

Maut matkailuelämyksiksi -hankkeen ruokamatkailun opintomatkalla 20.5.2026



Matkaraportti

Teija Koivisto

2026

LEADER

Suupohja



Euroopan unionin
osarahoittama



Sisällys

Maut matkailuelämyksiksi -hankkeen ruokamatkailun opintomatka 20.5.2026.....	1
Opintomatkan tausta ja tavoitteet.....	3
Matkan kulku ja keskustelut matkalla	4
Korsuretket – elämyksellisyyttä, tarinaa ja lähiruokaa	4
Urpolan kartanon monimuotoiset palvelut– teemallisuutta, elämyksellisyyttä ja monialaista yrittäjyyttä	6
Herkujuustola – tarinallisuutta, perheyriyksen voimaa ja tuotteiden elämyksellistä esittelyä	10
Viinitila Meggala – innostavaa yrittäjyyttä, tarinallisuutta ja tuotteistamisen oppia	12
Osallistujapalaute ja keskeiset havainnot.....	14
Pohdinta ja johtopäätökset	16
Liite 1. Esite, joka jaettiin osallistujille sähköisesti ja paperiversio bussissa	

Opintomatkan tausta ja tavoitteet

Maut matkailuelämyksiksi -hankkeen ruokamatkailun opintomatka toteutettiin 20.5.2026. Maut matkailuelämyksiksi -hanketta rahoittaa Leader Suupohja EU:n maaseuturahastosta.

Opintomatkan tavoitteena oli hakea inspiraatiota ruokamatkailun kehittämiseen, tutustua erilaisiin elämyksellisiin matkailukohteisiin sekä tarkastella käytännössä, millaisia mahdollisuuksia päivämatkana toteutettavilla ruokamatkailureiteillä voisi olla.

Matkan suunnitteluvaiheessa tarkasteltiin useita vaihtoehtoisia reittejä ja kohteita. Alkuvaiheessa mukana oli myös pohjoisen suunnan vaihtoehtoja, mutta osallistujien ja alueen toimijoiden kanssa käytyjen keskustelujen perusteella päädyttiin eteläisempään reittiin. Valintaan vaikutti erityisesti halu löytää kohteita, jotka olivat suurimmalle osalle osallistujista uusia sekä tarjoaisivat tuoreita näkökulmia matkailun ja ruokapalveluiden kehittämiseen.

Kohteiksi valikoituivat osittain Lauhanvuori–Hämeen kangas UNESCO Global Geopark -alueen yritykset, kuten Korsuretket Jämijärvellä ja Viinitila Meggala Kankaanpään Venesjärvellä, jotka olivat monille osallistujille entuudestaan tuntemattomia. Näiden nähtiin tarjoavan kiinnostavia mahdollisuuksia myös tulevaisuuden ruokamatkailureittien suunnitteluun sekä yhteistyöhön alueiden välillä. Lisäksi matkalla tutustuttiin Urpolan Kartanoon ja Viikinkikylään sekä Herkkujuustolaan Sastamalassa. Matkan ohjelma rakennettiin päivän mittaiseksi kokonaisuudeksi, jossa yhdistyivät ruoka, elämyksellisyys, yrittäjäyys, tuotteistaminen sekä tarinallistaminen.

Opintomatalla pyrittiin samalla simuloimaan osallistujille käytännön tasolla ruokamatkailureitin kokemusta: millaista olisi kulkea valmiiksi suunniteltu päivämatkareitti, jossa kohteet täydentävät toisiaan ja muodostavat elämyksellisen kokonaisuuden. Tavoitteena oli herättää ajatuksia siitä, millaisia vastaavia kokonaisuuksia voitaisiin rakentaa myös Suupohjan alueelle ja miten eri toimijat voisivat yhdessä muodostaa kiinnostavia ruokamatkailukokonaisuuksia.

Opintomatka kohdennettiin erityisesti Maut matkailuelämyksiksi -hankkeen kohderyhmälle eli alueen matkailu-, ruoka- ja elämyspalvelutoimijoille sekä yhteistyötahoille. Matkaa markkinoitiin kohdennetusti uutiskirjeiden, sähköpostien, WhatsApp-viestien sekä henkilökohtaisten puheluiden avulla. Tavoitteena oli tavoittaa erityisesti hankkeessa mukana olevia tai siitä kiinnostuneita toimijoita, jotta opintomatkan tarjoama hyöty kohdistuisi mahdollisimman hyvin alueen matkailun kehittämiseen. Osallistujille laadittiin myös visuaalinen matkaesite, jonka tavoitteena oli käytännön tiedon jakamisen lisäksi havainnollistaa laadukkaan markkinointimateriaalin merkitystä osana matkailuelämyksen rakentumista (Liite 1.). Hanke vastasi matkan kustannuksista, osallistuvat maksivat itse Urpolan Viikinkylässä nautitun runsaan viikinkiaterian sekä mahdolliset ostoksensa kohteissa.

Opintomatalle osallistui yhteensä 18 henkilöä +projektipäällikkö 12 eri yrityksestä ja organisaatiosta, mikä toi keskusteluihin monipuolisia näkökulmia matkailusta, ruokapalveluista, elämyksellisyydestä ja yritystoiminnan kehittämisestä. Osallistujien ikäjakauma oli laaja, mikä rikasti keskustelua ja mahdollisti kokemusten jakamisen eri näkökulmista.

Osallistujat olivat aktiivisesti mukana koko päivän ajan: keskustelua käytiin niin bussimatkoilla kuin kohdevierailujen aikana, ja kokemuksia peilattiin jatkuvasti omaan toimintaan sekä Suupohjan alueen mahdollisuuksiin. Opintomatkan tavoitteena ei ollut ainoastaan tutustua uusiin kohteisiin,

vaan myös vahvistaa vertaistukea, verkostoitumista sekä yhteistä ideointia alueen ruokamatkailun kehittämiseksi.

Matkan kulku ja keskustelut matkalla

Opintomatkalta lähdettiin Kauhajoen linja-autoasemalta klo 7.30 Veljekset Viitalan bussilla. Mukana oli yhteensä 19 osallistujaa, mukana oli luonnollisesti myös projektipäällikkö matkanvetäjänä. Päivän aikana kohteisiin tutustumisen lisäksi tärkeässä roolissa olivat yhteiset keskustelut, kokemusten jakaminen sekä ajatusten vaihto yrittäjien kesken.

Jo menomatalla käytiin vilkasta keskustelua yritysten sosiaalisen median hyödyntämisestä, näkyvyydestä sekä verkostoitumisesta. Keskusteluissa nousi esiin, kuinka tärkeää yrityksille on seurata toistensa tekemistä ja hakea inspiraatiota myös oman toimialan ulkopuolelta. Samalla korostettiin ajatusta siitä, ettei toisten toimijoiden seuraaminen ole kilpailua tai ”yritysvakoilua”, vaan tärkeä osa oppimista ja verkostoitumista.

