

Toinen | PHD

# Alueen vetovoimaisuus ruokamatkailukohteena

Jani Halme, toimittaja



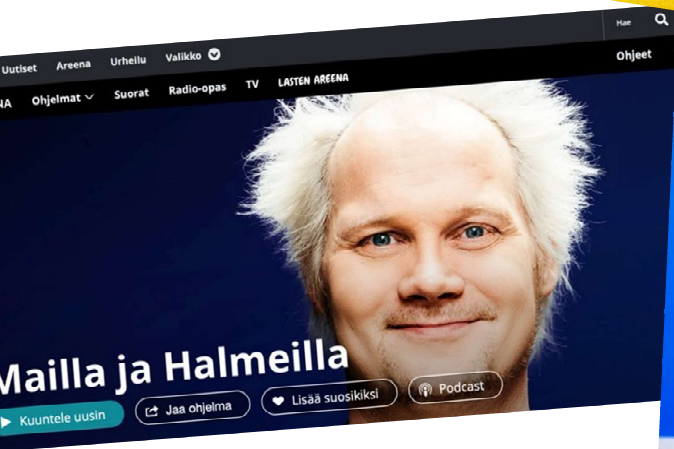
VIHDE  
**Jani Halme asuu eriskummallisessa omakotitalossa aivan Venäjän rajalla – tällaista elämä siellä on**

Itärajalta kotoisin oleva Jani Halme uskoo, että karjalaisessa kulttuurissa olisi voimaa houkutella matkailijoita alueelle.

JAA TALLENNA



Jani Halme asuu tasaveroisesti Helsingissä ja Parikkalassa. Halme kotonaan Parikkalassa.  
KUVA: OLLI JAATINEN





Tosisuomalaisuutta etsimässä



# AJATUKSIA AIHEESTA



# ALUEELLISET RUOAT OVAT USEIN KEKSITTYJÄ JUTTUJA - EIVÄT ELÄVÄÄ PERINTÖÄ

**MUTTA EIVÄT KAIKKI**

AJANKOHTAISTA

# Näin keksittiin legendaarinen lihamuki – erikoismättö sai alkunsa housunsa sotkeneista lahtelaisista autoilijoista

Lihamuki on Lahden ylpeys ja suoraviivainen grillikulttuurin edustaja. Miten se syntyi?



Ruoka

## Outo lounasruoka on säilynyt raumalaiskoulujen listoilla – merimiesten herkku on muualla Suomessa harvalla tuttu

Lapskoussi on perinteinen merimiesruoka. Raumalla juuresten ja lihan sekasotku maistuu hyvin myös koululaisille.



▶ 0:51

Perinteisessä tarjoilussa lapskoussi saa kylkeensä suolakurkkuja ja etikkapunajuuria.



## Pärämäts on Tampereen oma pikaruoka – oletko maistanut eksoottista lihapiirakkaa?



Pärämätsin sisus

JULKAISTU 28.03.2014 13:46 (PÄIVITETTY 28.03.2014 14:19)



Suomi on pullollaan erilaisia perinneruokia, mutta oletko koskaan törmännyt tamperelaiseen pärämätsiin?

## Grillieväs tamperelaisittain – sokerimunkki, sinappia ja pätkä Suomimakkaraa

Kesämatkalla: Pispalan nakkioskin erikoisuutta myydään viikossa satoja.

**EIVÄTKÄ ETENKÄÄN**



## Paikallisherkun käsittämätön suosio: Vetyjä ja atomeja myydään yli miljoona annosta vuodessa – video

Lappeenrannan torilla on myyty vetyjä ja atomeja jo 1960-luvulta lähtien. Parhaimpana päivänä lihapiirakka-annoksia menee tuhansia.



Videolla Marja Toikka-Rantanen näyttää, miten vety Lappeenrannan kauppatorilla syntyy. Kuva: Ville Toijonen / Yle

# Lemin särä – yksi suomen seitsemästä ihmeestä!

Lemi on ainoa Etelä-Karjalan ja koko suomen paikkakunta, joka on kuulu lammasruuastaan. Kyseessä on tietysti särä – joka on ainoana ruokalajina valittu Suomen seitsemän matkailuihmeen joukkoon. (Valinnan suorittivat Suomen kotiseutuliitto, Suomen matkailuliitto ja Finnair jo vuonna 1972).



