

Elämys- ja ohjelmapalveluiden kehittäminen Pohjois-Savossa –hanke

Kohti tulevaisuuden matkailutuotteita –
tuotteistamistyöpaja
6.10.2026



Pirjo Räsänen

- Visit Finland Akatemia, asiantuntija
- CMC-sertifioitu liikkeenjohdon konsultti

[LINKEDIN](#)

Monialainen matkailun asiantuntija

Pirjo Räsänen

Tuotteistaminen ja hinnoittelu, segmentointi ja asiakasymmärrysn kilpailija-analyysi, kilpailuetu, kansainvälistyminen, rahoitus

- luontomatkailun, matkailun ja kansainvälistymisen asiantuntijatöitä viime syksynä 30 vuotta.
- työpajoja ja valmennuksia, erilaisten hankkeiden ja kehittämissuunnitelmien laatimista ja koordinointia, kansainvälistymisstrategioiden ja -suunnitelmien laatimista ja ylipäätään valmiuksen kehittämistä.
- suunnittelu- ja kehittämisoppaita, viimeisimpänä Visit Finlandin Luontoaktiviteettien tuotesuosituksset, Inklusiivisen matkailun suunnitteluoppaan sekä Matkailuyritysten Kansainvälistymisopas
- useita kansainvälisille markkinoille suunnattuja benchmarking-matkoja

Valmennuksen teemoja

- Kestävä ja uudistava matkailu käytännössä – esimerkkejä meiltä ja maailmalta
- Matkailun verkostot ja ekosysteemit – uudistavan matkailun tuottama lisäarvo, uudet yhteistyömallit ja osalliset
- Miten hyödynnän paikan identiteettiä ja vahvuuksia
- Kenelle tuotteistamista tehdään
- Ydintuote ja lisäelämykset

Kestävä ja uudistava matkailu käytännössä – esimerkkejä meiltä ja maailmalta

Uudistava kehitys ja matkailu

- On todettu, että kestävä kehityksen toimenpiteet eivät riitä ekologisten ja sosiaalisten haasteiden ratkaisemiseen.
- Puhutaan ns. planetaarista (esim. ilmastonmuutos, luontokato, makea vesi) rajoista, jotka kuvaavat pysyviä ehtoja, joita ihmiskunnan on kunnioitettava välttyäkseen maailmanlaajuisista katastrofaalisilta ympäristön muutoksilta.
- Matkailu on nähty yhdeksi merkittäväksi muutosagentiksi

Uudistava kehitys

- Kestävä kehitys pyrkii minimoimaan luonnolle, yhteisölle ja yksilöille aiheuttaman haitan ja säilyttämään nykytilan.
- Uudistava kehitys pyrkii tuottamaan positiivisia vaikutuksia luonnolle yhteisölle ja yksilöille. Se vahvistaa näiden elinvoimaa ja hyvinvointia ja keskinäistä dynamiikkaa
- Kestävä kehitys: talous on väline tehdä voittoa > < Uudistava kehitys: talous on väline positiivisten vaikutusten aikaansaamiseksi, se palvelee elämää
- Ihmisen toiminta on keskeinen osa sosio-ekologista systeemiä: ihminen on osa luontoa, sen kumppani ja hänen toimintansa on luonnosta riippuvaista. Ihminen ei ole irrallinen osa tätä systeemiä vaan kaikki systeemit osat ovat toisistaan riippuvaisia.

MATKAILU KESTÄVISSÄ RAJOISSA

VAIKUTUKSET ympäristöön

VAIKUTUKSET kulttuuriin

MATKAILUN KESTÄMÄTÖN KASVU

MATKAILUN HIIPUMINEN

- **Motivaatio** ja resurssit kulttuurin säilyttämiseen vähenevät
- **Enemmän haittaa** aiheuttaville elinkeinoille tilaa
- **Näivettyminen** voimistuu
- **Veto- ja pitovoima** heikkenee
- **Palvelu- ja työllisyysmahdollisuudet** kutistuvat

VAIKUTUKSET infra- struktuuriin

Palvelut moni- puolis- tuvat

- **Virkistys- ja vapaa-ajan palvelut** paranevat
- **Työmahdollisuudet** monipuolistuvat

VAIKUTUKSET paikallisiin

Elinkeino- rakenne monipuolistuu

Alueen elinvoima vahvistuu

VAIKUTUKSET talouteen

- **Rakennettu kulttuuriympäristö** unohtuu tai jää matkailurakentamisen alle
- **Luonto kuluu** ja monimuotoisuus heikkenee
- **Paikallinen kulttuuri** pyyhkiytyy pois, kohde generalisoituu
- **Saasteet** ja kasvihuonekaasupäästöt kasvavat
- **Osaamisvaje** ja maineen rapautuminen
- **Taloushyödyt** jakautuvat epätasa-arvoisesti ja vuotavat muualle
- **Palvelut** rakennettu vain matkailijoille
- **Turvattomuuden tunne** lisääntyy ja asumis-, asiointi- ja virkistysrauha häiriintyy
- **Infran kehittämis- ja ylläpitokustannukset** kasvavat
- **Infrastruktuuri** ei kestä käyttöpainetta

Kestävän matkailun rajat

Uudistava matkailu

Ympäristön ennallistaminen:

- Toimintaa, joka keskittyy ekosysteemien uudistamiseen, kuten metsitykseen, elinympäristöjen kunnostamiseen ja saastumisen vähentämiseen.
- Kannustaa matkailijoita jättämään kohteet parempaan kuntoon kuin ne olivat saapuessa.