Osallistujille laadittu matkaesite herätti myös keskustelua markkinointimateriaalien laadusta. Esitteen visuaalisuus, kuvat ja laadukas painojälki saivat kiitosta ja toimivat konkreettisenä esimerkkinä siitä, kuinka paljon vaikutusta materiaalien laadulla voi olla ensivaikutelmaan ja matkailuelämyksen rakentumiseen. Keskusteluissa nousi esiin myös laadukkaiden kuvien merkitys yritysten näkyvyydessä. Useiden kohteiden kohdalla sopivien kuvien löytäminen oli osoittautunut haastavaksi, mikä herätti ajatuksia siitä, kuinka tärkeää matkailuyritysten olisi ylläpitää helposti hyödynnettävää kuvapankkia yhteistyökumppaneiden, median ja asiakkaiden käyttöön.

Korsuretket – elämyksellisyyttä, tarinaa ja lähiruokaa

Ensimmäinen kohde oli Jämijärvellä sijaitseva Korsuretket, jossa päivä käynnistyi yhteisellä aamiaisella sekä yrityksen toimintaan tutustumisella. Korsuretket Oy on 1999 perustettu matkailuyritys, joka tarjoaa ruoka-, ohjelma- ja elämyssaunapalveluja sekä tilausravintola- ja metsäkokoustiloja. Toiminnan sydämenä on Jämijärvellä sijaitseva tunnelmallinen Korsukylä. Tunnelmallinen ympäristö, vahva tarinallisuus ja yrityksen selkeä identiteetti tekivät vaikutuksen osallistujaryhmään.



Aamiaisen yhteydessä nautittiin sämpylöitä, kahvia, teetä sekä paikallista granolaa, samalla kun yrittäjä kertoi yrityksen historiasta, toiminnan synnystä sekä nykytilanteesta ja tulevaisuuden näkymistä. Esittelyssä korostuivat yrityksen arvot, lähiruokafilosofia sekä halu rakentaa kokonaisvaltaisia elämyksiä asiakkaille.

Erityistä kiinnostusta herätti yrityksen tapa rakentaa asiakassuhteita pitkäjänteisesti. Keskusteluissa nousi esiin puskaradion merkitys markkinoinnissa: yksi onnistunut vierailu voi johtaa uusiin ryhmävarauksiin, juhliin tai tapahtumiin, kun asiakkaat suosittelevat kokemusta eteenpäin. Tämä herätti osallistujissa ajatuksia asiakaskokemuksen pitkäaikaisesta vaikutuksesta sekä siitä, kuinka elämyksellisyys toimii parhaimmillaan tehokkaana markkinointina. Huomioitavaa on, että Korsuretkillä on vastuullisuuden vakuudeksi Ekokompassi -ympäristösertifikaatti. Nettisivuillaan Korsuretket oli saavutettavissa suomeksi, mutta verkkokaupassaan palvelut oli esitelty sekä suomeksi että englanniksi.

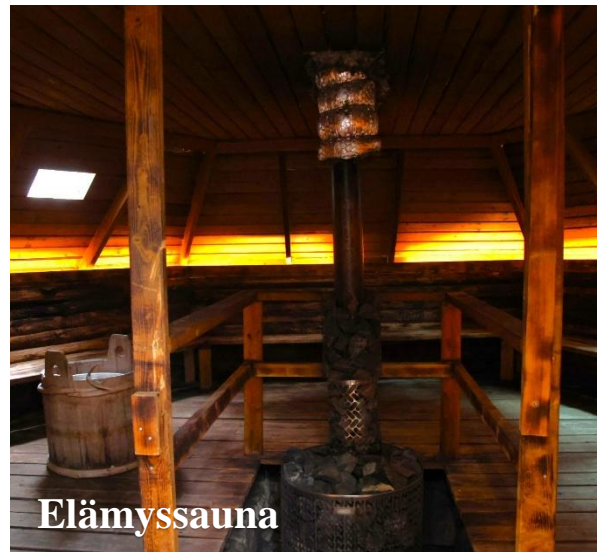


Aamiaiskate

vemmin.

Yritysvierailun aikana tutustuttiin laajasti myös alueen tiloihin ja palveluihin. Erityisesti elämyssauna herätti kiinnostusta — palvelukonseptissa korostui kiireettömyys ja mahdollisuus viiptyä pitkään ilman tiukkoja aikarajoja. Tämä nähtiin hyvänä esimerkkinä siitä, kuinka matkailupalveluissa voidaan luoda lisäärvä tunnelman, rauhan ja kokonaisvaltaisen kokemuksen kautta.

Matkalla käytiin lisäksi avointa keskustelua kustannuksista ja hinnoittelusta. Eri palveluiden hintoja arvioitiin yhdessä, mikä tarjosi osallistujille käytännön näkökulmaa siihen, millaisia kustannuksia elämyksellisten matkailupalveluiden toteuttamiseen liittyy. Keskustelu koettiin erityisen hyödylliseksi, sillä tällaisia taloudellisia näkökulmia avataan opintomatkoilla har-



Elämyssauna



Aamukahvit



Aamiaiskate

Urpolan kartanon monimuotoiset palvelut– teemallisuutta, elämyksellisyyttä ja monialaista yrittäjyyttä

Korsuretkiltä matka jatkui Hump-pilaan Urpolan kartanoon ja Viikinkikylään. Matkan aikana keskustelua jatkettiin vielä Korsuretket-kohteesta sekä siitä, millaisia ajatuksia aamupäivän vierailu oli herättänyt osallistujissa. Urpolan Kartanoa ja Viikinkisaunoja pyörittää Kylämarkuloiden perhe ja kyseessä on kommandiittiyhtiö. Urpolan Kartanon päärakennus on rakennettu vuonna 1924 ja nykyiset omistajat Leena ja Mikko Kylämärkula ovat kehittäneet kartanon aluetta ja toimintoja aktiivisesti.



Kartanon pihapiiriin on rakentunut jatkuvasti laajeneva saunamaailma - erilaisia saunoja on nyt jo seitsemän kappaletta. Lisäksi saunamaailmasta löytyy kuumakylpy ja höyrykylpytynnyri.

Humppilaan saavuttaessa sää oli muuttunut aurinkoisemmaksi, mikä toi oman tunnelmansa vierailuun. Kohteeseen saavuttaessa osallistujissa herätti keskustelua myös alueen ensivaikutelma: Urpolan Kartanon läheisyydessä sijaitseva ympäristö sekä erityisesti alueen vanha, käytöstä poistunut huoltoasemarakennus herättivät huomiota. Monelle osallistujalle kontrasti kartanon ja sen ympäristön välillä tuli yllätyksenä.



