lähteminen mahdollistaa yhteisöllisyyden kokemisen ja retki sosiaalisena tapahtumana voikin olla tärkeä motiivi osallistua.

Se, että retkellä oli mukana asiantunteva opas, joka jakoi uutta tietoa retkeläisille, oli osallistujille tärkeää. Suomalaisten ja saksalaisten vastaajien välillä ei ollut tässä eroavaisuuksia eikä myöskään luomuretkikuvauksen tai tavallisen metsäretkikuvauksen saaneiden välille. Luomukeruualueet ovat useimmalle uusi asia ja uuden tiedon saanti korostuukin ehkä sen vuoksi vastauksissa.

Positiivisen retkikokemuksen kannalta on tärkeää huomioida, että retki kunnioittaa luontoa eli retken aikana toimitaan vastuullisesti ja otetaan ympäröivä luonto huomioon. Suomalaiset vastaajat pitivät retkeä saksalaisia useammin turvallisena. Sillä on saattanut olla vaikutusta, että esitelty retki suuntautui suomalaiseen metsään, joka on odotetusti suomalaisille tutumpi kuin saksalaisille. Retkeä suunniteltaessa kannattaa huomioida myös se, että moni vastaaja koki, että retkeltä saa uusia kokemuksia. Yllättävät toiminnot, kuohujuomat keskellä metsää, teeainesten kerääminen metsästä, luovat uusia kokemuksia turvallisesti oppaiden johdattamana.

Kyselyn mukaan suomalaisille ja saksalaisille ihan ”tavallinen” metsäretki antaa jo sen mitä metsäretkeltä toivotaankin, rentoutumista, rauhoittumista ym. Metsien luomusertifiointi on monelle kovin uusi asia ja luonnontuotteiden kuten villiyrttien kerääminen ei ole monellekaan tuttua. Luomun liittäminen myös syötäviin luonnontuotteisiin vaatinee tiedon lisäämistä metsien luomusertifioinnista ja sen merkityksestä.

Taulukko 3. Miten rakennetaan luomusta lisäarvoa luomumetsäretkikonseptiin.

	Vinkit luomumetsäretkikonseptiin
Ympäristö	**Luomukeruualue** vaihtelevassa ja monipuolisessa metsässä. Vanha metsä rauhoittaa ja auttaa hiljentymään.
Ruoka	**Luomuruoka**: • retkievät kokonaisuudessaan luomua • paikallisuus ja luonnontuotteet lisäävät luomuruoan vaikuttavuutta/merkittävyyttä, • voi toimia myös yllätyksellisenä elementtinä • teemallisuus (esim. muinaisruoka, terveysruoka) • raaka-aineiden kerääminen matkan varrelta, yrtit, marjat, sienet ja ruuan valmistaminen niistä retken aikana.
Luomun lisäarvon rakentaminen	**Oppaat:** Asiantuntevat ja innostavat oppaat **Tieto**: Kertominen luomukeruusta, luonnontuotteista ja niiden hyödyntämisestä. **Uutuuden viehätys**: Luonnontuotteiden hyödyntäminen monille uutta ja siihen voi liittyä uutuuden viehätystä. **Kytkeminen rentoutumiseen, hemmotteluun:** • Metsä itsessään rentouttava ja rauhoittava ympäristö • Hemmottelua ja luksusta saadaan aikaan esim. yllättävillä ja laadukkailla tarjoiluilla, kuten kuohujuomat metsän siimeksessä. **Tutustuttaminen turvallisesti:** Luonnontuotteisiin, kuten villiyrtteihin, tutustuminen ja kokeilu turvallisesti oppaan johdattelemana.
Muuta huomioitavaa	**Yllätyksellisyys:** • Positiivinen yllätyksellisyys tuo elämyksellisyyttä • Yllätyksellisuus ja luomu kannattaa nivoa yhteen (esim. yllätysluomujuoma) **Poikkeavuus arkipäivästä**: Oppaiden antama informaatio ja tarjoilut erottavat retken ns. tavallisesta oma-aloitteisesta metsäretkestä. **Yhteisöllisyys:** Sosiaalinen kanssakäyminen esim. työyhteisen jäsenten kanssa voi tuoda lisäarvoa.
Viestintä	**Luomumetsäretki-sanan käyttö:** Luomumetsäretki-sanaa voi käyttää, jos retki sisältää jotain luomuksi sertifioituja tuotteita/elementtejä. Esimerkiksi retki suuntautuu luomukeruualueelle, retkievät ovat luomuruokaa ja -juomia. Pääasia viestinnässä on, että kuluttajaa ei johdeta harhaan markkinoimalla luomumetsäretkeä, joka ei kuitenkaan pidä sisällään mitään luomua. Markkinointi: Kannattaa korostaa edellä taulukossa **Luomun lisäarvon rakentaminen** -kohdassa mainittuja asioita.