Yhteisölähtöinen lähestymistapa:

- Asettaa paikallisyhteisöt etusijalle edistämällä heidän aktiivista osallistumistaan matkailun suunnitteluun ja päätöksentekoon.
- Tukee paikallistalouksia kannustamalla käyttämään paikallisesti omistettuja majoituksia, oppaita ja palveluja.

Kulttuurin säilyttäminen:

- Arvostaa ja suojelee paikallisia perinteitä, kieliä ja kulttuuriperintöä.
- Edistää kunnioittavia ja osallistavia kokemuksia, jotka syventävät ymmärrystä matkailijoiden ja paikallisyhteisöjen välillä.

Kestävyys suojelua pidemmälle:

- Menee pidemmälle kuin “älä tee haittaa” tai vaikutusten minimointi, kehittämällä aktiivisesti kohteen sosiaalisia, kulttuurisia ja ekologisia järjestelmiä.
- Edistää uusiutuvan energian käyttöä, kestäväää liikkumista ja jätteettömiä käytäntöjä.

Kokonaisvaltainen hyvinvointi:

- Pyrkii parantamaan sekä vierailijoiden että paikallisten fyysistä, henkistä ja emotionaalista hyvinvointia.
- Edistää tietoisia matkailukokemuksia, jotka luovat syvemmän yhteyden luontoon ja kulttuuriin.

Uudistava matkailu

- Vapaaehtoismatkailu: Matkailijat osallistuvat metsitykseen, rantojen siivoukseen tai luonnonsuojeluprojekteihin.
- Pelloilta pöytään -aloitteet: Uudistavaa maataloutta tukevat ruokailukokemukset paikallisissa ravintoloissa, jotka hankkivat raaka-aineensa kestävästi.
- Kulttuurivaihto-ohjelmat: Yhteistyö, jossa matkailijat osallistuvat merkityksellisiin kohtaamisiin paikallisten käsityöläisten, viljelijöiden tai tarinankertojien kanssa.
- Ekokohteet: Majoitukset, joissa hyödynnetään uudistavia käytäntöjä, kuten permakulttuuria, uusiutuvaa energiaa ja veden säästöä.

Permakulttuuri on ajattelutapa ja suunnittelumenetelmä, jonka avulla pyritään luonnon prosesseja jäljittelemällä ja niitä hyödyntämällä kehittämään kestäviä järjestelmiä, jotka täyttävät yhtä lailla yksittäisen ihmisen, ihmisyhteisöjen kuin luonnonkin tarpeita lyhyellä ja pitkällä aikavälillä. Nämä järjestelmät voivat liittyä esimerkiksi ruoan ja energian tuotantoon, asumiseen, taloudelliseen toimintaan ja kulttuuriin; siis oikeastaan kaikkeen ihmisten toimintaan.



Suomen
Permakulttuuriyhdistys

SAVONIA



SAVON
AMMATTIOPISTO



Euroopan unionin
osarahoittama



Pohjois-Savon liitto

Uudistava matkailuyritys

toimii aktiivisesti positiivisen muutoksen aikaansaamiseksi luonnon ja ihmisten hyvinvoinnissa sekä lisää luonnon, yhteisöjen ja yksilöiden kykyä kukoistaa osana paikallista sosio-ekologista systeemiä.

Haltia Lake Lodge, Nuuksio

- Boutique-hotelli pääkaupunkiseudun kupeessa Nuuksion kansallipuistossa
- Uudistavan matkailun pioneeri ja edelläkävijä

- Useita ohjelmallisia uudistavan matkailun mukaisia tuotteita
- Hoitokalastusta lähijärvillä, Suon ennallistamista Nuuksiossa ja Hyönteishotelliprojekti



Luonnonhoitoloma Nuuksiossa

- Yhteistyö Metsähallituksen ja Suomen luontokeskus Haltian kanssa
- Asiakkaat: osallistuvat niittyjen hoitoon, lupiinien torjuntaan ja soiden ennallistamiseen
- Metsähallitus: tarjoaa kohteet, ohjeet ja seurannan
- Haltia Lake Lodge: tuotteistus, asiakaspalvelu, logistiikka

Linkki Haltia Lake Lodgen [videoihin](#)

Good life.
Nothing else.



SAVONIA



Euroopan unionin
osarahoittama



Pohjois-Savon liitto

Lupiinibattle, Nuukso Lakeland



Alueen yritysten yhteinen ponnistus

- 1.–8.6. starttaa kylien välinen TAISTO komea lupiinia vastaan
! Tervalampi vs. Otalampi – kumpi kylä saa lavan täyteen ensin?
- Lupiinitalkoot Hawkhillin niityllä
sunnuntaina 1.6 klo 14.30-16.30
- Lupiiniretriitti Hawkhill, sunnuntai 1.6. klo 9:00–14:00 / 16:00
- Veikkolan Lupiinipäivä, keskiviikko, Kaikuva
- Retkipaikka: Haltian Portin vieraslajien torjuntatalkoot 7.6.
- Tervalammen kylätalon lupiinitalkoot 7.6. Marttojen TAIMITORI ja Marttakahvio Kylätalon pihalla. Mahdollisuus tuoda omia kasveja myyntiin ja myös kirpputorin pitoon. Myyntipaikka maksuton, omat tasot. Ps. vanhoja perennoja kaivataan, samoin esim lantaa säkissä.