Havainto synnytti ryhmässä laajempaa keskustelua matkailukohteiden saavutettavuudesta, saapumiskokemuksesta ja ympäristön merkityksestä osana kokonaiselämystä. Vaikka matkailuyritys voi rakentaa oman palvelunsa, miljöönsä ja asiakaskokemuksensa huolellisesti, ympäröivään alueeseen tai naapurikiinteistöihin ei aina voida vaikuttaa. Tämä nähtiin tärkeänä muistutuksena siitä, kuinka matkailijan kokemus alkaa jo ennen varsinaiseen kohteeseen saapumista ja kuinka merkittävä rooli myös ympäristön yleisilmeellä voi olla ensivaikutelman muodostumisessa.

Kartanon edustalla oli ryhmälle osoitettu pysäköintialue sekä opastetaulu, jonka avulla alueen palveluihin pystyi tutustumaan. Saapumisen alkuvaiheessa ryhmässä syntyi kuitenkin hetkellinen epävarmuus siitä, missä vastaanotto tapahtuisi ja minne seuraavaksi siirryttäisiin, sillä yrittäjiä ei ollut vastassa pysäköintialueella. Tilanne ratkesi

nopeasti yhteydenoton jälkeen, kun ryhmä ohjattiin Viikinkikylän alueelle. Kokemus herätti keskustelua siitä, kuinka tärkeä merkitys selkeällä vastaanotolla, ennako-ohjeistuksella ja ensimmäisten minuuttien sujuvuudella voi olla osana asiakaskokemusta erityisesti ryhmämatkailussa.

Varsinaisen kartanon sijaan ryhmä ohjattiin ensin Viikinkikylän alueelle, jossa vastaanottamassa oli yrittäjä Mikko Kylämarkula viikinkiasuun pukeutuneena. Teemallisuus näkyi heti alueelle saavuttaessa ja loi vierailulle elämyksellisen kehyksen.

Viikinkikylässä nautittiin yhteinen, omakustanteinen viikinkiateria tunnelmallisessa saunatuovassa. Ryhmän viihtyvyydestä sekä ruoasta vastasi toinen yrittäjistä, Leena Kylämarkula. Ateria oli runsas ja monipuolinen kokonaisuus, johon kuului muun muassa kasviksia, pitkään haudutettua lihaa, erilaisia leipiä sekä juomia. Erityisruokavaliot oli huomioitu hyvin, mikä sai osallistujilta kiitosta. Yrityksen toimintatapana kerrottiin olevan, että erityisruokavaliot perustuvat terveydenhuollon todistukseen. Vierailun yhteydessä todistuksia ei osallistujilta kuitenkaan edellytetty, vaan erityisruokavaliot toteutettiin joustavasti käytännössä. Tämä herätti ryhmässä keskustelua erilaisista toimintamalleista sekä siitä, miten matkailu- ja ravitsemisalan yritykset tasapainottelevat erityisruokavalioiden huomioimisen,



Tuhti Viikinkiateria

resurssien ja käytännön toteutuksen välillä.

Ateria koettiin maukkaaksi, runsaaksi ja elämykselliseksi osaksi vierailua. Huomiota herättivät erityisesti kokonaisuuden yksityiskohdat: teemaan sopivat, näyttävät aterimet sekä kohteelle erikseen valmistetut astiat vahvistivat kokemuksen yhtenäisyyttä. Erityistä kiinnostusta herättivät näyttävät, kohteeseen taotut ruokailuvälineet, joiden alkuperästä kysyttäessä yrittäjät vastasivat teemaan sopivalla, humoristisella tarinallisuudella viikinkiaikaisiin löytöihin viitaten. Leikkisä tapa kertoa asioista tuki kohteen elämyksellisyyttä ja vahvisti viikinkiteemaa.

Astiat puolestaan oli valmistettu kohdetta varten, ja niissä näkyivät valmistajan merkinnät. Erityisesti ruokailuvälineet jäivät osallistujien mieleen: vaikka ne olivat huomattavan painavat, ne olivat samalla hyvin tasapainoiset ja käytössä toimivat, mikä yllätti monet positiivisesti. Usein voimakkaasti teemallistetut ruokailuvälineet voivat olla hankalia käyttää, mutta tässä tapauksessa elämyksellisyys ja käytännöllisyys yhdistyivät onnistuneesti. Myös yrittäjien pukeutuminen teemaan vahvisti kokonaisvaltaista kokemusta.



Upeat aterimet



Ruokailun yhteydessä esiteltiin aterian sisältöä, mutta keskusteluissa nousi esiin myös ruokamatkailun näkökulma: raaka-aineiden alkuperä, lähituotanto tai ruokien valintojen taustat eivät nousseet erityisesti esille. Tämä herätti osallistujissa ajatuksia siitä, kuinka merkittävässä roolissa ruoan tarinat, paikallisuus sekä tieto raaka-aineiden alkuperästä voivat olla osana ruokamatkailuelämystä. Kokemusta voisi entistään syventää esimerkiksi kertomalla, mistä tuotteet tulevat, kuka ne on tuottanut tai miksi juuri tietyt raaka-aineet on valittu osaksi kokonaisuutta.

Ruokailun jälkeen tutustuttiin Viikinkikylän saunamaailmaan ja alueen monipuolisiin elämyksellisiin rakenteisiin. Alueella sijaitsi useita erilaisia saunoja, kuten laivasauna, puumajasauna, kasvihuonesauna sekä höyrytynnyri, jotka herättivät osallistujissa runsaasti keskustelua palveluiden tuotteistamisesta sekä rohkeista toteutustavoista. Erityistä kiinnostusta herätti yrittäjien tapa rakentaa uusia kohteita vaiheittain omista lähtökohdistaan sekä ajatus siitä, että kaiken ei aina tarvitse olla täydellistä ennen käyttöönottoa. Tämä synnytti osallistujien keskuudessa keskustelua myös oman toiminnan kehittämisestä ja siitä, milloin toteutuksen voidaan nähdä olevan riittävän valmis asiakkaiden käyttöön.



Vierailun aikana kuultiin myös alueen rakentamisen taustoista. Esimerkiksi alueella sijaitseva lampi oli syntynyt rakennusmateriaalina käytetyn saven nostamisen seurauksena, ja osa rakennuksista oli toteutettu perinteisiä materiaaleja hyödyntäen. Rakennustapa, jossa savea ja puumateriaalia oli yhdistetty omaleimaisella tavalla, herätti kiinnostusta ja vahvisti kohteen persoonallisuutta sekä tarinallisuutta.