5. Yhteenveto

Etelä-Savossa on vahvaa ja monipuolista luomutuotantoa ja luomuasiantuntemusta, joka tunnetaan valtakunnallisesti. Maakunnassa on laajamittaista luomupuutarhatuotantoa, -kotieläintuotantoa, -jatkojalostusta ja lisääntyvää kiinnostusta metsien luomusertifiointiin ja sen kaupalliseen hyödyntämiseen.

Etelä-Savon vahvuudet huomioiden maakunnassa olisi hyvät mahdollisuudet hyödyntää yhteistyötä matkailun ja maatalouden kesken. Luomumaatiloilla järjestettävät omatoimiset tai opastetut luomutilareitit voisivat olla matkailijoita kiinnostavia kokonaisuuksia. Tilat voisivat tarjota erilaisia palveluja matkailijoille, kuten majoitusta, opastettuja tutustumiskäyntejä pelloilla ja tuotantotiloissa maisteluineen sekä erilaisia ruokakursseja. Yksi mahdollisuus on myös tarjota koulutuksellisia aktiviteetteja, kuten osallistuminen konkreettisesti tilan töihin. Ohjelmapalveluissa voisi kesäaikaan myös hyödyntää Suomen valoisaa yötä ja tuotteistaa "yöttömän yön mansikkamaistelun" tai vastaavaa. Tilatasolla, varsinkin avomaavihannes- ja marjatiloilla, matkailupalveluja on kuitenkin haastavaa tarjota sesongin aikana, koska varsinainen viljelytyö vaatii paljon henkilöresursseja. Tällaisen luomumaatilakonseptin kehittäminen edellyttäisikin tilojen välisen yhteistyön lisäksi yhteistyötä matkailualan toimijoiden kanssa. Matkailualan toimijat voisivat yhdessä tilojen kanssa tuotteistaa sekä pohtia tiloille sopivan käytännön luomutilavierailujen tai luomutilareitin toteuttamiseen.

Luomu esiintyy matkailussa tällä hetkellä vahvimmin ruoan muodossa. Yksittäisinä raaka-aineina tai tuotteina ja ilman selkeää konseptia luomu ei kuitenkaan nouse esille eikä ole matkailullisesti kovin houkutteleva. Luomuruoalla on kuitenkin tärkeä rooli yrityksen vastuullisuuden toteuttamisessa ja matkailupaikan ympäristövastuullisuus voi näkyä konkreettisimmin asiakkaalle muun muassa lähi- ja luomutuotteina. Onnistunut esimerkki luomun ja paikallisuuden menestyksekkäästä tuotteistamisesta on mm. aiemmin raportissa esitelty ROSENcafé Itävallasta, missä luomu on tuotteistettu ruusuteeman ympärille monipuolisesti sekä ruoassa että muissa tuotteissa.

Luomumatkailutuotteisiin voidaan luoda lisäarvotekijöitä erilaisin tavoin. Luomusaunatestaus osoitti, että luomuun voidaan liittää oikein valittujen luomutuotteiden tai niihin kytkeytyvien aktiviteettien muodossa esimerkiksi uutuuden viehätystä, rentoutumista tai hemmottelua. Osalle matkailijoita esimerkiksi kosmeettiset luomuluonnontuotteet ovat uusia, jolloin riittävä tieto ja kokeilu turvallisesti tekevät kokemuksesta miellyttävämmän.

Etelä-Savon vahvuuksiin kuuluu myös laajat metsäalueet. Tällä hetkellä suurin kehitys luomutuotannossa on tapahtunut juuri metsissä. Metsistä saatavan luomustatuksen omaavilla uusilla tuotteilla ja luomumetsien kytkemisellä matkailuun voitaisiin saada uutta kasvua luomualalle.