eLyly safari kolaa saimaannorpalle pesä

Puumala-Lintusalo

Auta saimaannorppia kolaamalla apukinos opastetulla safarilla eLyly-lumiskuuteilla Puumalan Lintusalossa. Ainutlaatuinen talvielämys yhteistyössä Metsähallitus, Nestorinranta ja LakelandGTE

- Saimaan norppa on uhanalainen eläin, joka elää vain Saimaalla
- Norppa tarvitsee lisääntyäkseen talvisen pesintäpaikan, lumipeitto on ohentunut
- Pesiä rakennettiin alunperin vapaaehtoistyönä, osoittautui toimivaksi tavaksi
- Heräsi ajatus, että tässä voisi olla ainesta matkailutuotteeksi
- LakelandGTEn tuotteena norppasafarit
- Esittelyvideo englanniksi

Bengtskärin majakka, Rosala



Haahkojen suojelu -turvallinen
pesimäpaikka suojassa kotkilta

"Bengtskärin haahkojen suojelun kannalta tärkeintä on että saarella liikkuu ihmisiä koko pesintäkauden aikana, jotka aktiivisesti vahtivat että saareen ei saavu kotkia.

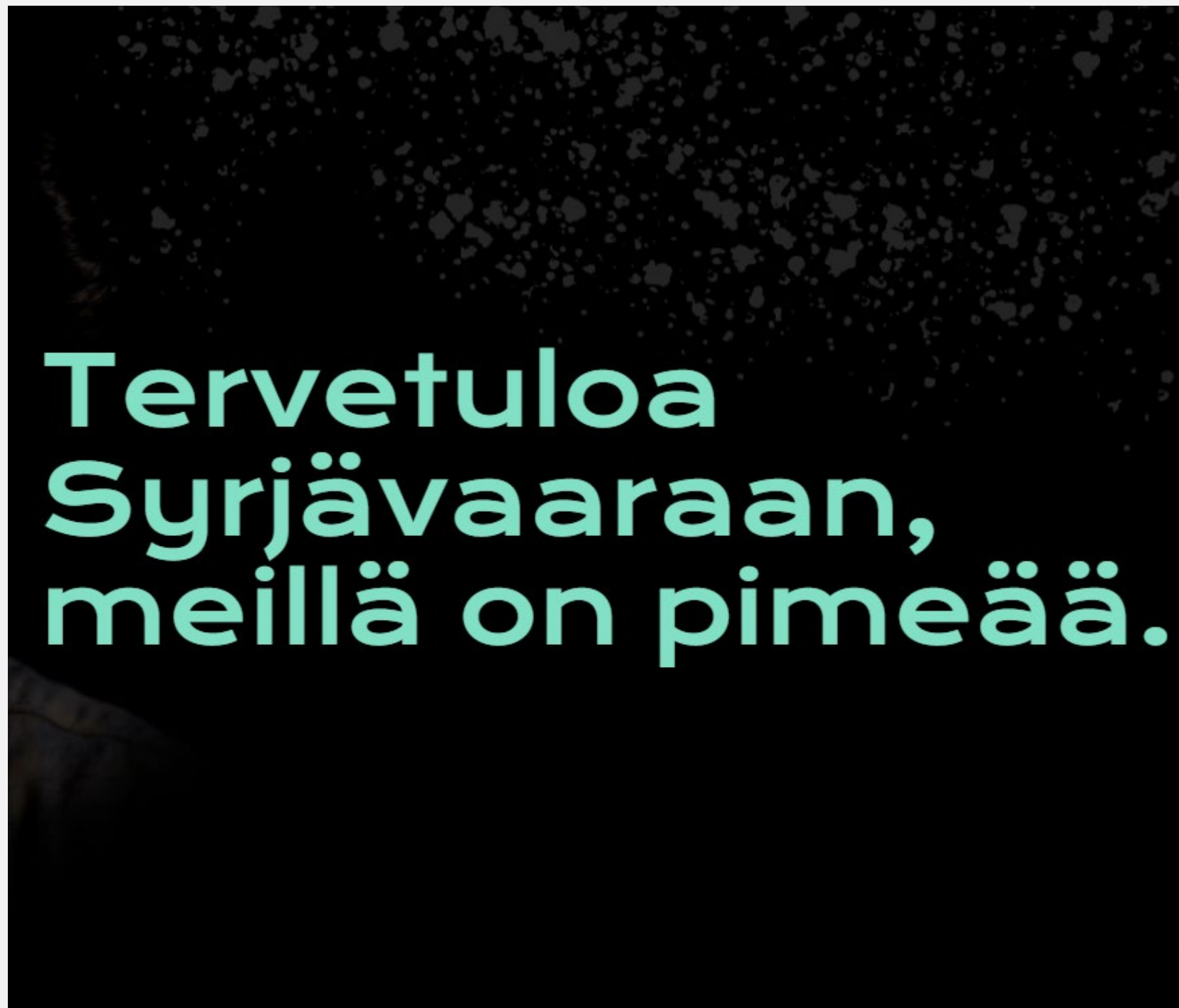
Kotkien hätyyttelyyn käytetään huutamista ja metelöintiä sekä käsillä tai kankaalla heiluttamista.

