Regionaalsete toiduturismi elamuste turundus ja arendamine

Interreg Baltic Sea Region

Co-funded by the European Union

RESILIENT ECONOMIES AND COMMUNITIES

BASCIL

Sisukord

Kuidas luua ühine toiduturismi terviksüsteem 3
Toiduturismi sihtkoha arendamine 8
Toiduturismi tervikpakkumised veebiplatvormidel 13
Toiduturismi pakkumiste müük reisibüroode kaudu 15
Toiduturismi marsruudid individuaalreisijale 20
Toiduteede loomine ja haldamine 26
Ühistegevuste jätkusuutlikkuse tagamine 30
Levinumad vead grupireiside planeerimisel 33
Kokkuvõte ja järeldused 36
Pilootperioodi õppetunnid ja inspireerivad piirkondlikud näited 38

1. peatükk
Kuidas luua ühine toiduturismi terviksüsteem

Toiduturism on paljudes sihtkohtades üle maailma muutunud järjest populaarsemaks - suur hulk reisijaid tunneb huvi kohaliku köögi ja kulinaarsete elamuste avastamise vastu. Toiduelamused on liikunud turismitööstuses teisejärgulisest rollist kesksele kohale.

Kui varem käsitleti toiduelamusi pigem teiste reisitegevuste - näiteks vaatamisväärsuste külastamise või muuseumikülastuste - täiendava osana, siis tänaseks on sellest saanud üks oluline reisimotivaator.

Uuringud näitavad, et märkimisväärne osa turistidest - sihtkohast sõltuvalt 30-70% või isegi rohkem - seab toiduelamused oma reisikava koostamisel esikohale. Samas võivad need näitajad sihtkohtade lõikes erineda ega ole kõikjal üheselt võrreldavad.

Huvitaval kombel broneerivad üha enam reisijad oma reisielamusi, sealhulgas toiduturismiga seotud tegevusi, juba enne lennupiletite või majutuse broneerimist.

Toiduturismi populaarsuse kasvule aitavad kaasa mitmed tegurid: toidule pühendatud televisioonisaated ja sotsiaalmeediaplatvormid, aga ka inimeste üha avatum ja seiklushimulisem suhtumine uutesse maitsetesse. Reisijad otsivad autentseid ja kaasahaaravaid toiduelamusi, mis peegeldavad sihtkoha kultuuri ja traditsioone.

Kuigi täpsed arvud võivad piirkonniti erineda, on selge, et paljude turistide jaoks on toiduelamused reisi lahutamatu osa.

World Food Travel Associationi (Maailma Toiduturismi Assotsiatsiooni) värske uuring näitab, et üle poole puhkusereisijatest tunneb huvi toiduturismi elamuste vastu. Paljud valivadki sihtkoha eelkõige kohaliku köögi põhjal. Piirkond, mis on tuntud oma ehtsa ja omanäolise köögi poolest, eristub turismiturul selgelt. Hästi määratletud toiduturismi identiteet ja järjekindel kommunikatsioon aitavad külastajaid lihtsamalt ligi meelitada.

Ükski toiduturismi teenusepakkuja ei suuda üksi kujundada sihtkohale tugevat ja terviklikku kuvandit. Küll aga saavad partnerid koos luua ühtse pakkumise, mida nad ühiselt turundavad ja mis toimib tõelise magnetina nii turistidele kui ka kohalikele elanikele. See käsiraamat näitab, kuidas koostöös luua ühiseid tööriistu, et koondada tõhusalt ja kestlikult erinevaid toiduturismi pakkumisi.

Kes peaksid tegema koostööd, et luua toimiv toiduturismi terviksüsteem?

Toimiva süsteemi aluseks on põllumajandussektori, toiduainetööstuse, majutus- ja toitlustussektori (HORECA) ning sihtkoha arendajate koostöö. Ainult siis, kui need osapooled mõistavad üksteise vajadusi, saab sündida tugev platvorm piirkondliku turismipakkumise ja kommunikatsiooni jaoks.

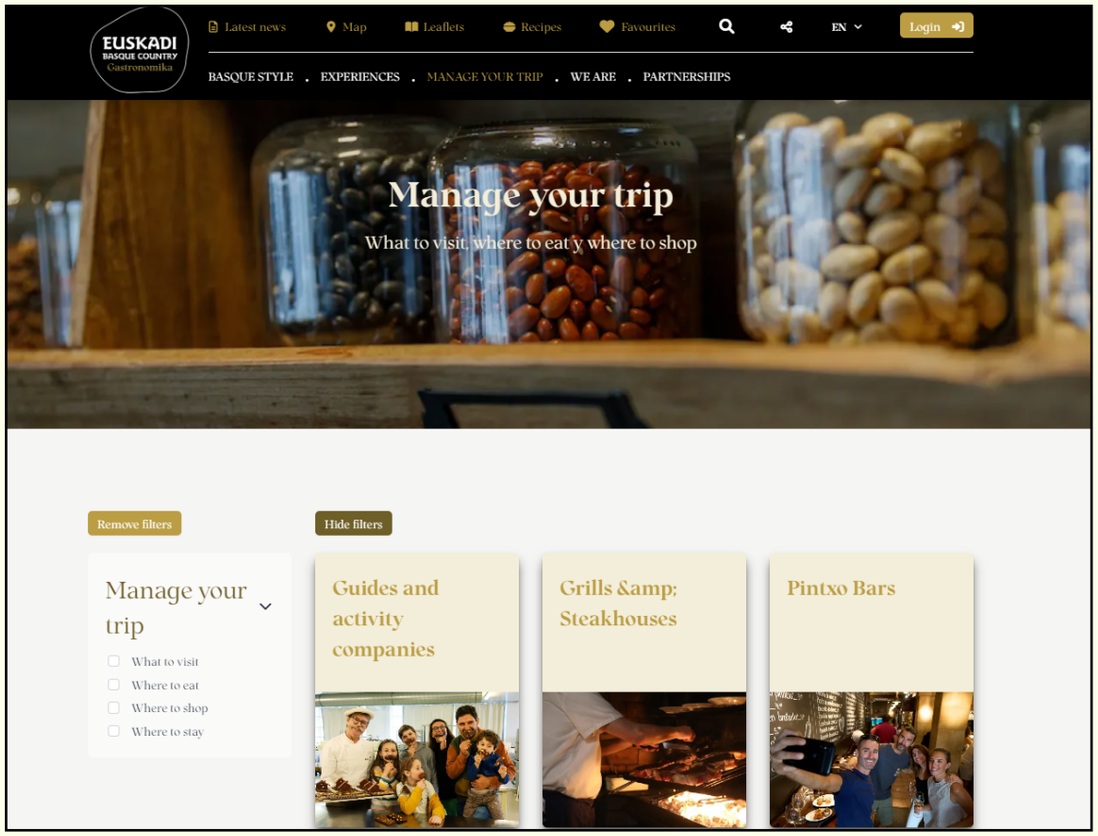
Ideaalis toetab selliseid algatusi ka kohalik omavalitsus – nii korralduslikult kui ka rahaliselt. See sõltub aga suuresti ametiasutuste valdkonnateadlikkusest ning alati ei ole võimalik neid protsessi alguses täielikult kaasata. Küll aga tasub alati neid oma plaanidest ja koostöövalmidusest teavitada. Kuna toiduturism on kõrge lisandväärtusega majandusharu, saab see edukalt areneda ainult siis, kui enamik nimetatud sektoritest ühendab oma jõud ja tegutseb ühise eesmärgi nimel.