Ruoka

## Savonlinnalaiset hakevat lörtsylle nimisuoja: "Hinta ei nouse, vaikka mitä titteleitä tulisi", vannoo leipomoyrittäjä

EU:n nimisuojan saaneita tuotteita myydään vuosittain yhteensä 77 miljardilla eurolla.



Lörtsy on savonlinnalainen tuote. Kuva: Esa Huuhko / Yle

 Artikkelin on yli 12 vuotta vanha

Rinkelit

## Tältä näyttää maailman suurin viipurinrinkeli

Imatralla nähtiin lauantaina maailman suurin viipurinrinkeli. Keittiömestareiden talvipäivien kunniaksi leivottiin Guinnessin ennätysten kirjaan tarjolla oleva rinkeli.



Maailman suurimman viipurinrinkelin kuljettamiseen tarvitaan pakettiauto. Kuva: YLE Etelä-Karjala

## Älä anna nimen hämätä! Hapanvelliä pidetään jopa hernerokkaakin parempana keittona

Hapanvelli on yhdistelmä palkokasvin voimaa, ilmastoviisaita juureksia ja hapattamalla lempeytettyä ruista.

➔ [Jaa artikkeli](#)



Hapanvelliä kannattaa keittää kerralla iso kattilallinen. Kuva: Kari Salonen

KOTIMAA



## Tiesitkö, miten possu on syntynyt? Taustalla salaperäinen tarina

Ensimmäiset havainnot possosta tehtiin Kotkassa 1940-luvulla, kun Hellin Lohko rupesi valmistamaan leivonnaista kerrostalokaksiossa.



Kuva Kotkan Leivästä vuodelta 1952. Oikealla ylhäällä Hellin Lohko. Toinen vasemmalta leipomon myöhemmin omistanut Veikko Turkia. HELLIN LOHKON PERILLISTEN KOTIALBUMI

 Artikkelin on yli 11 vuotta vanha

Ilmiöt

## Karjalaisilla perinneleivonnaisilla herkutellaan pääkaupunkiseudulla

Käsintehty sultsinat, vatruskat ja jopa karjalanpiirakat ovat eksoottista herkkua Etelä-Suomessa. Perinneleivonnaisten myynti on lisääntynyt herkkuosastoilla niin, että välillä joudutaan tarjoamaan eioota.



RUOKALA

# BBC innostui perinteisestä savolaisherkusta – “Moni suomalainenkaan ei ole maistanut”

Britannian yleisradioyhtiö BBC hehkuttaa verkkosivullaan suomalaista kalakukkoa.



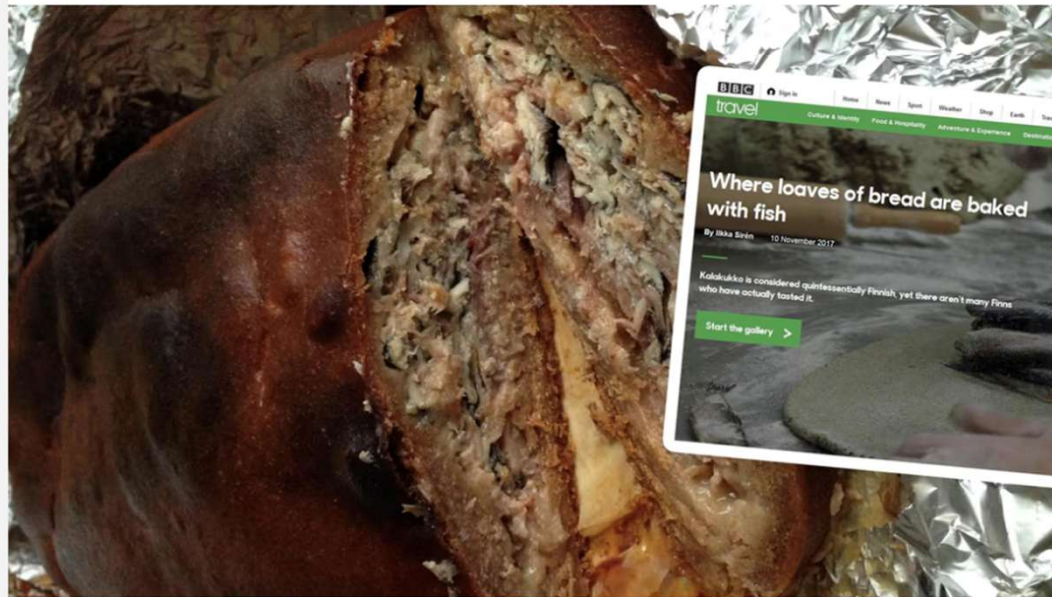
JAA



TALLENNA



KOMMENTIT



Britannian yleisradioyhtiö kertoo kalakukosta. KUVA: MATLEENA LAHTI / BBC



NELJÄN  
KAHVIN  
PAKETTI!