Bengtskärin haahkakolonian kasvaessa vuosi vuodelta, lisäämme jatkuvasti uusia pesimäpaikkoja. Rakentaakseen pesän haahkaemon pitää päästä kaivamaan pientä kuoppaa maahan ja haluaa mielellään vähän kasvillisuutta millä voi peittää ensimmäiset munat. Jos hän tämän lisäksi saa suojakseen katon tai seinän minkä vieressä hautoa, pesäpaikka alkaa olla mainio.

Valitsemme vuosittain jonkun kivisen alueen ja lisäämme siihen multaa ja kasvillisuutta, tai rakennamme pieniä kattoja muuten avoimelle ja suojattomalle alueelle."

Syrjävaara, Olli Reijonen

Pimeän taivaan suojelu



- Syrjävaara on pimeätaivaspuisto ja pimeänsuojelualue (DarkSky International on globaali järjestö, joka sertifioi pimeän suojelualueita ja edistää pimeyden suojelua.)
- Pimeän suojeleminen on yön luonnollisen pimeyden suojaamista ihmisen vaikutukselta.
- Pimeän suojelualueiden keskeisiä piirteitä ovat:
 - Valosaasteen minimointi: Alueella vältetään ulkovalaistusta, jotta taivas pysyy mahdollisimman pimeänä.
 - Tähtitaivaan havainnointi: Tarjoaa erinomaiset olosuhteet tähtien, Linnunradan ja revontulien katseluun.
 - Ekologinen merkitys: Pimeys on välttämätöntä monille yöaktiivisille eläimille ja luonnon monimuotoisuudelle.
 - Elämysmatkailu: Alueet toimivat kohteina, joissa voi kokea täydellisen pimeyden ja hiljaisuuden, usein osana luontomatkailua
- Suomessa on enää kolme pientä täysin keinovalosta vapaata läikkää. Yli 70% suomalaisista ei asuinpaikaltaan näe linnunrataa, koska keinovalo peittää sen.

Tinhela610 Lodge, Portugali

Hidas matkailu, paikallisuus, hiljaisuus

Vila Pouca de Aguiarin vuoristossa, Pohjois-Portugalissa, sijaitsee pieni ekologinen retriittikohde, jossa uudistava matkailu ei ole erillinen teema – vaan koko toiminnan perusta. Pienuus on strateginen valinta, ei rajoite.

Kapasiteetti

Vain muutamia vieraita kerrallaan; retriittikäytössä enintään noin 10 henkeä. Pieni kapasiteetti on keskeinen kantokyvyn hallinnan työkalu – ei kompromissi.

Omavaraisuus ja resurssiviisaus

Oma permakulttuuri-puutarha, paikalliset raaka-aineet, ekologiset saniteettiratkaisut., luonnonmukainen vedenkäyttö.

Hiljaisuus tuotteena

Ohjelmapaljouden sijaan tarjotaan tilaa, rytmiä ja palautumista. Vierailu perustuu rauhaan, läsnäoloon ja kiireettömään rytmiin – vastapainona ylikuormittuneelle arjelle.

Luontosuhde

Toiminta tukee luonnon kanssa elämistä – ei sen hallintaa tai kuluttamista.

Quietly into the Wild, our 2 night stay

Step into Quietly into the Wild, and live the rhythm of the hills, the river, and yourself.

Quietly in the Wild is not a program; it is a possibility. You choose what you need: to walk the trails, journal by the water, pick herbs in the garden, move your body, create art, or simply sit in silence. Only the hearty brunch is included in this à la carte package stay of 2 nights. We work with you personally to shape your stay — a space curated just for you.

Here, luxury means simplicity: sleeping under dark starry skies, drinking fresh spring water, sweating it out in the wood-stove sauna, plunging into the river, eating food that tastes of the earth. This is your invitation to rest, reflect, and renew

BATHE

NOURISH

SLEEP

MOVE

SAVONIA



Euroopan unionin
osarahoittama



Pohjois-Savon liitto

REGENERATe Week, Tenerife

REGENERATe-mallissa (Turismo de Tenerife) kohderyhmät määritellään kolmena toimijaryhmänä, jotka kukin osallistuvat uudistamiseen eri tavoin. Matkailijaa ei nähdä pelkkänä kuluttajana, vaan aktiivisena osallistujana.

Matkailijat

Lähestytään luonnonympäristöjen vastuullisina käyttäjinä. Odotuksena tietoinen toiminta, osallistuminen ja halu ymmärtää paikallista ympäristöä.

Paikalliset asukkaat

Kutsutaan mukaan yhteisiin toimiin – eivät ole pelkkää kulissia, vaan matkailukokemuksen rakentajia ja hyödynsaajia.

Matkailualan toimijat

Sektori vastaa rakenteiden luomisesta, jotka mahdollistavat osallistumisen ja positiivisen vaikutuksen sisällyttämisen tuotteisiin.