Tutustuminen jatkui Urpolan Kartanon puolella, jossa yrittäjät kertoivat yrityksen historiasta, toiminnan kehittämisestä sekä arjesta laajan kokonaisuuden ylläpitäjänä. Kartanoalue ympäristöineen herätti keskustelua erityisesti työn määrästä, jota monipuolisen matkailukokonaisuuden ylläpito vaatii. Laajat piha-alueet, useat rakennukset, saunamaailma sekä tapahtumien järjestäminen

muodostivat vaikuttavan mutta samalla työlään kokonaisuuden, jonka ylläpitäminen vaatii huomattavaa työpanosta.



Yrittäjät Leena ja Mikko

Vierailun aikana käytiin keskustelua myös yritysesityiden hinnoittelusta. Urpolan Kartanossa yritysesitystä ja kierroksesta perittiin erillinen maksu, mikä nosti esiin tärkeän näkökulman matkailuyrittäjien resurssien käyttöön. Opintomatkan aikana pohdittiin, kuinka yritysesityiden toteuttaminen sitoo yrittäjän aikaa ja henkilöstöresursseja, jolloin myös esittelyiden hinnoittelu voi olla perusteltua osana liiketoimintaa. Keskustelu koettiin hyödylliseksi erityisesti siksi, että käytännöt vaihtelevat yrityksittäin: osa toimijoista tarjoaa esittelyjä veloitusetta, kun taas osa näkee ne omana palvelunaan, josta laskutetaan. Tämä tarjosi osallistujille konkreettista näkökulmaa oman toiminnan tuotteistamiseen ja palveluiden arvottamiseen.

Vierailu nosti esiin myös yrittäjyyden jatkuvuuden näkökulman. Keskusteluissa pohdittiin sitä, kuinka tärkeää matkailuyrityksissä on ajoissa miettiä toiminnan tulevaisuutta ja mahdollisia jatkajia. Tämä teema puhutti erityisesti osallistujia, joista monet tarkastelevat myös oman yritystoimintansa pitkäjänteistä kehittämistä. Koursuretkien sukupolvenvaihdon ja Urpolan Kartanon nykyisen toimintamallin vertailu tarjosi kiinnostavan näkökulman erilaisiin tapoihin rakentaa yrityksen jatkuvuutta.

Kartanon yhteydessä toimiva käsityö- ja tilkkutyömyymälä tarjosi vielä yhden näkökulman monialaiseen yrittäjyyteen. Laaja valikoima, verkkokauppa sekä ryhmätoiminta osoittivat, kuinka matkailukohteessa voidaan yhdistää useita liiketoiminnan muotoja ja palvella erilaisia asiakasryhmiä. Moni osallistujista löysi myymälästä myös ostettavaa, ja erityisesti laaja, värien mukaan järjestetty kangasvalikoima sekä näyttävä nukkekotikokonaisuus jäivät mieleen.



Tilkkutex

Vierailu herätti osallistujissa monipuolisia ajatuksia. Kohteessa nähtiin runsaasti rohkeita toteutuksia, omaleimaisuutta ja vahvaa teemallisuutta, mutta samalla keskustelua syntyi myös siitä, miten erilaiset toimintatavat, palveluiden toteutustavat ja viimeistelyn taso voivat näyttäytyä asiakkaiden näkökulmasta. Opintomatkan keskeisenä tavoitteena olikin tarkastella avoimesti erilaisia toimintamalleja, löytää uusia ideoita sekä tunnistaa samalla myös oman alueen vahvuuksia ja kehittämismahdollisuuksia. Vierailu muistutti siitä, että oppiminen on kaksisuuntaista: toisinaan saadaan uusia ideoita muiden onnistumisista, toisinaan taas vahvistusta sille, että omalla alueella tehdään

jo monia asioita erittäin hyvin. Urpolan kartanolla on selkeästi myös varsin kansainvälinen asiakaskunta, sillä nettisivuilla oli saatavilla kieliversiot suomen lisäksi englanniksi, japaniksi sekä saksaksi. Vastuullisuusnäkökulmia on Urpolassa myös mietitty ja toteutettu ja yrityksellä onkin ECEAT-laatusertifikaatti sekä Sustainable Travel Finland-merkki.

Herckujuustola – tarinallisuutta, perheyriksen voimaa ja tuotteiden elämyksellistä esittelyä

Urpolan Kartanosta matka jatkui Sastamalaan Herckujuustola Oy:n, joka toimii näyttöjuustolana, kahvilana, myymälänä sekä matkailukohteena valtatie 11 varrella. Yritys on tunnettu käsityönä valmistetuista juustoistaan sekä sveitsiläisistä vaikutteistaan, jotka näkyvät niin tuotteissa kuin yrityksen taustassa. Juustomestari Peter Dörigin perustama perheyriksen on rakentunut vahvasti osaamisen, perinteiden sekä perheen yhteisen tekemisen ympärille. Nykyinen näyttöjuustola valmistui vuonna 2018, ja sen yhtenä erityispiirteinä on mahdollisuus seurata juustojen valmistusta lasiseinän läpi. Tämä nähtiin kiinnostavana tapana tehdä tuotannosta näkyvä osa asiakaskokemusta ja lisätä ymmärrystä tuotteiden valmistusprosessista.



Saapuessamme Herckujuustolaan ryhmä ohjattiin erilliseen tilaan, jossa yritysesittely toteutettiin muusta asiakastilasta rauhallisesti rajattuna lasiovien taakse. Vierailun alkuun osallistujilla oli mahdollisuus tehdä ostoksia kahvilassa ja myymälässä sekä tutustua tuotteisiin.

Yritysesittelystä vastasi yrittäjäperheen nuori sukupolvi, joka kertoi lämminhenkisesti yrityksen historiasta, juustolan synnystä sekä perheen vaiheista juuston tekijöinä. Yrityksen sveitsiläiset juuret sekä juustomestarin matka alalle avautuivat kuulijoille kiinnostavalla tavalla. Esitystyylillä herätti osallistujissa erityistä ihailua: esiintyminen oli luontevaa, helposti lähestyttävää ja persoonallista ilman päälle liimattua myyntihenkisyyttä. Vierailu tarjosi samalla konkreettisen esimerkin siitä, kuinka yrittäjän oma persoona, aitous ja tarinankerronta voivat muodostua tärkeäksi osaksi asiakaskokemusta.

Eriyisen koskettavaksi hetkeksi muodostui kertomus yrityksen saamasta kansainvälisestä tunnuksesta Sveitsissä. Palkintouutisen ajoittuminen samaan aikaan perheen isoisan 90-vuotisjuhlan kanssa teki tilanteesta tunteikkaan, ja yrittäjäperheen henkilökohtainen tapa kertoa asiasta välittyi vahvasti myös kuulijoille. Kokemus herätti osallistujissa tunteita ja muistutti siitä, kuinka merkityksellistä henkilökohtainen tarinankerronta voi parhaimmillaan olla osana yritysvierailua.