Joonis: Tervikliku toiduturismi terviksüsteemi loomine (landbrand, 2024)

Heaks koostöövõrgustike mudeliks Euroopa Liidus on kolmanda sektori organisatsioonid ja mittetulundusühingud (MTÜd) – näiteks restoranipidajate, põllumeeste ja toidutootjate ühendused. Samuti toimivad hästi kohalike omavalitsuse loodud organisatsioonid või ettevõtted ning muidugi erinevates vormides tegutsevad sihtkoha arendamise organisatsioonid

(*Destination Management Organisations*). Toiduturismi valdkonnas ei määra edu ega kestlikkust mitte organisatsiooni juriidiline vorm, vaid ühine eesmärk, pakkumiste kõrge kvaliteet ja nende kohalik päritolu.

Eduka koostöö näited, mis on toonud mõõdetavaid tulemusi



Euskadi (Baskimaa) Gastronomika

Euskadi Gastronomika on koostöövõrgustik, mida veavad Baskimaa valitsuse kaubanduse-, tarbijakaitse- ja turismiosakond ning piirkonna turismiamet Basquetour. Võrgustiku eesmärk on esile tõsta ja tagada Baskimaa gastronoomilise turismi autentsust ja kõrget kvaliteeti.

Võrgustikku kuulub üle 730 erinevat tüüpi ettevõtte: külastatavad toiduainetööstused ja tootjad, elamusteenuste pakkujad, toidutuuride giidid ja agentuurid, toitlustusega majutusepakkujad, restoranid, turud ja spetsialiseerunud poed. Kõiki neid ühendab üks ja sama põhimõte: pühendumus kohalikule toorainele ja Baskimaa toidukultuurile, et pakkuda külastajatele terviklikku maitseelamust.

Võrgustiku tegevus aitab külastajatel paremini mõista Baskimaa köögi ja toidupärandi ainulaadsust. Lisaks saavad turistid veebis broneerida ligi 40 eriilmelist elamust - alates maitsemuuseumite külastustest ja kohalike suupistete degusteerimisest kuni siidritalude külastusteni.

Külastajad saavad valida paiku, mille puhul on tagatud kohalik kvaliteet, stiil ja maitse, järgmistes kategooriates:

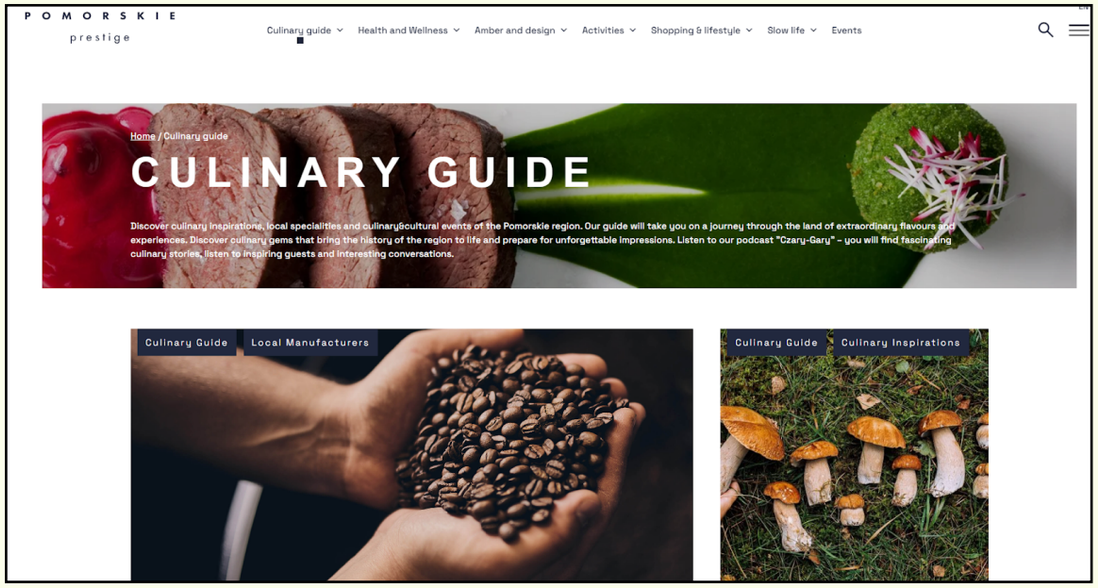
Mida külastada?

Kus süüa?

Kust ostelda?

Kus ööbida?

Veebilehe kaudu saavad toiduturistid broneerida ka järgmisi elamusi: giiditeenused ja aktiivsed tegevused, Pintxo (*tapas*) baarid, grillrestoranid, siidrikeldrid, Rioja Alavesa veinikeldrid, Txakoli veinikeldrid ja gurmeetalud.



Pomorskie Culinary Prestige

Pomorskie Culinary Prestige on koostöövõrgustik, mis ühendab Pomorze turismipiirkonna restoranipidajaid, juustumeistreid, õlletootjaid ja teisi kohalikke toidutootjaid. Võrgustik on tegutsenud üle kümne aasta ning seda haldab Pomorze Turismiamet (PTB), mis alustas piirkonna toidupakkumiste seast tüüpiliste ja külastamist väärivate elamuste väljatoomisega.

Tänaseks põhineb projekt tihedal tasulisel koostööl ettevõtetega, kes soovivad saada praktilist koolitus- ja turundustuge. Restoranid ja toidutootjad, kes liituvad projektiga, saavad partneri staatuse vastutasuks aastase liikmemaksu eest. Liikmelisus pakub mitmeid eeliseid: osalemist koolitustel, mis käsitlevad toiduturismi arendamise uusi suundumusi ja tööriistu, turundustuge ning suuremat nähtavust kõigis Pomorskie Prestige'i ja PTB kommunikatsioonikanalites. Projektil on oma sotsiaalmeediakanalid, kulinaarne taskuhääling, piirkondlike restoranide soovitused ja toiduturismi teejuht. Lisaks on võrgustik liidestatud e-poega, mis võimaldab külastajatel erinevate toiduturismi elamustega tutvuda ja soovi korral neid soetada.

SVENSKA VINER
FESTIVAL
SKEPPARPS VINGÅRD

2. peatükk
Toiduturismi sihtkoha arendamine

Toidureisi võib määratleda kui terviklikku toiduturismi elamuste paketti - hoolikalt kokku pandud kogumit, mida pakutakse turistile ühtse programmina.

Kohalikku toidupärandit tutvustav turism on populaarne ja külastatava riigi toidukultuuriga tutvumine kuulub enamiku turistide reisikavasse. Samas on see tavaliselt vaid üks osa laiemast reisielamusest ning täiendab teisi tegevusi, nagu ajalooliste vaatamisväärsuste ja muuseumide külastamine, päevitamine, ostlemine või erinevad välitegevused.