Tässä hankkeessa testattiin luomumetsien hyödyntämistä matkailupalveluissa. Tulosten perusteella voidaan sanoa, että luomumetsän hyödyntäminen edellyttää hyvää tuotteistamista. Suomalaisille jo tavallinen metsä antaa mm. rentoutusta ja rauhaa, joita haetaan vapaa-aikana. Suomalainen tavallinen metsä koetaan jo puhtaana sellaisenaan, joten luomustatus ei tuo sinällään lisäarvoa puhtaan luonnon näkökulmasta. Myöskään saksalaisille luomumetsä ei tuonut juurikaan lisäarvoa metsäretkeen. Suomalaisten ja saksalaisten metsän käytön kulttuurit ovat hyvin samankaltaisia. Mielenkiintoista olisikin selvittää miten mm. aasialaiset suhtautuisivat luomumetsäretkeen.

Luomumetsäretkitestauksen ja asiakaskyselyn havaintojen perusteella luomumetsään kytkeytyvä matkailutuote kannattaa tuotteistaa selkeästi erilaiseksi kuin vastaava "tavanomainen" matkailutuote. Yksi mahdollisuus on kytkeä metsään jotain uutta tekemistä ja kokemista, jolloin

luomumetsä toimii jonkin kiinnostavan aktiviteetin ympäristönä. Voisiko esimerkiksi luomuluonnontuotteista koostettu luomuillallinen luomumetsässä saada aikaan ”vau”-kokemuksen? Metsä koetaan useimmiten hyvinvoinnin lähteenä, joten erilaisten hyvinvointiaktiviteettien yhdistäminen juuri luomumetsään voisi vahvistaa kokemusta.

Kuten edellä todettiin, luomu liitetään vielä nykyään useimmiten ruokaan. Tällöin esimerkiksi metsäretkipalveluissa, joissa ruoka ja luonnontuotteet ovat jollain tavalla mukana, luomun korostaminen voisi tuoda lisäarvoa. Esimerkiksi marjan-, sienten-, tai villiyrttien poimintaretket luomukeruualueille, sisältäen myös ruuan valmistuksen kerätyistä aineksista, voisivat olla yksi mahdollisuus hyödyntää luomun tuomaa lisäarvoa.

Luomumetsillä on todennäköisesti imagoarvoa niin yrityksille kuin matkailualueelle. Jotta luomumetsiä voitaisiin paremmin hyödyntää matkailussa, niiden määrää tulisi lisätä. Isojen maanomistajien, kuten mm. kuntien ja seurakuntien lähteminen mukaan metsien luomukeruualueiden sertifiointiin tukisi matkailuyrittäjyyttä ja palvelisi alueen elinkeinojen kehittämistä. Suuremmat sertifioidut alueet mahdollistaisivat matkailuyrittäjyyden lisäksi myös luonnontuoteyrittäjyyden kehittämistä. Hankkeessa sertifioitu Ravintola Kallioniemen metsäalue on hyvä esimerkki siitä, että matkailuyrittäjän kannalta myös pienemmillä sertifioiduilla alueilla on merkitystä yrityksen toiminnassa ja vastuullisuusviestinnässä.

Etelä-Savo ja Saimaan alue on tunnettu puhtaasta luonnosta ja tämä tukee positiivisesti mielikuvaa luomusta myös matkailussa. Luomuun liitetään asioita kuten, puhtaus (vähäinen torjunta-aineiden määrä), ympäristöystävällisyys ja alhainen hiilijalanjälki. Luomumatkailutuotteiden ostajat löytynevät juuri luontoa arvostavista, luomutuotteita runsaasti käyttävistä ja kenties uusia kokemuksia etsivistä kuluttajista.

Viitteet

Arolaakso A., Harmoinen T., Järvenmäki M. & Partanen B. (2016). Luomun käyttäjän käsikirja : Viesti luomusta oikein -hanke. Harmoinen T. (Ed)., In: D Vapaamuotoisia julkaisuja – Free-From Publications 74, Mikkelin ammattikorkeakoulu. URN:ISBN:978-951-588-555-5. Saatavilla: https://www.theseus.fi/handle/10024/116463

BioParadies Salzburgerland. 2020. https://www.salzburgerland.com/de/bioparadies-salzburgerland/. Viitattu 10.9.2020.

Choo, H.; Tazim, J.2009. Tourism on organic farms in South Korea: A new form of ecotourism. J. Sustain. Tour. 2009, 17, 431–454.

Evira. 2018a. Luomutuotanto 3 Elintarviketuotannon ehdot. Eviran ohje 18222/5, käyttöönotto 9.5.2018. Elintarviketurvallisuusvirasto Evira.