**ITÄISESSÄ SUOMESSA OMA  
RUOKAKULTTUURI ON AIDOSTI  
ELÄVÄÄ JA SILLÄ ON MEIDÄN  
PAIKALLISTEN TUKE TAKANAAN**



EUROPEAN REGION OF GASTRONOMY  
.....  
SAIMAA AWARDED 2024

TASTE  
SAIMAA  
PUREST FINLAND  
LAKELAND

# VETOVOIMAA ON – MARKKINOINTIA LISÄTTÄVÄ

Toinen | PHD

# Alueen vetovoiman kasvattaminen on meidän vastuulla

Toinen | PHD

# Ja tehtävissä

Toinen | PHD

# Voimme vaikuttaa ihmisten käsityksiin ihan itse

toine | PHD

**Markkinoinnin  
tärkeimpänä tavoitteena  
on ajattelun ja  
käyttäymisen muutos**

Toinen | PHD

# Tekemällä tuoksellisempaa markkinointia ja osana sitä brändäämällä paremmin

Toinen | PHD

# MIKÄ ON BRÄNDI?

Toinen | PHD

# SE ON IHMISEN KÄSITYS TUOTTEESTA

Toinen | PHD

# SE ON MIELIKUVIEN SUMMA

VÄITE 1



Summaa kartuttavat tuote, käyttökokemus, asenne, kavereiden puheet, historia... Mainonta on vain yksi osa kokonaisuutta – joskin tärkeä

x



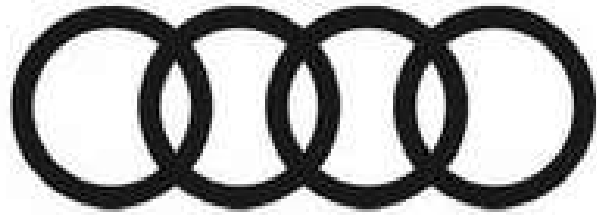
## VÄITE 2



Brändin rahallinen arvo on se lisä, jonka ihminen on valmis maksamaan verrattuna samaan tuotteeseen, jonka hän koee täyttävän saman tarpeen



x



**SKODA**



**CUPRA**



**Commercial  
Vehicles**



Hyvä brändin omaava tuote voidaan paitsi myydä kalliimmalla, myös volyymi kasvaa. Korkeampi ostovolyyymi tarkoittaa poikkeuksetta parempia kannattavuuksia

x



Nämä ison volyymin tuotteet maksavat S-kaupoissa yhtä paljon, 1,25 euroa. Valio saa maidostaan 100% paremman katteen kuin Kotimaista.

## VÄITE 1



Ovela tapa voikin olla valita erottelevaksi ominaisuudeksi jokin sellainen, jota muut ovat viestineet aiemmin matalalla profiililla.

x



Kommunikoitavien ominaisuuksien määrä on pidettävä sangen pieneenä.

Harvasta supermerkkituotteestaakaan osaamme sanoa kuin muutaman tärkeän ominaisuuden.

X





Markkinointi ei ole suuria tekoja. Se on toisteinen sarja tuuppauksia, joiden pyrkimyksenä on lisätä tuotteen menekkiä.





Mainonta on keskeinen osa tuuppailua ja rakentaa osaltaan brändiä. Pikavoittoja ei ole tiedossa, vaan sen tehtävänä on luoda pitkiä muistijälkiä.