Seetõttu otsivad paljud turistid pigem üksikuid toiduelamusi, näiteks kokandustöötubasid või giidiga külastusi tallu, meiereisse või piiritusevabrikusse. See on loomulik ning seda tuleb toiduturismi toodete ja programmide kavandamisel arvesse võtta.

Loomulikult on olemas ka turistid ja grupid, kelle põhihuvi on just kohalike maitsete ja köögi avastamine. Toiduturismi tervikpakkumiste loomisel peakski keskenduma eelkõige sellele nišile - inimestele, kes soovivad sügavamalt kogeda piirkonna toidukultuuri. Kuna Läänemere piirkond ei ole rahvusvahelisel tasandil veel kujunenud juhtivaks toiduturismi sihtkohaks, on eriti oluline tegutseda koostöös ja vaadata laiemat pilti.

Tegelikkuses täidab toiduturism alguses toetavat rolli, pakkudes lisaväärtust kultuuri- ja aktiivturismile. Aja jooksul võib see kasvada võrdseks komponendiks pakettreiside valikus ning pikemas perspektiivis areneda iseseisvaks reisižanriks, nagu on juhtunud Baskimaal (Hispaanias), Toscanas (Itaalias) ja Provence'is (Prantsusmaal).

Koos selle arenguga tekivad ka toiduturismile spetsialiseerunud reisibürood, mis asuvad turul aktiivselt tegutsema.

Joonis: Olulisemad küsimused, millele vastata enne toiduturismi pakkumise koostamist.

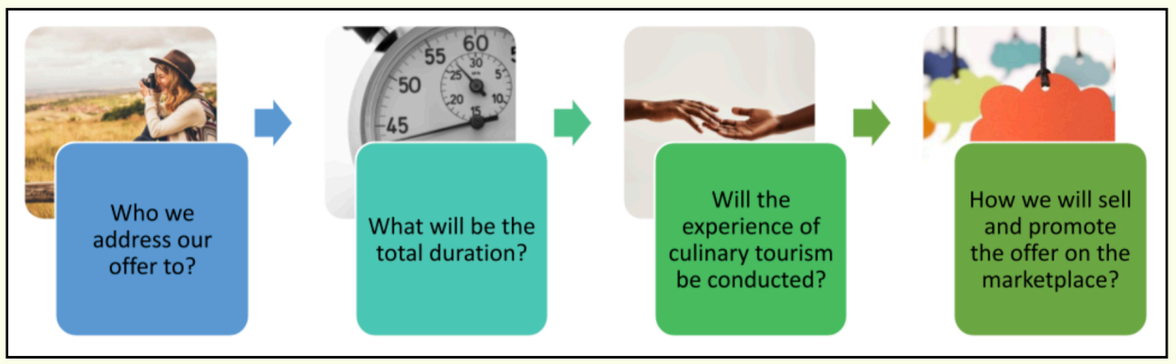
Sihtgrupp

Sihtgrupi määratlemisel saab eristada kohalikke ja piirkondlikke turiste, kes tunnevad huvi oma kodupiirkonna toidupärandi vastu ning soovivad kogeda autentseid maitseid ja tutvuda toidu valmistamise protsessidega.

Sellised külastajad naudivad talude, veinimajade või piiritusevabrikute külastamist nädalavahetuse puhkusereisi osana. iseturistid, kes soovivad avastada eri piirkondade maitseerinevusi, võivad veeta 2-3 päeva, külastades erinevaid restorane, talusid, toidumuuseume ja degustatsioone.

Joonis: Kulinaarsete elamuste osakaal turismipakettides sõltuvalt sihtkoha toiduturismi arengutasemest.

Toidureise saab rühmitada mitmel erineval moel. Et mõista paremini tegureid, millega turismipakkumiste loomisel arvestada, tasub alustuseks vastata järgmistele küsimustele.



Nad võivad toiduelamustest huvitatud olla ka pikema reisi käigus, näiteks peatuse tegemisel teel pealinnast rannikule või mägedesse. Sellisel juhul valitakse vahepeatuseks sageli kohalik kõrts või taluekskursioon.

Välisturistid, olgu nad pärit naaberriikidest või kaugematest paikadest, soovivad sageli mõista sihtkoha olemust just selle maitsete ja toidutraditsioonide kaudu. Neid huvitavad nii piirkonna looduslikud kui ka kultuurilised vaatamisväärsused.

Eriti köidavad välisturiste toidureisid, mis toimuvad erisündmuste ajal, näiteks festivalide või teiste kulinaarsete pidustuste raames.

Kestus

Toiduturismi tooteid saab nende pikkuse järgi jagada kahte põhitüüpi: ühepäevased pakkumised ja mitmepäevased pakkumised, mis sisaldavad majutust.

Ühepäevaste elamuste puhul on üha populaarsemad nii iseseisvalt kui ka giidiga läbitavad tuurid, mille käigus külastatakse mitut sihtkohta ning maitstakse veine, likööre, viinasorte või kohalikke toidunäidiseid. Seda mudelit saab edukalt rakendada ka maapiirkondades, kombineerides 2–3 toiduturismi külastust üheks sidusaks programmiks.

Näiteks võib pakett sisaldada giidiga külastust piiritusevabrikusse või juustufarmi ühes paigas ning seejärel osalemist kokandustöötoas – näiteks leivaküpsetamises – mõnes teises kohas.

Oluline on seejuures jälgida, et külastatavad paigad ei paikneks teineteisest rohkem kui umbes tunni aja sõidu kaugusel. Neid võib ühendada ka muul moel, näiteks jalgratta- või kanuumarsruutidega, mis pakuvad suurepäraseid võimalusi aktiivse puhkuse ja kulinaarse turismi ühendamiseks – kombinatsioon, mis on kiiresti populaarsust kogumas.

Ühepäevaseid pakkumisi saab müüa veebipõhiste broneerimisplatvormide kaudu, otse teenusepakkujatelt või turismiorganisatsioonide kaudu, mis koondavad talunikke, toidutöötlejaid ja restoranipidajaid. Mitmepäevaseid pakkumisi koos majutusega müüakse enamasti reisikorraldajate ja reisibüroode kaudu ning need on suunatud eeskätt välisturistidele.

Üha sagedamini pakuvad ka turismitalud, külalistemajad ja hotellid oma külalistele pakette, mis sisaldavad kulinaarse turismi elamusi. Tuleb siiski meeles pidada, et paljudes riikides nõuab mitmepäevaste reiside pakkumine eraldi luba riiklikult ametiasutuselt ning vastavat kindlustusgarantiid.

Iseseisvad ja giidiga külastused

Toiduturismi pakkumisi saab eristada ka külastusviisi järgi – need võivad olla kas iseseisvad (*self-guided*) või giidiga (*guided*) tuurid.

Iseseisvate külastuste puhul ei sisaldu pakkumises majutust; tegemist on eraldi broneerimiste ja tehingutega, mida tehakse enamasti veebiplatvormide kaudu. Ühepäevaste iseseisvate külastuste korral planeerib ja ostab turist teenused ise, järgides eelnevalt koostatud marsruuti või stsenaariumi, et avastada piirkonna traditsioone ja toiduelamusi.