Yritysesittelyn jälkeen siirryttiin juustojen maisteluun, jossa osallistujat pääsivät tutustumaan tuotteisiin ohjatusti. Maistelun yhteydessä kerrottiin eri juustoista, niiden ominaisuuksista sekä valmistuksesta. Vierailu osoitti konkreettisesti, kuinka maistatukset voivat toimia paitsi elämyksellisenä osana asiakaskokemusta myös tehokkaana keinona lisätä tuotteiden kiinnostavuutta ja myyntiä. Moni osallistuja teki vierailun aikana runsaasti ostoksia, ja tuotteet herättivät laajasti kiinnostusta myös ryhmän keskuudessa. Matkan onnistumista helpotti myös bussissa ollut kylmäsäilytystila, jonka ansiosta tuotteet saatiin säilymään asianmukaisesti lämpimästä päivästä huolimatta.

Myyvälän tuotevalikoima koettiin harkituksi ja laadukkaaksi. Juustojen lisäksi tarjolla oli tarkoin valittuja muita tuotteita, jotka täydensivät kokonaisuutta. Keskusteluissa nousi esiin myös yrityksen ketteryys ja mahdollisuus toteuttaa pienempiä tuotantoeriä joustavasti saatavilla olevien raaka-aineiden mukaan, esimerkiksi erikoiseriä lampaanmaidosta silloin, kun raaka-ainetta on saatavilla. Tämä nähtiin kiinnostavana esimerkkinä pienemmän toimijan vahvuuksista ruokamatkailun kentällä.



Vierailu herätti osallistujissa ajatuksia myös yritystoiminnan jatkuvuudesta ja sukupolvenvaihdoksista. Herkkujuustolassa perheyrittäjän toimintamalli näyttäytyi luontevana osana yrityksen arkea: nuori sukupolvi osallistui toimintaan aidosti ja omalla persoonallaan, ja yrittäjyys vaikutti olevan osa perheen yhteistä tekemistä jo varhaisesta vaiheesta lähtien. Tämä nähtiin vahvuutena erityisesti pitkäjänteisen yritystoiminnan näkökulmasta.

Keskusteluissa nousi esiin, kuinka tärkeää matkailu- ja ruokayrityksissä on pohtia toiminnan jatkuvuutta ajoissa. Osallistujat tunnistivat monissa yrityksissä tilanteen, jossa yrittäjän elämäntyö on vahvasti sidoksissa omaan henkilökohtaiseen työpanokseen, mutta jatkajaa ei välttämättä vielä ole. Herkkujuustola tarjosi kiinnostavan esimerkin siitä, kuinka yrityksen arvot, toimintatavat ja osaaminen voivat siirtyä eteenpäin luontevasti osana perheen yhteistä arkea.

Vierailu herätti ajatuksia myös erilaisista tavoista rakentaa ruokamatkailuun liittyvää yritystoimintaa. Kohteessa nähtiin yhtäläisyyksiä suurempiin tunnettuihin ruokamatkailukohteisiin, mutta samalla Herkkujuustolan vahvuutena näyttäytyivät sen perheyrittymäinen tunnelma, joustavuus, notkeus sekä henkilökohtainen lähestymistapa. Pienemmän toimijan vahvuutena nähtiin myös mahdollisuus reagoida nopeasti asiakkaiden tarpeisiin ja toteuttaa tuotteita joustavasti saatavilla olevien raaka-aineiden mukaan.

Yritysesittelystä perittiin erillinen maksu, mikä nähtiin perusteltuna osana kokonaisuutta. Osallistujien näkökulmasta vierailu tarjosi merkittävästi enemmän sisältöä, ymmärrystä ja elämyksellisyyttä kuin pelkkä omatoiminen käynti myymälässä olisi mahdollistanut. Samalla vierailu havainnollisti, kuinka hyvin toteutettu yritysesittely voi vahvistaa asiakaskokemusta ja tukea myös tuotteiden myyntiä. Huomioitavaa on, että yritys noudattaa ISO22000 standardin vaatimuksia, joka on varsin kattava laatu- ja turvallisuusjärjestelmä elintarvikealan toimijalle. Herkkujuustola on myös kansainvälinen toimija, jonka nettisivuilla on kieliversiot suomen lisäksi saksaksi ja englanniksi.

Viinitila Meggala – innostavaa yrittäjyyttä, tarinallisuutta ja tuotteistamisen oppia



Herkkujuustolasta matka jatkui Kankaanpään Venesjärvelle Viinitila Meggalaan, jossa opintomatkan viimeinen kohdevierailu toteutettiin. Päivän aikataulusta oltiin hieman myöhässä, minkä vuoksi siirtymä tehtiin suorinta reittiä pitkin. Pitkästä päivästä huolimatta aikataulussa oli pysytty hyvin, ja ryhmä saapui kohteeseen edelleen hyvätuluisena.

Viinitila Meggala toimii perinteisen maatalouden yhteyteen rakentuneena viinitilana, jossa valmistetaan kotimaisia marjoista, hedelmistä ja luonnontuotteista viinejä sekä muita juomia. Tilan toimintaa ovat kehittäneet yrittäjäpari Sofia ja Heikki Latvajärvi, jotka ovat rakentaneet maatalouden rinnalle uudenlaista yritystoimintaa ja ruokamatkailukohdetta. Viinimyymälä avattiin vuonna 2020, ja toimintaa kehitetään edelleen aktiivisesti.

Saapuessa tilalle huomio kiinnittyi käynnissä olevaan laajennusremonttiin. Piha-alue oli osittain keskeneräinen lisärakentamisen vuoksi, mutta esteettömyys oli huomioitu hyvin myös rakennusvaiheen aikana. Yrityksessä varauduttiin kasvavaan ryhmämatkailuun ja lisätilojen tarpeeseen, mikä nähtiin positiivisena merkinä toiminnan kasvusta ja kysynnästä.

Saapuessa tilalle huomio kiinnittyi käynnissä olevaan laajennusremonttiin. Piha-alue oli osittain keskeneräinen lisärakentamisen vuoksi, mutta esteettömyys oli huomioitu hyvin myös rakennusvaiheen aikana. Yrityksessä varauduttiin kasvavaan ryhmämatkailuun ja lisätilojen tarpeeseen, mikä nähtiin positiivisena merkinä toiminnan kasvusta ja kysynnästä.

Ryhmää oli vastaanottamassa yrittäjä Sofia Latvajärvi, jonka lämmin, energinen ja innostava tapa kohdata vieraat teki osallistujiin välittömästi vaikutuksen. Yritysesittelystä yhdistyivät

yrittäjätarina, käytännön yrittäjyyden realiteetit, huumori sekä vahva arvopohja tavalla, joka piti kuulijat mukana koko esityksen ajan. Vierailu toteutettiin diaesityksen tukemana, mikä toi kokonaisuuteen havainnollisuutta ja syvensi ymmärrystä yrityksen vaiheista, kasvusta sekä arjesta.