Evira. 2018b. Luonnonmukainen tuotanto 1. Yleiset ja kasvintuotannon ehdot. Eviran ohje 18219/7, Käyttöönotto: 26.6.2018. Elintarviketurvallisuusvirasto Evira.

Harmoinen T. (2017). Luomun markkinavalvonta : Viesti luomusta oikein -hanke. Harmoinen T. (Ed)., Luomun markkinavalvonta. Viesti luomusta oikein -hanke., In: Xamk Kehittää 10, Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu. URN:ISBN:978-952-344-018-0. Saatavilla: https://www.theseus.fi/handle/10024/130945

Hediger, Werner. 2016. Regionale Biolandwirtschaft und Tourismuswirtschaft in Graubünden – Marktgerechte Nutzung von Synergiepotenzialen. Zentrum für wirtschaftspolitische Forschung, HTW Chur.

Herzog, S. 2018. Introduction of BIO AUSTRIA and overview of organic agriculture of Salzburg. Esitys miniseminaarissa: Tourism, responsibility and organic in Salzburgerland region, 11.4.2018 Salzburg.

Jäger, D. 2018. Introduction of SalzburgBioParadies – how we have connected organic agriculture and tourism. Esitys miniseminaarissa: Tourism, responsibility and organic in Salzburgerland region, 11.4.2018 Salzburg.

Luomua Ravintola 2020a. Portaat luomuun -ohjelmassa olevat keittiöt, http://www.luomuravintola.fi/portaat-luomuun-keittiot, viitattu 10.9.2020

Luomua Ravintola 2020b. Tasteluomu, http://www.luomuravintola.fi/tasteluomu, viitattu 10.9.2020.

Luomu Ravintola 2020c. Tähdistä tunnistaa luomuravintolan, http://www.luomuravintola.fi/ajankohtaista, viitattu 10.9.2020)

Privitera, D. The importance of organic agriculture in tourism rural. APSTRACT Appl. Stud. Agribus. Commer. 2010, 4, 59–64.

ProLuomu 2018. Mitä on luomu. https://proluomu.fi/mita-on-luomu/turvallista-ruokaa/, viitattu 12.11.2020.

Ryymin, J. 2006. Maaseutumatkailu. Toimialaraportti 17/2006. KTM:n ja TE-keskusten julkaisu. Kauppa- ja teollisuusministeriö.

Saarinen, J. 2004. Maaseutu tietotaloudessa – Innovaationäkökulma kaupungin ja maaseudun vuorovaikutuksessa. Maaseudun Uusia Aika 3/2004.

Suomen luomumatkailuyhdistys. 2020. Suomen luomumatkailuyhdistys. https://luomumatkailu.fi/. Viitattu 3.11.2020.

Uğurlu, K. 2014. Organic tourism as a tool to raise healthy tourism destinations: an investigation in Turkey. APSTRACT Vol. 8. Number 4. 2014. pages 69–76.

UNEP. 2001. Ecotourism: facts and figures. Industry and Environment, Volume 24: 3–4.

Liite 1

Esimerkkejä luomun ja matkailun yhdistämisestä

Bio Hotels -ketju

Yksi laadukkaimpiin **luomuhotelliketjuihin** Euroopassa kuuluu **Bio Hotels**. Ketjuun kuuluu yli 90 hotellia Saksan, Itävallan, Italian, Sveitsin, Slovenian ja Kreikan alueilla. Ketju markkinoi itseään kolmella kärjellä: korkeatasoisella ja elämyksellisellä kestävyydellä, laadukkaalla luomuruoalla ja upealla (luonto) ympäristöllä. Kestävä talous, paikalliset hankinnat, ympäristöystävällinen energia ja jätteiden käsittely ovat pakollisia kriteerejä kaikille hotelleille. Hotelliketju käyttää pääasiassa luomuraaka-aineita ja -elintarvikkeita. Mahdollisuuksien mukaan pyritään käyttämään paikallisia ja sesonginmukaisia tuotteita. Shampoot, saippuat, voiteet, öljyt jne. ovat sertifioituja luonnontuotteita seuraavien standardien tai vastaavien sertifiointiyritysten mukaan: BDIH, Ecocert, ABG, ICEA, NaTrue. (Bio Hotels 2020)