Iseseisvad tuurid võivad olla ka mitmepäevased. Sel juhul on tegemist pigem soovitusliku juhendmaterjaliga, mis sisaldab tuuri detaile, paikade kirjeldusi, kaarte ja linke. Sageli on neis olemas näidismarsruudid ja tegevuste kirjeldused. Selliseid

tuure saab tavaliselt leida sihtkoha arendusorganisatsioonide (DMOde) veebilehtedelt.

Giidiga tuurid võivad kesta mõnest tunnist kuni mitme päevani. Lühimaid tuure saab sageli broneerida populaarsete broneerimisportaalide või DMOde veebilehtede kaudu. Kui tuur kestab aga mitu päeva ja sisaldab giiditeenust, tuleb see osta reisikorraldaja või reisibüroo kaudu.

Mitmepäevased giidiga reisid koosnevad tavaliselt kombineeritud turismiteenustest, mis hõlmavad giiditeenust, majutust, transporti, reisikindlustust, toitlustust (hommiku-, lõuna- ja õhtusöögid) ning reisi põhielementidena toidudegusteerimisi ja -töötubasid.

Müügimeetod

Toiduturismi tervikpakkumisi saab klient kas ise broneerida (sageli kohapeal ja iga teenust eraldi) või teha seda internetis mõne populaarse reisielamuste platvormi kaudu. Viimane meetod on kiiresti populaarsust kogumas ning väärib seetõttu põhjalikumat tähelepanu. Sellisel juhul saab turist osta sihtkohas pakutavaid eri tüüpi elamusi – näiteks koduseid õhtusööke, kokandustöötubasid koos turukülastusega, ekskursioone toidutootjate juures, degusteerimisi ja talukülastusi.

Veebiplatvormid võimaldavad külastajal lugeda kirjeldusi ja haaravaid pealkirju, vaadata fotosid, kontrollida kuupäevi ja saadavust, lugeda teiste külastajate arvustusi ning broneerida ja tasuda kohe veebis.

Kolmas levinud müügimeetod on valmispaketid, mis sisaldavad mõnda tuntud turismisihtkohta. Sellised reisid pakuvad tavaliselt kõige kvaliteetsemat kogemust, sest reisikorraldajad valivad programmi ainult eelnevalt testitud ja usaldusväärseid ettevõtteid. Tulemus on unikaalne, kuid kindla kvaliteediga elamus, mis on suunatud eelkõige rahvusvahelistele turistidele.

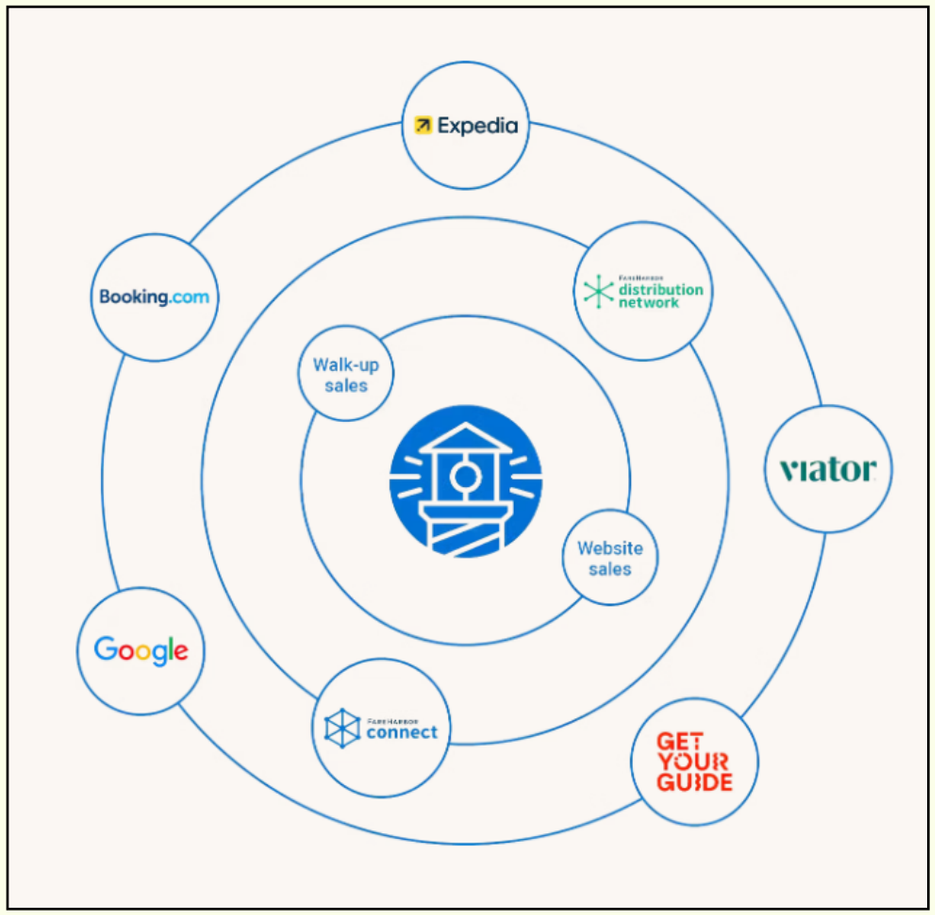
Selliste reiside programmid on põhjalikult kirjeldatud, sisaldades fotosid ja varasemate osalejate soovitusi. Broneeringud tehakse ette ning maksta saab osamaksetena.

Selliseid pakkumisi leidub nii Euroopa kui ka Ameerika reisibüroodes ja nende turg on jätkuvalt kasvamas. Osa reisikorraldajaid keskendub ainult toiduturismile, kuid enamasti kuuluvad toidupaketid laiema profiiliga ettevõtete valikusse koos teiste temaatiliste pakettidega.

3. peatükk
Toiduturismi tervikpakkumised veebiplatvormidel

Kõige populaarsemad platvormid on rahvusvahelised broneerimissaidid, nagu Booking.com, Viator.com (TripAdvisori omanduses), GetYourGuide.com (tuntud turismitegevuste portaal), TravellingSpoon.com (kokanduskursuste, privaatsete söömaaegade ja turukülastuste platvorm) ning EatWith.com (pakub sarnaseid elamusi nagu Travelling Spoon).

Lisaks on levinud ka kohalike ja regionaalsete turismiorganisatsioonide veebilehtedel olevad broneerimislahendused, mis ühendavad erinevaid toiduturismi pakkujaid. Need platvormid kasutavad sageli valmislahendustega broneerimismootoreid, näiteks FareHarbor, mis võimaldavad pakkumisi veebilehel professionaalselt esitleda ja mugavalt müüa. Koostöö teenusepakkujaga nagu FareHarbor annab ettevõtetele täiendava eelise: oma pakkumisi saab kuvada ka globaalsetes müügikanalites, mida haldavad veebipõhised reisibürood – näiteks Booking.com, Expedia, Musement, Viator, GetYourGuide ja teised. FareHarbor näeb võimalust teha toiduturismi elamuste pakkujatega koostööd ja pakub talupõhiste kogemuste broneerimiseks spetsiaalseid pakette.