# VÄKEVIN BRÄNDI ON TUTUIN TAI HALUTTAVIN - HARVOIN HALVIN

- Ihminen haluaa valita itselleen mahdollisista vaihtoehdoista parhaan. Se on harvoin halvin, ja harvemmin kuin joka kolmas kerta tarjoushintainen.
- Keskimäärin harkinnan loppusuoralla valitaan:
  - Tutuin - 50% tapauksista
  - Kiinnostavin 30% tapauksissa
  - Edullisin 20% tapauksista

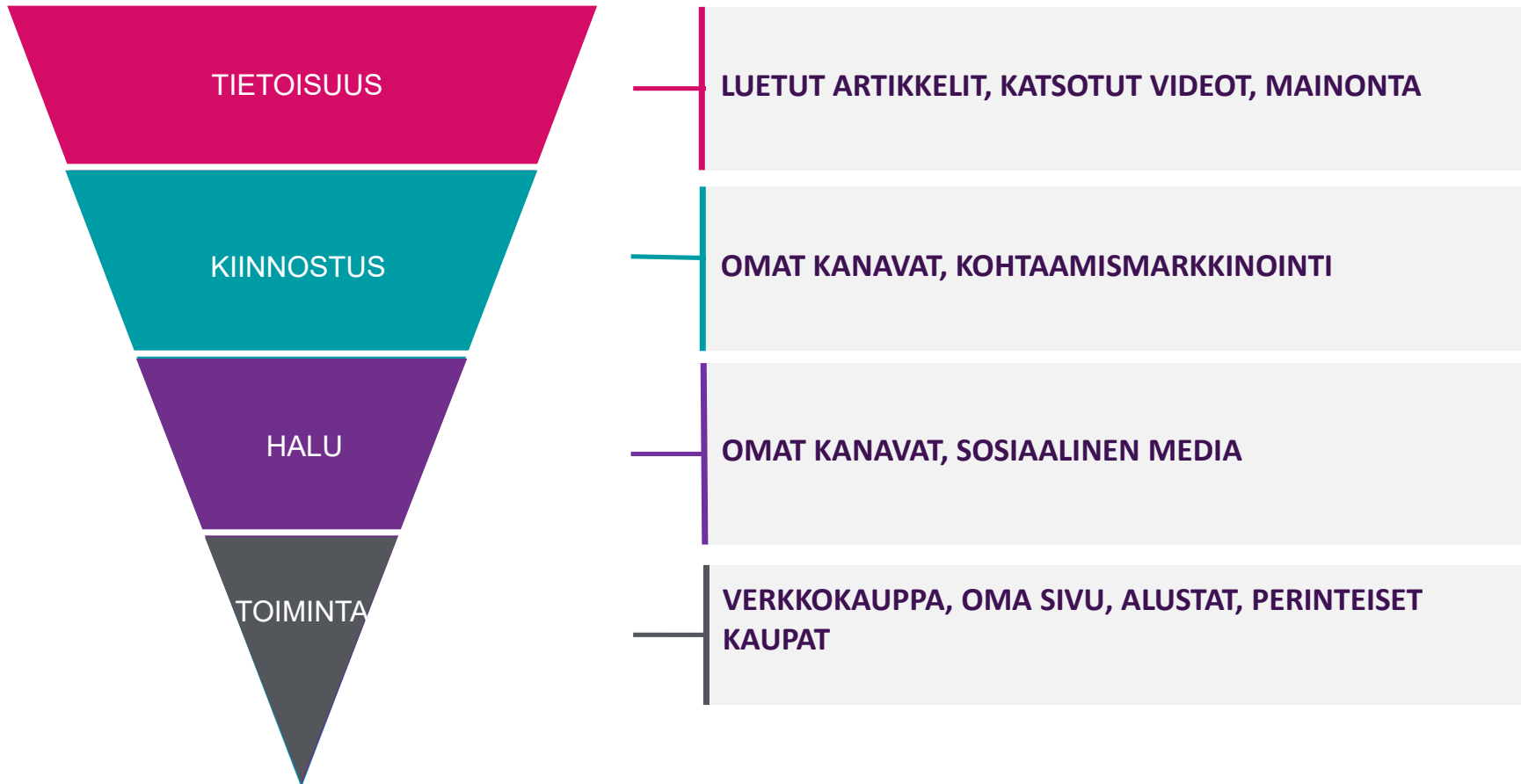
Top-of-mind kannattaa. Tutuin valitaan vieläpä hyvin usein ilman vertailua tai harkintaa.

Jos haluat mennä hintakärki edellä, kannattaa yleensä olla lisäksi iloinen ja kekseliäs.