Esityksessä avattiin viinitilan syntyä, yrittäjien kouluttautumista sekä suomalaisen alkoholipolitiikan ja sääntelyn vaikutuksia pienimuotoiseen juomatuotantoon. Samalla keskusteltiin myös raaka-aineista, luonnontuotteiden hyödyntämisestä sekä siitä, kuinka esimerkiksi kuusenkerkkiä hyödynnetään osana tuotteita. Osallistujissa herätti ihailua yrittäjien työmäärä ja monipuolinen osaaminen – yrittäjyyden arki näyttäytyi kunnianhimoisena mutta samalla vahvasti omiin arvoihin perustuvana.



Yritysesittely

Yritysesittelyn yhteydessä osallistujat pääsivät tutustumaan viinitilan tuotteisiin pienimuotoisen maistelun kautta. Maistelu toteutettiin osana yritysesittelyä pedagogisesta näkökulmasta: tavoitteena oli tutustua tuotteiden ominaisuuksiin, valmistustapoihin sekä siihen, miten erilaisia juomia voidaan havainnoida ja arvioida. Samalla osallistujille avattiin tuotteiden taustoja sekä valmistusratkaisuja, mikä tarjosi hyödyllisiä näkökulmia myös omien asiakastilanteiden ja ryhmävierailujen kehittämiseen.

Vaikka päivä oli jo pitkä, osallistujien kiinnostus säilyi poikkeuksellisen vahvana. Yritysesittely venyi hieman alkuperäisestä aikataulusta, mutta ryhmän keskuudessa koettiin yksimielisesti, että sisältö oli niin kiinnostavaa ja innostavaa, ettei aikataulun pieni venyminen haitannut. Tämä nähtiin osoituksena erityisen onnistuneesta yritysesittelystä.

Vierailun aikana nousi vahvasti esiin myös tuotteistamisen ja asiakas kohtaamisen merkitys. Yritysesittelyn jälkeen osallistujille oli varattu aikaa ostoksille, ja kiinnostus tuotteita kohtaan osoittautui odotettua suuremmaksi. Monet osallistujat tekivät runsaasti ostoksia, ja erityistä kiinnostusta herättivät myös alkoholittomat vaihtoehdot sekä lähituotteet. Samalla syntyi konkreettisia yhteistyöajatuksia osallistujien ja yrityksen välille: osa toimijoista kiinnostui tuotteiden hyödyntämisestä omassa yritystoiminnassaan, ja keskustelua käytiin muun muassa uusista yhteistyömahdollisuuksista sekä tuotteiden tarjoamisesta omille asiakkaille.

Vierailu herätti osallistujissa ajatuksia myös asiakaskokemuksen rakentumisesta. Keskeneräinen ympäristö ja käynnissä oleva remontti olisi voinut muodostua haasteeksi ensivaikutelman näkökulmasta, mutta vahva ja lämmin asiakas kohtaaminen muutti kokemuksen suunnan. Vierailu muistutti siitä, kuinka merkittävässä roolissa yrittäjän oma persoona, palvelus asenne ja kyky kertoa tarinaa voivat olla kokonaiselämyksen muodostumisessa. Aidosti innostava kohtaaminen voi parhaimmillaan vahvistaa kokemusta enemmän kuin fyysiset puitteet yksinään.



Myymälästä

Yritysesittelystä ja maistelusta perittiin maksu, joka osallistujien näkökulmasta koettiin erittäin perustelluksi suhteessa saatuun sisältöön. Vierailu tarjosi konkreettisia oppeja tuotteistamisesta, asiakas kohtaamisesta, ryhmävierailujen toteuttamisesta sekä ruokamatkailun kehittämisestä. Monelle osallistujalle vierailu jäi mieleen yhtenä päivän vaikuttavimmista kokemuksista. Viinitila Meggalalla ei nettisivuilla ollut mainintaa mahdollisesti laatusertifikaatista ja heidän nettisivuillaan oli kielikäännökset suomeksi ja englanniksi.

Osallistujapalaute ja keskeiset havainnot

Opintomatkan palautekysely toteutettiin Webropol-kyselynä, jonka linkki osallistujille toimitettiin WhatsAppin kautta paluumatkalla heti viimeisen kohdevierailun jälkeen. Tavoitteena oli kerätä kokemuksia mahdollisimman tuoreeltaan päivän vielä ollessa osallistujilla hyvin muistissa. Suurin osa osallistujista vastasi kyselyyn jo bussimatkan aikana, ja osa täydensi vastauksensa vielä seuraavien päivien aikana.

Palautekyselyyn saatiin 16 vastausta 18 osallistujasta, mikä tarkoittaa erittäin hyvää vastausprosenttia. Korkea osallistumisaktiivisuus kertoo osaltaan siitä, että opintomatka koettiin merkitykselliseksi ja osallistujilla oli halu jakaa havaintojaan sekä kehittämisajatuksiaan.

Kyselyssä osallistujia pyydettiin nimeämään päivän vaikuttavin kohde. Eniten mainintoja sai Viinitila Meggala, toiseksi eniten mainintoja Herkkujuustola ja kolmanneksi nousi Korsuretket.

Avoimissa vastauksissa nousi kuitenkin vahvasti esiin myös kokemus päivän onnistuneesta kokonaisuudesta. Osa vastaajista nosti vaikuttavimmaksi anniksi useamman kohteen yhdistelmän, kuten Herkkujuustolan ja Viinitila Meggalan yhdessä, ja osa koki kaikkien kohteiden tarjonnan omalla tavallaan kiinnostavia näkökulmia matkailun ja ruokamatkailun kehittämiseen. Tämä tukee opintomatkan alkuperäistä tavoitetta simuloida toimivaa ruokamatkailureittiä, jossa erilaiset kohteet täydentävät toisiaan ja muodostavat elämyksellisen kokonaisuuden.

Avoimessa palautteessa osallistajat arvioivat opintomatkan järjestelyjä, kohdevalintoja sekä päivän kokonaisuutta erittäin myönteisesti. Erityisesti kiitosta saivat hyvin valitut ja monipuoliset kohteet, jotka erosivat toisistaan mutta muodostivat toimivan ja tasapainoisen kokonaisuuden. Useissa vastauksissa korostettiin sitä, että juuri erilaisuus teki päivästä kiinnostavan ja tarjosi uusia näkökulmia matkailun ja ruokamatkailun kehittämiseen.