4. peatükk
Toiduturismi pakkumiste müük reisibüroode kaudu

Rühmadele suunatud pakkumiste ja mitmepäevaste reisipakettide puhul on mõistlik teha koostööd professionaalsete reisibüroodega, kes on spetsialiseerunud toiduturismile. Nende peamine roll on muuta sihtkoha elamused kättesaadavaks ka kaugemalt tulevate – sageli kolmandatest riikidest pärit – turistide jaoks. Reisibürood panevad tavaliselt kokku valiku rahvusvaheliselt atraktiivseid kulinaarseid elamusi konkreetsest piirkonnast või riigist ning müüvad seda turistile tema koduturul.

Maailmas tegutseb palju reisikorraldajaid, kes pakuvad kulinaarseid reise ning kelle jaoks maitseelamustel põhinevad programmid on keskne fookus. On ka ettevõtteid, mis on täielikult pühendunud just toiduturismile.

Läänemere piirkond ei ole praegu veel toiduturismi agentuuride seas laialt tuntud sihtkoht. Seetõttu on eriti oluline mõista selle turu toimimist ja astuda samme piirkonna positsioneerimiseks rahvusvahelisel toiduturismi maastikul.

Allpool toodud ülevaade juhtivatest toiduturismi agentuuridest annab aimu nende profiilist ja näidispakkumistest. See teave aitab mõista, millised elemendid on edukas pakkumises kõige olulisemad ning kuidas alustada koostööd kogenud kulinaarsete reiside korraldajatega.

Enamikel grupireisidel on 12–45 osalejat. Keskmine hind 7-päevase reisi eest on ligikaudu 3000 USA dollarit või enam, 10–12-päevased (eriti väiksematele gruppidele mõeldud) reisid võivad maksta kuni 5500 USA dollarit. Hind hõlmab tavaliselt majutust, sissepääsu külastuspaikadesse, hommikusööke ja enamikku toidukordi, bussitransporti, lennujaamatransfeere ning pagasikäitlust. Hinna sisse ei kuulu tavaliselt lennupiletid, valikulised tegevused ega mõned toidukorrad.

Lühikirjeldus reisibüroo tegevusest	Näidistoidureisid, hinnad, grupi suurused
Trafalgar www.trafalgar.com/en-eu/ways-to-go/food-travel Rahvusvaheline reisikorraldaja, kelle peakorter asub Normandias Prantsusmaal ning kes kuulub The Travel Corporation gruppi. Trafalgar pakub mitmekesiseid reise 72 riiki, sealhulgas toiduteemalisi reise. Näited toidureisidest: • California Coast Food and Wine Trail – seitsmepäevane programm, mis toob esile kohaliku juustu, auhinnatud oliiviõli ja California veini • Tastes and Sounds of the South – kümnepäevane ringreis Ameerika Ühendriikide lõunaosariikides, pakkudes maitseid kreooli köögist kuni vürtsika kanani • Saksamaa jõuluturgude reisid, Paris Explorer tuur ning Georgia and Armenia Uncovered programm	8-päevane Kreeka ringreis: Ateena, Olümpia, Delfi ja Meteora Reisil on võimalus kohtuda kohalikega õhtusöögil Karambellase perekonna oliivi- ja veinitalus – osa Be My Guest elamusest, mis ühendab traditsioonilise tantsu ja tõelise kreeka *phlioxenia* ehk külalislahkuse. Programmi kuulub ka kreeka kokandustund, kus saad kogenud ja sõbralike kokkade juhendamisel ise valmistada tuntud kohalikke roogi. Õhtu lõpeb mõnusa ühise õhtusöögiga kaunis ümbruses, mille menüüs on ka sinu enda valmistatud toidud.
EF Go Ahead Tours www.goaheadtours.com/guided-tours/food-wine-barcelona-and-northern-spain See reisikorraldaja on välja kasvanud keelekursuste ettevõttest Education First, kuid on tänaseks oluliselt laiendanud oma toiduturismi pakkumisi koostöös America's Test Kitcheniga (ATK). Koos loodud programmid pakuvad võimalust süvitsi tutvuda erinevate piirkondade köökidega – alates toorainest kuni valmistamise ja serveerimiseni. EF-i eripäraks on väikesed grupid (tavaliselt 12–22 reisijat). Valikus on kümneid reise, mis keskenduvad Euroopa maitsete avastamisele. Näited programmidest: • Food & Wine: Flavours of Tuscany & Umbria / Campania / Puglia & the Amalfi Coast • Ireland: A Feast of Culinary Flavours & Local Tradition • Belgium & Germany: Beers & Culinary Traditions	Food & Wine: Barcelona ja Põhja-Hispaania koos America's Test Kitcheniga Programm on 12-päevane ringreis, mis sisaldab 10 ööd majutust ja hommikusööke ning rikkalikku valikut toidu- ja joogielamusi. Paketis on kokku: • 6 lõunat koos õlle või veiniga • 3 õhtusööki koos õlle või veiniga • 3 veinidegusteerimist • 1 kangete jookide degusteerimist • 1 siidridegusteerimist • 4 toidudegusteerimist • 8 vaatamisväärsuste ekskursiooni Reisil külastatakse Barcelonat, San Sebastiáni, Bilbaot ja La Riojat. Hind: ligikaudu 5000 USA dollarit.