Teneriffalla järjestettiin tapahtuma, johon osallistui noin 380 vapaaehtoista elvyttämään saaren luonnonympäristöjä – matkailijat, asukkaat ja toimijat yhdessä. Yli 20 erilaista aktiviteettia, useita kuntia mukana

SAVONIA



Euroopan unionin
osarahoittama



Pohjois-Savon liitto

Paikan identiteetti

SAVONIA

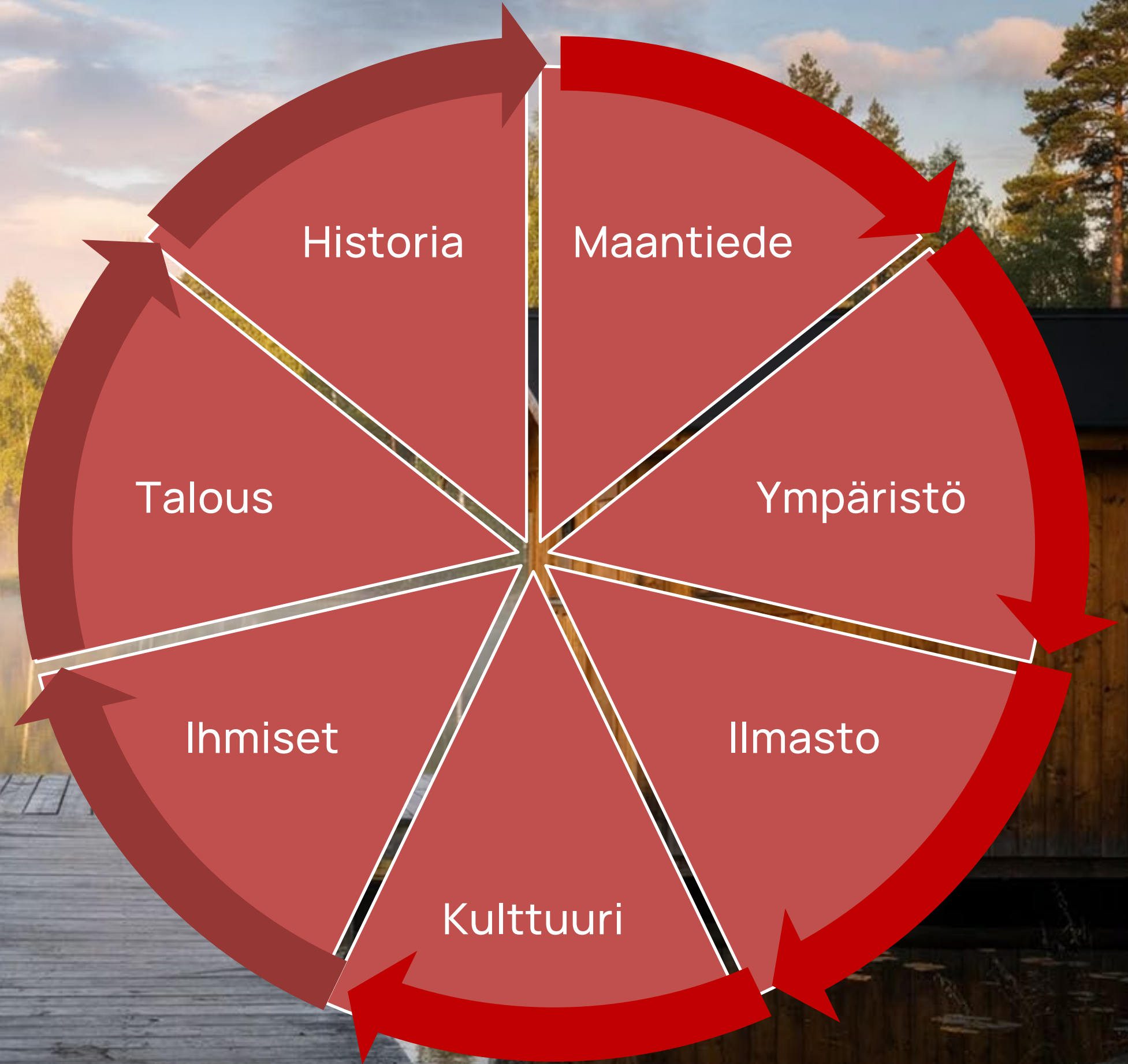


Euroopan unionin
osarahoittama



Pohjois-Savon liitto

Paikan identiteetti



Elke Dens Place
Generation

SAVONIA

 **SAVON**
AMMATTIOPISTO



Euroopan unionin
osarahoittama



Pohjois-Savon liitto

Pinnan yläpuoli – näkyvä

Paikan identiteetti

Tunnetut vetonaulat houkuttelevat kävijöitä, mutta todellinen vetovoimaisuus ja kokemus syntyvät syvemmistä merkityksistä.