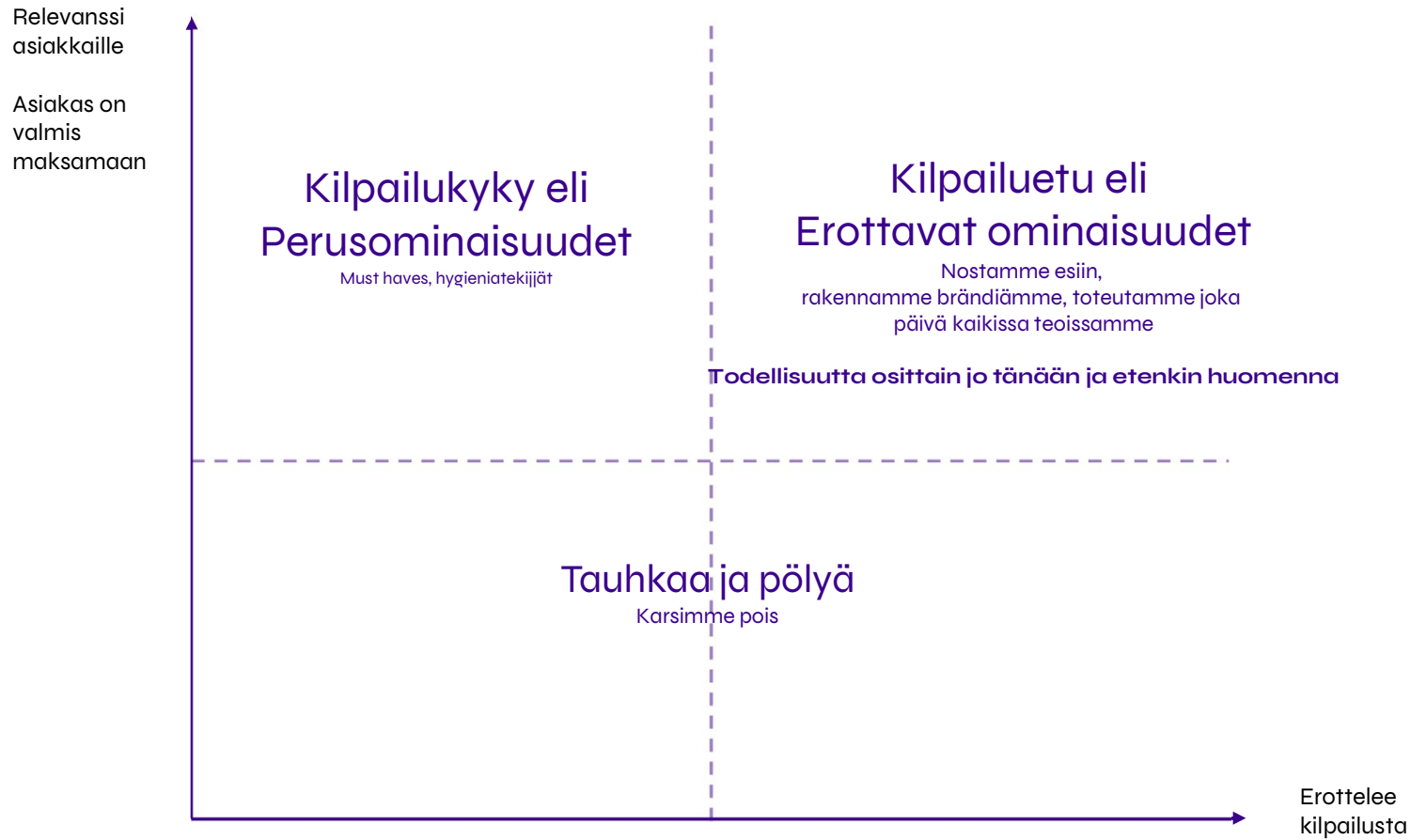
Toinen | PHD



# MITÄ KAUTTA IHMINEN VALITSEE SAIMAAN TAI SAIMAALAISEN RUOAN



# BRÄNDÄÄMINEN ON KILPAILUEDUN KOMMUNIKOIMISTA



**KUN TEEMME YHTEISTYÖTÄ JA  
HYVÄÄ MARKKINOINTIA ON  
ITÄSUOMESTA TEHTÄVISSÄ  
EROTTUVA JA HALUTTAVA  
RUOKAKOHDE**



# MICHELIN STAR

Coveted by many chefs but bestowed upon only to an excellent few.  
Getting a star (or three) could change the fate of a restaurant.



High quality  
cooking,  
worth a stop



Excellent cooking,  
worth a detour



Exceptional  
cuisine, worth a  
special journey



KIITOS AJASTANNE!