Backroads www.backroads.com/award-winning-tours/active-culinary Backroads on reisikorraldaja, kes spetsialiseerub aktiivturismi ja teiste (sealhulgas kulinaarsete) elamuste ühendamisele. Nende Active Culinary Tours viivad sihtkohtadesse nagu Toscana või Provence, kus aktiivsed tegevused põimuvad kohaliku toidukultuuri avastamisega. Backroads eristub sellega, et pakub naistele suunatud eriprogramme ning jagab reisid kahte kategooriasse: *casual* ja *premium* hotellidega paketid. Kulinaarsed elamused on kombineeritud rattasõidu, matkamise ja ronimisega.	Toscana aktiivne ja kulinaarne matkareis Reisipakett hõlmab kõiki hommikusööke, 5 lõunat, 4 õhtusööki ning eriüritusi, sealhulgas veinidegusteerimisi. Jalgratta- ja mitme tegevusega seiklusreisidel on kasutamiseks täielikult varustatud titaanraamiga jalgratas, samuti kiiver ja vajalikud lisatarvikud. Reisi jooksul saad: • jalutada lopsakates viinamarjaistandustes ja maalilistes ajaloolistes külades; • kokata ja maitsta talust taldrikule retsepte, mida on põlvest põlve edasi antud; • matkata Lõuna-Toscana küpressidega ääristatud valgetel teedel ning rüübata Chianti Classicot selle sünnipaigas; • nautida käsitsi valmistatud roogasid – esimesest pastaroast kuni viimase tiramisu lusikatäieni.
Eat Smart Culinary Travel www.eatsmartguides.com/poland Pereettevõttena tegutsev reisibüroo ja kirjastus, mis loob kulinaarseid reisijuhte ning maitseelamuste radadel põhinevaid reisiprogramme. Nende sihtkohtade hulka kuuluvad Norra, Poola, Taani, Jordaania, Türgi ja paljud teised riigid.	Praegu reisibüroo Poola reise küll ei müü, kuid tutvustab nende programme oma veebilehel. Ühte näidisprogrammi kuuluvad restoranikülastused Krakówis, Varssavis ja Zakopanes (lõuna- ja õhtusöögid); turukülastused: Varssavis Hala Mirowska ja BioBazar ning Krakówis Hala Targowa ja Stary Kleparz; reisi viimane õhtusöök Zakopanes Goralska Tradycja restoranis; giid Susan Peterson Chwae, Poola kulinaarse teejuhi autor.
Polish Culinary Vacation www.polandculinaryvacations.com Selle reisikorraldaja kliendid saabuvad peamiselt Ameerika Ühendriikidest, sageli sentimentaalse põhjusega – paljudel neist on Poola juured. Reisibüroo asutas ligi 30 aastat tagasi Poolast pärit Małgosia Rose ning ettevõtte põhifookus on kulinaarsetel ringreisidel. Lisaks pakuvad nad ka luksusreise nii Poolasse kui ka teistesse riikidesse. Kulinaaria kõrval sisaldab ettevõtte pakkumine ka teisi elamusi, näiteks paadireise Läänemere piirkonnas.	Reisid on tavaliselt 7-päevased koos 6 ööbimisega, kuid saadaval on ka lühemaid, 2–3-päevaseid pakette. Programmi saab kohandada vastavalt eelistustele – valida saab töötubade ja linna tutvustava kulinaarse ekskursiooni vahel. Valikus on ka Poola veiniteed. Kõige populaarsemaks on kujunenud ringreis Krakówist Zakopanesse. Lisaks on pakkumiste hulgas uus programm Spa and Wine Lõuna-Poolas ning reis, mis ühendab Alam-Sileesia vaatamisväärsused ja Bolesławieci keraamika. Esindatud on mitmed piirkonnad, sealhulgas Masoovia, Suur-Poola ja Pomorze. Nad pakuvad ka hooajalisi eripakette, näiteks jõulureise.

Muuhulgas pakuvad ulatuslikku toidureiside valikut ka järgmised tunnustatud reisikorraldajad:

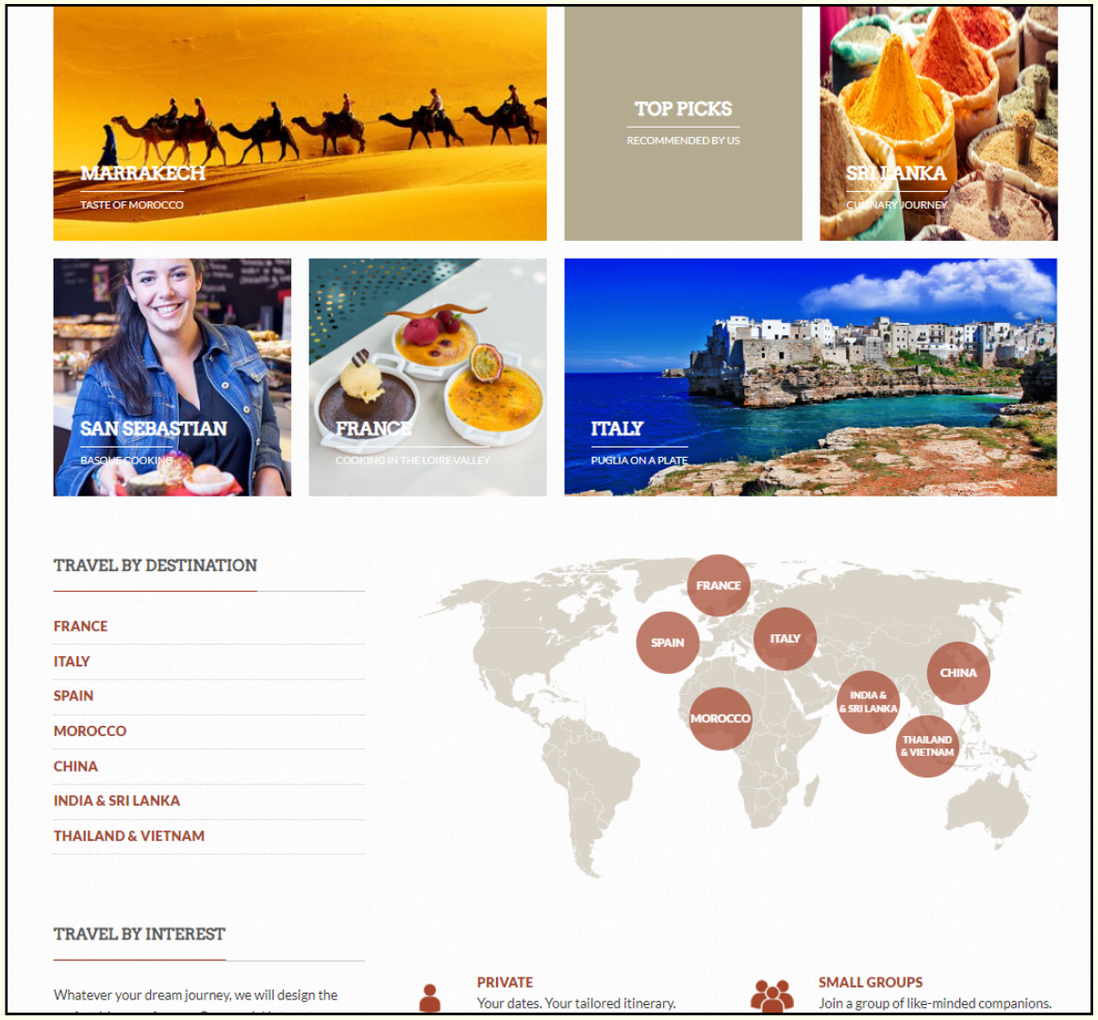
Explore Worldwide - www.exploreworldwide.com/experiences/food-drink-tours
Ettevõtte eripäraks on taimetoitlastele ja veganitele loodud eriprogrammid. Keskmine grupi suurus on 11 inimest. Põhiturg: USA.

Butterfield & Robinson - www.butterfield.com
Butterfield & Robinson on luksusreiside korraldaja, tuntud oma kõrgetasemelise teeninduse ja loova reisidisaini poolest. Nende toidu- ja joogireisid viivad külastaja kuulsatesse toidu- ja veinipiirkondadesse, pakkudes erakordseid maitseelamusi. Põhiturg: USA.

Wolff Travel International - www.wolff-ostreisen.de
1958. aastal bussifirmana alustanud ettevõte pakub kulinaarreise Ungarisse, Austriasse ja Sloveeniasse. Firma Varssavi filiaal on spetsialiseerunud kulinaarsete reisidele Poolas, nt Kazimierzi Wisła ääres või Pomorzesse. Põhiturg: Saksamaa.

Toiduturismile spetsialiseerunud reisibürood

Gourmet on Tour - www.gourmetontour.com
Ettevõte spetsialiseerub kokanduskursustele kokakoolides ning eritellimusel kulinaarsetele elamustele. Tegutseb peamiselt Itaalias ja Hispaanias. Keskmine grupi suurus: 8 inimest.