Pinnan alapuoli – syvempi olemus



Identiteetin pohjalle voi rakentaa kestäviä ja merkityksellisiä elämyksiä

Suomalainen identiteetti

Mitä se tarkoittaa arjessa

Mahdollisuudet matkailussa

Sisu

Haasteiden kohtaaminen luovuttamatta

Sitoutuminen pitkäjänteiseen paikan ja yhteisön hoitamiseen

Jokaisenoikeudet

Vapaa pääsy metsiin ja järville

Vierailijoista tulee maiseman hoitajia, ei vain käyttäjiä

Sauna & saunaperinteet ja -rituaalit

Yksinkertaiset toistuvat käytännöt rentoutumiseen

Hyvinvointimatkailu puhtaan veden, ilman ja luonnon äärellä

Työ- ja vapaa-ajan tasapaino & hidastaminen

Aika perheelle, harrastuksille ja luonnolle

Harvemmat, pidemmät ja syvemmät vierailut paikallista kapasiteettia kunnioittaen

Hiljaisuus & emotionaalinen turvallisuus

Mukavuus hiljaisuudessa, matala sosiaalinen paine

Melun, ruuhkien ja kävijämäärien rajoittaminen herkissä paikoissa

Oppimisen ilo

Utelias, tasa-arvoinen, oppimiseen suuntautunut kulttuuri

Matkat muuttuvat oppimisretkiksi luonnosta, kulttuurista ja uudistumisesta

Paikkasidonnainen elämä

Pimeät talvet, valoisat kesät, paikalliset rytmit

Matkailu seuraa ekosysteemejä ja yhteisöjen tarpeita eri vuodenaikoina

SAVONIA



Euroopan unionin
osarahoittama



Pohjois-Savon liitto

Kenelle tuotteistamista tehdään

SAVONIA



Euroopan unionin
osarahoittama



Pohjois-Savon liitto

LUONTO JA LÖYTÄMINEN



Nature lover

Segmentti, joka haluaa nähdä ja kokea luonnon tarjoamat ihmeet ja on laajasti kiinnostunut luonnosta ja siihen liittyvistä ilmiöistä.



Lifestyle traveller

Segmentti, joka on kiinnostunut matkustamaan tutkimattomampia polkuja löytääkseen aitoa ja paikallista kulttuuria ja elämäntapaa.



Culture traveller

Segmentti, joka on innokas oppimaan uutta ja jolla on laaja kiinnostus erilaisiin kulttuuriaiheisiin, kuten historiaan, taiteeseen ja arkkitehtuuriin.



Foodie

Segmentti, joka on kiinnostunut sekä hienostuneemmista ruokailukokemuksista että paikallisesta ruokakulttuurista.



Group traveller

Segmentti, joka on kiinnostunut kaupunkikierroksista ja mahdollisuudesta vuorovaikutukseen muiden matkailijoiden kanssa.



LGBTQ+ traveller

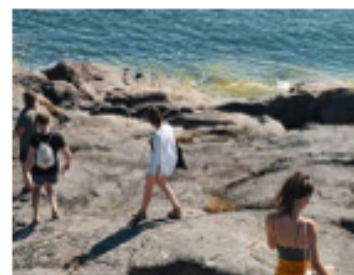
Segmentti, joka on kiinnostunut paikallisen LGBTQ+-kulttuurin ja yhteisön kokemisesta.

VIIHDE JA HYVINVOINTI



City life enthusiast

Segmentti, joka on kiinnostunut kaupungin viihdetarjonnasta, kuten konserteista, tapahtumista ja yöelämästä. Myös vierailu huvipuistossa tai ostosreissu todennäköisesti kiinnostaa tätä kohderyhmää.



Sun & beach lover

Segmentti, joka on kiinnostunut merestä, auringosta ja rannoista. Arvostaa rentoutumista ja lepoa. Kiinnostunut tunnetuista turistikohdeista ja ennestään tutuista matkakohteista.



Wellbeing seeker

Segmentti, joka nauttii rentoutumisesta, rauhasta ja hyvinvoinnista. Tätä segmenttiä kiinnostaa hyvinvointiretiitit, hieronnat ja kylpylävierailut.



Outdoor explorer

Segmentti, joka arvostaa aitoa luontoa ja ulkoilma-aktiviteetteja. Haluaa kokea aktiivisen loman, joka voi sisältää esimerkiksi pyöräilyä tai patikointia. Haluaa vahvistaa omaa yhteyttään luontoon.



Active hobbyist

Seikkailusta ja jännityksestä innostuva segmentti, jota kiinnostaa laajalti erilaiset urheilulajit ja harrastukset. Kohderyhmä on kiinnostunut myös yöelämästä.

URHEILU JA AKTIVITEETIT



Nature lover

Nature lover – kohderyhmä on hieman kiinnostuneempi suomalaisista metsistä peräisin olevan luonnonvaraisen (villiruoan) ruoan syömisestä sekä luonnossa syömisestä, mutta vähemmän kiinnostuneita fine dining –ravintolassa syömisestä.



Lifestyle traveller

Lifestyle traveller – kohderyhmä on keskimääräistä kiinnostuneempi kaikista aktiviteeteista. Erityisesti ruoka- ja juomafestivaalit, maatilalla tai paikallisella ruoantuottajalla vieraileminen ja opastetut ruokakierrokset kiinnostavat keskimääräistä enemmän.



Culture traveller

Culture traveller – kohderyhmää ei kiinnosta luonnossa syöminen tai ruokafestivaaleilla vieraileminen yhtä paljon kuin keskimäärin.



Outdoor explorer

Outdoor explorer – kohderyhmässä korostuu marjastus, maatilalla tai paikallisella ruoantuottajalla vieraileminen, villiruoan ruoan syöminen, luonnossa syöminen ja perinteisen suomalaisen kalan tai riistan kokeileminen suositumpana kuin keskimäärin.

Sukupolvien väliset erot

Kaikkia ikäryhmiä yhdistää kulttuurin ja paikallisuuden arvostaminen, vastuullisuuden merkitys sekä sujuvat ja turvalliset palvelut.

- Z-sukupolvi (1997–2012): Haluavat aktiivisia ja visuaalisesti houkuttelevia elämyksiä. Hyödyntävät digipalveluja ja tekoälyä matkasuunnittelussa ja varauksissa, suosivat Airbnb-tyyppisiä majoituksia.. Arvostavat eniten ainutlaatuisia, some-ystävällisiä kokemuksia
- Y-sukupolvi (1980–1996): hakee hyvinvointia ja elämyksiä ilman ylimääräistä säätöä. Luonto-, kulttuuri- ja ruokamatkat. Perheystävälliset kohteet. Kuluttavat eniten rahaa.
- X-sukupolvi (1960–1979) arvostaa monipuolisuutta: aktiviteettejä, mökkeilyä, automatkoja, syventyy kulttuuriin.
- Suuret ikäluokat (1945–1959): painottavat turvallisuutta ja perinteisiä lomia, suosivat valmiita pakettimatkoja ja rauhallisia kohteita. Esteettömyyden tarpeet nousevat vahvasti esille, helpommat reitit, ei niin vaativat aktiviteetit. Sopivasti aikaa olla aktiivinen, levätä ja ruokailla.