Palautteissa nousi esiin myös kohteiden tarinallisuus, yrittäjien tapa kertoa toiminnastaan sekä mahdollisuus nähdä erilaisia yrityksiä matkailun ja ruuan näkökulmasta. Erityisesti arvostettiin sitä, että kohteet eivät olleet liian siloteltuja tai viimeisen päälle rakennettuja, vaan ne näyttäytyivät aidosti omannäköisinä yrityksinä, joiden kehitysvaiheet, vahvuudet ja toimintatavat herättivät ajatuksia myös oman toiminnan näkökulmasta.

Useissa palautteissa nousivat erityisesti esiin Herkkujuustolan ja Viinitila Meggalan yrittäjien innostava esiintymistapa, hyvä ulosanti, huumori sekä asiantuntevuus. Erityisesti Herkkujuustolan yrittäjäperheen nuoren sukupolven tapa kertoa yrityksen vaiheista sai kiitosta. Myös Korsuretket

koettiin kiinnostavana ja tasapainoisena kohteena, ja yhdessä palautteessa toivottiin, että siellä olisi voitu viettää hieman enemmän aikaa.

Kiitosta saivat lisäksi opintomatkan järjestelyt, osallistujien huomioiminen sekä lämmin tunnelma päivän aikana. Erityisruokavaliot ja osallistujien toiveet koettiin huomioidun hyvin. Päivää kuvattiin muun muassa hyvin suunnitelluksi, antoisaksi ja mielenkiintoiseksi kokonaisuudeksi, joka tarjosi oppia, erilaisia tunteita sekä uusia ajatuksia oman toiminnan kehittämiseen. Vaikka päivä oli pitkä, kokonaisuuden koettiin pysyneen hyvin rytmittettynä ja onnistuneena.

Palautekyselyssä selvitettiin myös opintomatkan vaikutusta verkostoitumiseen. Valtaosa vastaajista (88 %) koki verkostoituneensa opintomatkan aikana muiden osallistujien kanssa. Yksi vastaajista ei osannut arvioida asiaa, ja yksi koki, ettei verkostoitumista ollut tapahtunut.

Tulosta voidaan pitää erittäin myönteisenä, sillä yksi opintomatkan keskeisistä tavoitteista oli vahvistaa alueen toimijoiden keskinäistä tuntemusta, vertaistukea ja yhteistyömahdollisuuksia. Päivän aikana keskustelua syntyi runsaasti niin bussimatkoilla kuin kohdevierailujen yhteydessä, ja jo vierailujen aikana nousi esiin konkreettisia ajatuksia yhteistyöstä sekä tuotteiden ja palveluiden hyödyntämisestä osana omaa toimintaa.

Osallistujilta kysyttiin myös ehdotuksia tulevien matkailuhankkeiden mahdollisiksi opintomatkakohteiksi ja teemoiksi. Vastauksissa nousi vahvasti esiin kiinnostus monipuolisiin, persoonallisiin ja elämyksellisiin kohteisiin, joissa voitaisiin tutustua käytännön yrittäjyyteen, tuotteistamiseen sekä erilaisiin toimintamalleihin.

Ruokamatkailun rinnalle toivottiin myös uusia painotuksia, kuten käsityö-, kulttuuri- ja elämysmatkailuun liittyviä kohteita. Erityistä kiinnostusta herättivät persoonalliset yritykset, ekologiset ja ympäristövastuulliset toimijat sekä taiteeseen, käsityöhön, puutarhaan ja paikalliskulttuuriin liittyvät kohteet.

Maantieteellisesti kiinnostusta kohdistui sekä lähialueisiin että hieman kauempana sijaitseviin kohteisiin. Samalla korostui vahvasti myös toive tutustua nykyistä enemmän oman alueen yrittäjiin ja palveluihin, jotta toimijat oppisivat tuntemaan paremmin alueen tarjontaa sekä löytäisivät uusia yhteistyömahdollisuuksia.

Kyselyssä osallistujilta tiedusteltiin myös toiveita hankkeen jatkolle sekä näkemyksiä alueen matkailun kehittämisen tueksi tarvittavista resursseista. Vastauksissa nousi vahvasti esiin tarve jatkuvalla tuella, verkostoitumiselle sekä käytännönläheiselle kehittämistyölle.

Erityisesti toivottiin lisää koulutusta digimarkkinointiin, sosiaalisen median hyödyntämiseen sekä verkkosivujen kehittämiseen. Useissa vastauksissa korostettiin tarvetta pysyä mukana muuttuvassa toimintaympäristössä sekä saada ajankohtaista tietoa matkailuun ja yrittäjyyteen liittyvistä teemoista. Esille nousi myös toive konkreettisista työpajoista, kuten visuaalisten työkalujen ja markkinointikanavien käytön opastuksesta.

Palautteissa nähtiin tärkeänä myös yhteistyön vahvistaminen alueen yritysten välillä. Osallistajat toivoivat lisää verkostoitumista, yhteisiä kehittämistoimia sekä konkreettisia yhteistyötempauksia eri toimijoiden kesken. Vastauksissa nousi esiin myös ajatus siitä, että samanhenkisiä kohteita voitaisiin yhdistää nykyistä enemmän yhteisiksi kokonaisuuksiksi ja matkailureiteiksi.

Palautteissa tunnistettiin lisäksi matkailuyritysten arkeen liittyviä rakenteellisia haasteita. Moni yritys toimii perheyrittäjäpohjalta, jossa yrittäjien työpanos on keskeisessä roolissa ja ulkopuolisen työvoiman käyttäminen voi olla haastavaa kustannusten vuoksi. Tämä nostaa esiin myös yritystoiminnan jatkuvuuden, jaksamisen sekä sukupolvenvaihdoksiin liittyvien kysymysten merkityksen tulevaisuudessa.

Kokonaisuutena palautteista välittyi vahva viesti siitä, että alueella koetaan edelleen tarvetta matkailun kehittämiseen liittyvälle tuelle, neuvonnalle ja yhteiselle tekemiselle. Osallistujat näkivät tärkeänä, että kehittämistyö jatkuisi myös tulevaisuudessa ja tarjoaisi mahdollisuuksia oppimiseen, verkostoitumiseen sekä uusien yhteistyömallien rakentamiseen.

Pohdinta ja johtopäätökset

Opintomatka osoitti, että huolellisesti suunnitellulla ja pedagogisesti rakennetulla kokonaisuudella voidaan tarjota osallistujille merkittäviä oppimiskokemuksia, uusia näkökulmia sekä konkreettisia kehittämideoita. Päivän aikana simuloitiin käytännössä ruokamatkailureittiä, jossa erilaiset kohteet täydensivät toisiaan ja muodostivat monipuolisen kokonaisuuden. Kokemuksen perusteella voidaan todeta, että myös Suupohjan alueella olisi mahdollista rakentaa vastaavanlaisia elämyksellisiä kokonaisuuksia eri toimijoiden yhteistyönä.