Joonis: Gourmet on Touri pakutavad toiduturismi sihtkohad

Global Gourmands - www.globalgourmands.com
Ettevõtte asutas 2015. aastal Claudia Royston. Agentuur keskendub koostööle kohalike partneritega, et luua meeldejäävaid ja autentseid elamusi. Reisid on saadaval nii üksikreisijatele kui kuni 16-liikmelistele gruppidele. Sihtkohad hõlmavad muu hulgas Marokot, Kreekat, Portugali, Põhja-Itaaliat, Austriat, Gruusiat ja Armeeniat.

Nagu ülaltoodud reisikorraldajate pakkumised näitavad, on kohalik toit harva ainus teema, mille ümber kogu reisiprogramm üles ehitatakse. Enamasti ühendatakse see peamiste kultuuriobjektide külastamisega. Väga levinud on ka kulinaaria sidumine aktiivturismiga, näiteks rattaretkede või matkadega.

Euroopa on üks juhtivaid toidupärandit tutvustava turismi sihtkohti. Esikohal püsivad Itaalia ja Prantsusmaa, millele järgnevad Hispaania, samuti Saksamaa, Belgia, Austria, Sloveenia, Ungari ja Balkani riigid.

Kulinaarreiside peamine sihtturg on Ameerika Ühendriigid, kus tegutseb ka enamik suuremaid reisikorraldajaid. Läänemere piirkond ei ole praegu maailma juhtivate toidureiside pakkujate seas märkimisväärselt esindatud, kuigi leidub toiduturismi agentuure, kes pakuvad valitud Läänemere-äärseid sihtkohti.

5. peatükk
Toiduturismi marsruudid individuaalreisijale

Iseseisvalt reisivad inimesed hindavad üha enam paindlikkust. Nad ei soovi olla seotud jäiga ajakavaga, mis võib tekitada stressi - eriti siis, kui mõni tegevus venib. Seetõttu eelistatakse rahulikumat tempot ja võimalust päevaplaani jooksvalt kohandada.

Sageli planeeritakse ette vaid üks või kaks põhitegevust, näiteks kokanduskursus või õhtusöök, jättes ülejäänud aja vabaks spontaanseks avastusteks. Toiduturismi marsruute saab kujundada nii iseseisvaks autorännakuks kui ka matkamiseks, rattasõiduks, suusatamiseks või paadireisiks.

<u>Sammud kulinaarreisi marsruudi koostamiseks</u>

- Koosta ülevaatlik nimekiri piirkonna toiduturismi paikadest.
- Kaasa nimekirja nii tuntud restoranid, mis pakuvad kohalikku ja piirkondlikku toitu, kui ka väiketootjad kohalike eritoodetega.
- Kogu kokku põhjalik teave nende pakutavate kulinaarsete elamuste kohta.
- Täpsed andmed aitavad luua usaldusväärseid ja köitvaid kirjeldusi ning väldivad arusaamatusi.
- Rühmita paigad vastavalt sihtrühmadele.
- Arvesta iga koha eripärasid: külastajate mahutavust (väikesed või suured grupid), võõrustajate keeleoskust ning võimalikke kultuurilisi erisusi.
- Märgi paigad kaardile.

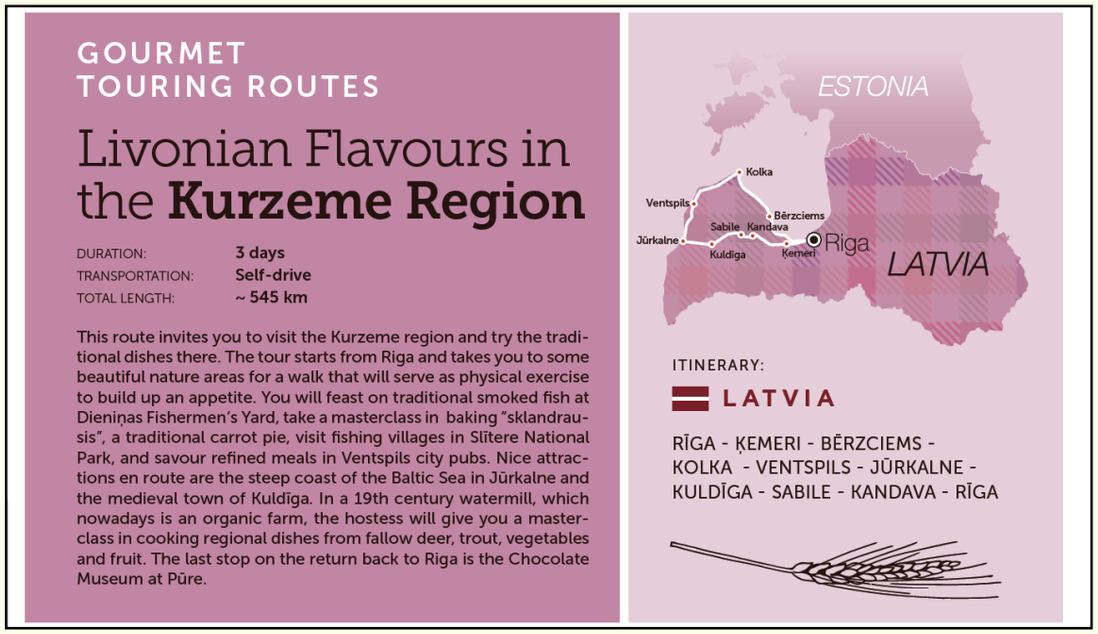
- Kaardile märkides saad hinnata vahemaid, sõiduaegu ja loogilist külastusjärjekorda.
- Rühmita paigad potentsiaalseteks päevaplaanideks, lisades ka alternatiive.
- Koosta loogilises järjekorras kulgev marsruut. Kui kohti on rohkem, kui ühel päeval jõuab külastada, lisa need valikuvõimalustena. Kui vahemaad on pikad, lisa teele sobivaid tuntud vaatamisväärsusi.
- Vali sobivad söögi- ja majutuskohad.
- Kuigi majutuse hinnas sisaldub tavaliselt hommikusöök, mõtle ka lõuna- ja õhtusöögi võimalustele.
- Kogu kokku kõik praktilised soovitused.
- Soovitused võivad hõlmata liiklus- ja teedeinfot, hooajalisusega seotud tähelepanekuid, kohalike olude eripärasid ning majutuskohtade toiduteenuse saadavust.
- Leia kohalik ja teemasse kursis olev giid. Kirglik giid rikastab marsruuti lugude ja taustainfoga ning on suure väärtusega nii programmi müügil, turundamisel kui ka läbiviimisel.

Reisipaketid individuaalreisijatele

Reisijatele, kes ei soovi ise tegeleda detailse planeerimise ja broneerimistega, on parim lahendus ettevalmistatud reisipaketid, mis sisaldavad kõiki peamisi teenuseid – külastuspaiku, ekskursioone ja majutust.

- Enne saabumist saadetakse kliendile personaalne reisiprogramm, kus on olemas kõik broneeritud kuupäevad, majutuskohad, teenused, kaardid, külastuskohtade kirjeldused ja muu oluline teave.
- Iseseisvatele reisijatele mõeldud paketid sisaldavad sageli väikseid hotelle ja külalistemaju koos hommikusöögiga.
- Kui külalistemajas puudub restoran, saab paketti lisada õhtusöögid ning soovi korral ka lõunapakid.
- Paketid võivad olla kas oma autoga reisijatele või sisaldada transporti ja giiditeenust.