Hiljaisuus on kultaa

Hushpitality: Hiljaisuuden haku

Vuonna 2026 matkailijat etsivät kohteita ja kokemuksia, jotka auttavat hiljentymään arjen hälinästä.

Rauhan etsiminen — jopa pienet hiljaisuuden hetket — kertoo muutoksesta siinä, miksi matkustetaan, minne mennään ja miten levätään.

 BBC Trends 2025: Hiljaisuushakuiset matkat ovat yksi vuosikymmenen määrittävistä matkailutrendeistä.

Miksi tämä sopii Suomelle?

- Luonnollinen hiljaisuus metsissä ja vesistöillä
- Sauna- ja suomalaiset hyvinvointiperinteet ovat maailmanluokkaa
- Suomalainen elämänrytmi on kulttuurinen vahvuus
- Kylät, kaupungit, kulttuuriympäristöt yhdistyvät luontoon
- Matala sosiaalinen paine — kenenkään ei tarvitse olla äänessä

Hiljaisuus myy jopa liikematkailussa

Liikematkailijat arvostavat ihmissuhteiden vahvistamista matkoilla, mutta yhä useampi priorisoi myös omaa hyvinvointiaan ja hakee hiljaisuuden hetkiä arjen sitoumusten lomassa.

27%

Hakee yksinoloa

Noin 27 % liikematkailijasta hakee aktiivisesti yksinäistä aikaa työmatkallaan ladatakseen akkuja.

54%

Kaipaa irtiottoa

Yli puolet liikematkailijoista sanoo haluavansa matkustaa pelkästään irrottautuaan perheestään tai kumppanistaan.

Liikematkailun vetovoima ulottuu työpöydän ulkopuolelle – Suomen

- ✓ rauhallinen identiteetti vastaa tähän tarpeeseen paremmin kuin mikään muu pohjoiseurooppalainen kohde.



Hyvinvoinnin merkitys kasvaa

Melusaaste – etenkin liikenteen aiheuttama – on toiseksi merkittävin terveyshaitta Länsi-Euroopassa. Puhtaasti rauhan ja tyyneyden kokemisesta, meluttomuudesta ja läsnäolosta tehdään kilpailuetu.

Esimerkkejä ratkaisuista:

- Havila Voyages: reaaliaikaisia meluennusteita, jotka vertaavat melutasoja (desibeleinä) suurkaupunkeihin kuten New York, Pariisi ja Lontoo
- Unplugged: tarjoaa teknologiavapaita mökkejä, joiden tavoitteena on auttaa "aina tavoitettavissa" olevia ihmisiä kytkeytymään irti teknologiasta ja vahvistamaan läsnäolon kokemusta.
- Majamaja, uusi retriitti Helsingin saaristossa, koostuu arkkitehdin suunnittelemista offgrid-mökeistä, jotka kutsuvat matkailijan luonnon äärelle ilman sähköverkon tai teknologian häiriöitä.

Aitous ja “slow travel” -kokemukset

- Kasvava kiinnostus hitaampia matkailumuotoja ja hidastamista kohtaan kasvaa
- Kiireettömyys, rentoutuminen, palautuminen
- Aitous: paikallisuus, paikalliset ihmiset, pienemmät kohteet
- Oma hyvinvointi keskiössä
- Hiljaisuus ja digital detox: irti kännykästä ja somesta -majoitukset ja ohjelmapalvelut
- Uniretriitit: tavoitteellista unen ja nukkumisen parantamista.

Ruuan merkitys kasvaa

Suurin kiinnostus kohdistuu helposti saavutettaviin, autenttisiin ja arkisiin suomalaisiin ruokaelämyksiin, joissa korostuvat paikallisuus, perinteet ja luonnonläheisyys.

						Keskiarvo%	
Paikallisilla markkinoilla ja kauppahalleissa vieraileminen	1	3	1	5	1	80 %	Globaalisti kiinnostavimmat ruokaelämykset ja aktiviteetit, panosta näihin.
Paikallisten suomalaisten ruokien maistaminen	2	1	2	1	3	80 %	
Paikallisten erikoisuuksien syöminen hotellin aamiaisella	4	6	5	2	2	77 %	
Tyypilliseen suomalaiseen ruokakulttuuriin tutustuminen	5	5	6	6	4	75 %	
Perinteisen suomalaisen kalan tai riistan kokeileminen	6	4	3	3	8	75 %	
Katuruoan syöminen	7	8	7	7	5	71 %	
Luonnossa syöminen	3	2	4	13	7	71 %	
Ruokamatkamuistojen ostaminen	8	10	11	4	14	64 %	Ruokamatkamuistot tärkeitä Japanissa ja Saksassa, ruokafestivaalit Yhdysvalloissa ja maatilalla vieraileminen Ranskassa.
Ympäri Suomen matkustaminen tutustuen erilaisiin alueellisiin ruokiin Suomessa	13	9	8	9	13	61 %	
Suomalaisten erikoisuuksien maistaminen	14	12	9	8	16	58 %	
Maatilalla tai paikallisella ruoantuottajalla vieraileminen	10	7	15	14	12	58 %	
Ruoka- ja juomafestivaaleilla vieraileminen	16	15	12	11	6	58 %	
Paikallisissa panimoissa vieraileminen	11	14	13	10	11	58 %	
Suomalaisista metsistä peräisin olevan luonnonvaraisen ruoan syöminen	9	11	14	12	15	56 %	
Opastetut ruokakierrokset/kävelyt	12	13	10	16	10	55 %	Fine dining kiinnostaa eniten yhdysvaltalaisia. Yleisesti kiinnostus kaikkia aktiviteetteja kohtaan on melko korkea.
Fine dining -ravintolassa syöminen	17	16	18	15	9	47 %	
Marjastus ja/tai sienestys metsässä	15	17	17	17	17	45 %	
Kalastaminen	18	18	16	19	19	34 %	
Suomalaisen ruoan ruoanlaittokurssille osallistuminen	19	19	19	18	18	30 %	