Opintomatkan onnistumisen kannalta merkittävää oli kohteiden tietoinen valinta. Tarkoituksena ei ollut vierailulla ainoastaan viimeisen päälle hiotuissa tai korkean investointitason matkailukohteissa, vaan yrityksissä, joista osallistujat voisivat löytää samaistumispintaa, uusia ideoita ja realistisia vertailukohtia omaan toimintaansa. Päivän aikana nähtiin erilaisia kehitysvaiheita, vahvuuksia, keskeneräisyyttä sekä erilaisia tapoja ratkaista yrittäjyyden arkeen liittyviä haasteita. Tämä nähtiin vahvuutena, sillä osallistujat pystyivät peilaamaan havaintojaan omaan tekemiseensä ilman kokeen liian suuresta etäisyydestä tai saavuttamattomuudesta.

Vierailut osoittivat myös yrittäjän persoonan, tarinallisuuden ja asiakaskohtaamisen merkityksen matkailuelämyksen rakentumisessa. Useissa kohteissa juuri yrittäjän tapa kertoa omasta toiminnastaan, huumori, aitous ja innostus muodostuivat keskeiseksi osaksi kokemusta. Samalla nähtiin, että fyysiset puitteet tai keskeneräisyys eivät yksin määritä asiakaskokemusta, vaan vahva sisältö, lämmin kohtaaminen ja hyvin kerrottu tarina voivat muodostaa erittäin vaikuttavan kokonaisuuden.

Opintomatkan aikana syntyi myös konkreettisia verkostoja ja yhteistyöajatuksia osallistujien välille. Keskusteluissa nousi esiin uusia yhteistyömahdollisuuksia, tuotteiden hyödyntämistä osana omaa toimintaa sekä ajatuksia yhteisistä kokonaisuuksista. Tämä korostaa sitä, että opintomatkat voivat toimia paitsi oppimisympäristöinä myös tärkeinä yhteistyön rakentamisen alustoina.

Palautteissa nousi esiin myös vahva kiinnostus tutustua nykyistä enemmän oman alueen toimijoihin. Tämä nähtiin merkittävänä havaintona hankkeen jatkon näkökulmasta, sillä alueellisen tuntemuksen lisääminen voi vahvistaa yhteistyötä, palveluketjujen rakentamista sekä yhteistä matkailullista näkyvyyttä. Osallistujien kiinnostus paikallisiin kohteisiin osoitti, että lähialueilla tapahtuva vertaistuki ja toisten toimintaan tutustuminen koetaan tärkeäksi.

Lisäksi palautteissa korostui tarve jatkuvalla matkailun kehittämistyölle, käytännönläheiselle tuelle sekä verkostoitumisen mahdollisuuksille. Erityisesti digimarkkinointi, sosiaalisen median hyödyntäminen, verkkosivut, tuotteistaminen ja yhteismarkkinointi nähtiin teemoina, joissa alueen toimijat hyötyisivät jatkossakin tuesta ja yhteisestä kehittämisestä.

Opintomatka tarjosi samalla tärkeää vertailupintaa myös oman alueen toimintaan. Päivän aikana nousi useasti esiin havainto siitä, että Suupohjan ja Etelä-Pohjanmaan alueella tehdään jo paljon laadukasta, omaleimaista ja kiinnostavaa työtä matkailun, ruoan sekä elämysten parissa. Opintomatka vahvisti ajatusta siitä, että alueen toimijoilla olisi paljon annettavaa myös laajemmassa matkailukokonaisuudessa – ehkä enemmänkin kuin itse aina huomataan.

Samalla matka muistutti siitä, että hyvä tekeminen yksin ei kuitenkaan riitä, vaan sen tueksi tarvitaan näkyvyyttä, tuotteistamista ja saavutettavuutta. Useassa kohteessa nousi esiin puskaradion merkitys markkinoinnissa, ja sen arvo nähtiin edelleen tärkeänä. Pelkästään sen varaan ei kuitenkaan voida rakentaa tulevaisuuden matkailua, vaan palveluiden, yhteystietojen, tuotteiden ja tarinoiden tulee löytyä helposti oikeista kanavista oikeaan aikaan. Asiakkaan näkökulmasta kiinnostuksen heräämisen jälkeen tiedon tulee olla uskottavasti saavutettavissa ja helposti löydettävissä.

Kokonaisuutena opintomatka voidaan nähdä erittäin onnistuneena esimerkkinä siitä, kuinka huolellisesti rakennettu sisältö, toimiva ryhmädynamiikka sekä monipuoliset mutta samaistuttavat kohteet voivat tarjota merkityksellisiä oppimiskokemuksia ja uusia avauksia alueen matkailun kehittämiseen. Opintomatkan yhtenä keskeisenä oppina voidaankin pitää ajatusta siitä, että alueella on paljon vahvuuksia, joita kannattaa rohkeasti nostaa esiin, kehittää yhdessä ja tehdä näkyväksi. Kuten pohjalainen sanonta kuuluu: *“Hyvää yritetähän, mutta priimaa pukkaa tulemahan.”* Sama ajatus näkyi myös tämän opintomatkan havainnoissa – tekemistä tehdään suurella sydämellä, ja pienilläkin kehitysaskelilla voidaan rakentaa vaikuttavia kokonaisuuksia, joista syntyy elämyksiä, yhteistyötä ja alueellista ylpeyttä.



Opintomatkalaiset Viinitila Meggalan pihassa ilta-auringon paisteessa.

Liite 1. Esite, joka jaettiin osallistujille sähköisesti ja paperiversio bussissa



MAUT

-hankkeen opintomatka ruokamatkailuelämyksien äärelle

*ideaista, inspiraatiota
ja elämyksiä - yhdessä oppien*

Lisätietoja:
Teija Koivisto
teija.koivisto@kauhajoki.fi
040-559 3114

Matkaohjelma:



7.30 LÄHTÖ
Veljekset Viitalan bussilla
Kauhajoen linja-autoasemalta



KORSURETKET, JÄMIJÄRVI
Aamiaisineen ja yritysesittely
tunnelmallisessa Korsukylässä.



Tuhti
viikinkateria
39 €/h

**URPOLAN KARTANO,
VIKINKIKYLÄ & TILKKUTEX**
Yritysesittelyt + viikinkiaateria
(omakustanteinen)



HERKKUUJUSTOLA, SASTAMALA
Yritysesittely, ostosmahdollisuus
sekä kahvilapalvelut omakustan-
teisesti.



**MEGALAN VIINITILA,
KANKAANPÄÄ**
Yritysesittelyä, maistiaisista sekä
mahdollisuus ostaa tuotteita.



PALUU
Kauhajolle noin klo 21.00

Matkan tarjoaa Maut matkailuelämyksiksi-hanke,
jota rahoittaa Leader Suupohja Euroopan maaseuturahoituksesta.





Euroopan unionin
osarahoittama