Biohotelli-ketju on ottanut luomuisuuden varmistamisessa yhtä tiukan linjan kuin luonnonmukaisessa maataloudessa ja elintarviketuotannossa. Jäseneksi pääsee vain virallisen, valtion valtuuttamien luomun tarkastuselinten, tarkastuksen läpäisseet hotellit. Biohotellien tarkastamista varten on luotu oma käytäntö kunkin maan viranomaisten kanssa (mm. Bio Inspecta/Itävalta). Hotelliketju kertoo internetsivuillaan olevansa ainoa hotelliketju Euroopassa, joka on asettanut jäsenhotellin tarjoamalle ruoalle vähimmäislaatuvaatimukset luomun suhteen. (Bio Hotels 2020)

Lisätietoja löytyy osoitteesta: https://www.biohotels.info/en/

Organic Holidays

Organic Holidays -sivusto on kansainvälinen luomumatkailukohteiden sivusto. Sivusto sisältää hotelleja, B & B -kohteita, leirintäalueita ja mökkejä. Organic Holidays -sivuston tyypillinen luomumatkailukohde tarjoaa majoitustoiminnan lisäksi usein aamiaisen ja muutamat kohteet tarjoavat lounaan ja ilta-aterioita. Osalle Organic Holidays -sivuston luomumatkailukohteista on myönnetty jokin luomuun liittyvä sertifikaatti. Sertifioidut kohteet ovat valvottuja ja useilla Organic Holidays -sivuston kohteilla on luomuviljelytoiminnan ja majoituspalveluiden lisäksi luomukahvila ja -ravintola toimintaa. Luomutilan yhteydessä voi olla myös luomutuotteita myyvä myymälä. Organic Holidays -sivustoon kuuluva luomumatkailukohde käyttää aterioiden valmistukseen vähintään 50 % luomuraaka-aineita ja osalla kohteista ruokaraaka-aineet ovat jopa 100 % luomua. Lisäksi suositaan lähellä tuotettuja ruokaraaka-aineita. Osassa kohteista on tarjolla erikoistuotteita, kuten luomukosmetiikkaa, luomuyrttihoitoja, luomupyyhkeitä ja ohjelmapalveluita.

Lisätietoja löytyy osoitteesta: http://www.organicholidays.com/

Italian Organic Wine route

Italian luomuviinireitti on kahdeksan pienen ja keskisuuren perheomisteisen luomuviinitilan muodostama yhteenliittymä. Jokainen maatila hoitaa itse kaikki viinin valmistusvaiheet. Yhteenliittymä tarjoaa tutustumiskohteita tärkeimmillä viinialueilla Italiassa ja lupaa räätälöityjä wine tours -retkiä kaiken tyyppisille matkailijoille. Palveluntarjoaja muotoilee tarjoavansa hauskoja koulutuksellisia/opetuksellisia aktiviteetteja, jotka liittyvät hyvinvointiin ja luomuun yleisesti. Luomuviinitilat tarjoavat erilaisia palveluja matkailijoille, kuten majoitusta, opastettuja tutustumiskäyntejä viinitarhoissa ja tuotantotiloissa maisteluineen sekä erilaisia ruokakursseja. Esimerkkinä ohjelmapalveluista mainittakoon myös "yömaistelu", joka sisältää kierroksen viinitarhassa kuunvalossa, tilan tuotteiden maistelua (mm. viini, oliiviöljy) ja "luomun filosofian" avaamista.

Lisätietoja löytyy osoitteesta https://italian-organicwineroute.it/index.php/en/

TENUTA LA FAVOLA - A FAMILIAR ENVIRONMENT FOR YOUR HOLIDAY IN THE ORGANIC CULTURE

Sicily - Noto Pachino; NIGHT EVENT: THE EARTH SHINES

Night tasting at the old stone wash basin inside the olive grove; a tour of the vineyards with their typical white reflections of the moonlight for groups of 6 people minimum. Overnight stay by reservation for those who would like to stay and enjoy breakfast in front of a breathtaking panorama. By appointment only: **in May and July only**.

- Visit to the farm and vineyards
- Description of Estate Philosophy
- Tasting of 4 wines and olive oil
- A taste of farm products
- Duration of visit: 2 hours 30 minutes
- Price: € 50 per person - MINIMUM 6 people

ORGANIC EXPERIENCE SINCE 1979

ITALIAN ORGANIC WINE ROUTE

luke.fi

Luonnonvarakeskus
Latokartanonkaari 9
00790 Helsinki
puh. 029 532 6000