Ydintuote ja sitä tukevat lisäelämykset eri kohderyhmille

Tuote koostuu erilaisista sisällöistä

- Sisältö tässä yhteydessä tarkoittaa sitä mitä tuote sisältää
- Erilaisia “resursseja ja sisältöjä” yhdistellään entistä enemmän:
 - Esim. kamarimusiikkia ja karhuja, yöttömän yön elokuvia, nykytanssia metsässä, elektronista musiikkia tunturin laella, kuvataidetta saaristossa
 - Taivaanilmiöt: pyöräretki keskiyön auringon aikana, kuu + tähdet+pimeä taivas ja hidas kävely
 - Vastuullisuusteot: kurkistus kulissien taakse, osallistuminen (esim. haltialakelodge.com/fi/nature-experiences)
 - Osallistava elämyksellisyys: matkailija on itse oman elämyksensä ja kokemuksen luoja eikä passiivinen objekti. Itse tekeminen, osallistuminen ja heittäytyminen → jättää muistijäljen: piirakkapajat, rieska, korvapuusti

Tuotteen komponentit

- Liiku lempeästi (Move)
- Hengitä (Breath)
- Ravitse (Nourish)
- Aisti paikan henki (Connect)

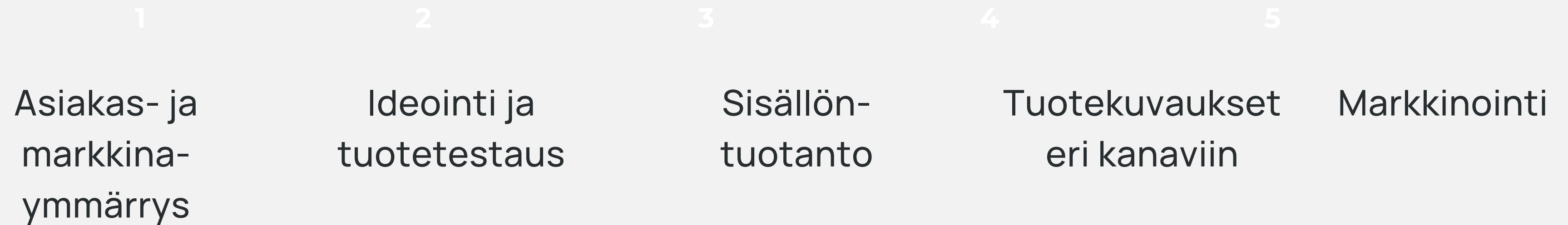
Uudet yhteistyökumppanit

- Nuoret tuotteistajina
- Kyläyhteisöt ja erilaiset yhdistykset
- Paikalliset asukkaat ja elinkeinot
- Alkutuottajat
- Kulttuuritoimijat: käsityöläiset, taiteilijat

Kotitehtävä

- Mieti yksi uusi yhteistyökumppani, jonka kanssa voisit tuottaa yhteisen tuotteen, parantaa tai laajentaa jo olemassa olevaa tuotettasi
- Luonnostelee idea paperille: tuotteen alustava nimi ja ranskalaisilla viivoilla mitä se sisältäisi, kenelle se on tarkoitettu ja mikä sen kesto on
- Tuote voi olla:
 - paketti, jossa on yöpyminen ja ohjelmaa kahdelle tai useammalle päivälle
 - oheis- ja ohjelmapalvelu
 - majoitus ja sen ympärille suunniteltu kokonaisuus sisältäen eri teemoja
 - tapahtuma
 - tai jotakin muuta

Tekoäly mukana koko prosessin ajan



Matkamessujen matkailututkimus 2026:

Tekoälyn rooli matkojen suunnittelussa ja tiedonhaussa kasvoi vuodessa 4 %:sta 11 %:iin vuodessa, kun taas somen osuus kasvoi 38 %:sta 42 %:iin.

Muista tutkimuksista:

Datan, sosiaalisen median ja tekoälyn yhdistelmä tekee siirtymisestä kohti tuotteiden personointia entistä helpompaa, ja se tulee olemaan luonteva osa matkailualan tulevaisuutta.

Kiitos

Pirjo Räsänen, etunimi.sukunimi@savonia.fi, puh. 044 7855 855

SAVONIA



Euroopan unionin
osarahoittama



Pohjois-Savon liitto