Näide iseseisvast paketist – *Liivimaa maitsed*



- 3 päeva
- 2-6 külastust päevas
- Mitmekesised kulinaarsed elamused: rannakalanduse ja traditsiooniliste retseptide tutvustused; kondiitritoodete, leivateo ning uluki- ja kalatoitude töötoad
- Kulinaarsed külastused on põimitud marsruudi teiste turismiobjektidega
- Kulinaarsed tegevused toimuvad eelneval kokkuleppel, teisi objekte - näiteks matkaradu ja rannikukülasid - saab külastada omas tempos

Isejuhitavad marsruudid

Isejuhitavad marsruudid pakuvad reisijatele suurt paindlikkust, võimaldades marsruuti kohandada vastavalt isiklikele huvidele, vajadustele ja hetkeoludele. Struktureeritud marsruudi kirjeldus säästab aega, mis muidu kuluks iseseisvale planeerimisele. Selle lähenemisega saavad reisijad hinnata, kui palju aega kulub liikumiseks, külastusteks, ja söögikordadeks, ning soovi korral reisi jooksul plaane muuta.

- Isejuhitavad marsruudid ei sisalda detailseid liikumisjuhiseid sihtkohtade vahel nagu tavapärased pakettreisid.
- Reisijad koostavad oma päevaplaanid ja teevad broneeringud ise, kasutades marsruudikaarti, soovitatud külastuskohti ning söögi- ja majutusvõimaluste nimekirja.
- Reisijad teevad ise broneeringud seal, kus see on vajalik, või külastavad kindlate lahtiolekuaegadega kohti, kus eelbroneeringut pole vaja.
- Majutuseks soovitatakse enamasti väiksemaid majutuskohti ja pereettevõtteid, mis pakuvad personaalsemat teenindust, kodust toitu ja võimalust kogeda kohalikke tavasid.

Isejuhitava marsruudi kirjelduse struktuur

Isejuhitava marsruudi kirjelduse võib jagada neljaks osaks: reisi ülevaade; kaart; marsruut koos külastuskohtade, söögi- ja majutusvõimaluste ja populaarsete turismiobjektidega; kasulikud kontaktid.

Reisi ülevaade

- Interaktiivne kaart, mis näitab marsruudi üldist asukohta
- Kestus (tundides / pool päeva / päevade arv)
- Olulisemad punktid marsruudil, näiteks suuremad linnad
- Liikumisviis, nt autoga, rattaga või jala (tähistatud vastava piktogrammiga)
- Lühike tutvustav tekst, mis kirjeldab marsruudil olevaid külastuskohti ja pakutavaid elamusi
- Köitvad fotod

Kaart

Veebikaart kuvab marsruudi koos külastuskohtade asukohtadega. Iga koha juurde on lisatud hüpikaken, kust leiab lühikese kirjelduse ja vastava lingi. Veebikaardid on kõige mugavamad, kuid piirkondades, kus mobiililevi võib olla piiratud, on abiks ka trükitud kaart.

Reisi marsruut

Päevade kaupa esitatud marsruudikirjeldus annab ülevaate vahemaadest, külastuskohtade asukohtadest ja olulisest infost ning soovitab majutus- ja söögikohti.

Praktiline teave

Praktiline teave aitab reisijatel valmistuda tingimusteks ja olukordadeks, millega nad reisi jooksul kokku puutuda võivad. Iga reisikirjeldus peaks sisaldama konkreetset ja praktilist infot iga päeva kohta, näiteks:

- Päevane läbitav vahemaa
- Soovituslik külastuskohtade arv päevas
- Teave külastuste, giidituuride ja programmide kohta, mis toimuvad kindlatel kellaaegadel, vajavad eelbroneerimist, sularahamakseid, osalejate arvu piirangut või muid eritingimusi
- Lingid objektide lahtiolekuaegade ja piletite infole
- Objektid, mida saab vaadelda ainult väljastpoolt (nt tootmishooned või mõned turismiobjektid)
- Info marsruudil paiknevate vaatamisväärsuste kohta – matkarajad, pärandipaigad, populaarsed turismiobjektid jms – koos linkidega lisainfole
- Ligipääsetavuse info liikumis- või muud tüüpi piirangutega inimestele

Külastuskohtade soovitused

Koosta asukoha põhjal külastuskohtade nimekiri, nii et reisija saaks igasse päeva planeerida omal valikul 3–4 objekti. Märgi

selgelt, et ajapiirangute ja vahemaade tõttu ei ole võimalik külastada kõiki pakutud kohti, ning too välja, mitmes paigas on realistlik päevas käia. Iga paiga kirjelduse juurde lisa link, mille kaudu reisija saab kontrollida lahtiolekuaegu ja vaadata piletiinfot.

- Söögikohad
  Linnades, kus valik on lai, lisa lingid kohaliku turismiinfo lehtedele. Maapiirkondades, kus söögikohti on vähem, lisa kohaliku infokeskuse kontaktid ja/või söögikohtade nimekiri koos linkide ja kontaktandmetega.

- Majutuskohad
  Linnades lisa lingid turismiinfokeskustele. Maapiirkondades lisa kohaliku infokeskuse kontaktid ja/või majutuskohtade nimekiri koos linkide ja kontaktandmetega.

- Kasulikud kontaktid
  Lisa olulised kontaktandmed, näiteks kohalike turismiinfokeskuste omad, kuhu reisijad saavad reisi jooksul nõu ja abi saamiseks pöörduda.

Toiduturismi marsruudid reisikorraldajatele

Peamine erinevus iseseisvatele reisijatele ja reisikorraldajatele mõeldud marsruutide vahel seisneb teenuste kirjelduste ja osutamise detailsuses.

- Reisikorraldajate vajaduste mõistmine
  Reisikorraldajad soovivad ühelt poolt pakkuda läbiproovitud ja turvalisi tooteid, teisalt otsivad nad üha enam unikaalseid elamusi, mis eristuvad massiturismist. Edukas koostöö eeldab, et teenusepakkuja kohandab oma pakkumise vastavalt reisikorraldaja ootustele. Need võivad erineda sõltuvalt sihtturust, kultuurilistest eripäradest, külastuseks planeeritud ajast ja muudest teguritest.

- Vahemaad ja külastusaeg
  Pakettreiside ja reisikorraldajate programmide puhul on äärmiselt oluline täpselt arvestada vahemaid objektide vahel, sõiduaegu ja külastuse kestust igas peatuskohas.

- Kiire suhtlus
  Reisikorraldajate päringutele kiire vastamine on sama oluline kui edastatava info täpsus. Eriti eritellimusprogrammide puhul peavad kõik kokkulepped olema täpselt läbi räägitud, et vältida arusaamatusi. Teenusepakkuja peab olema valmis ka viimase hetke muudatusteks.

- Lubaduste täitmine
  Kõik teenused tuleb osutada täpselt nii, nagu kokku lepitud. Ootamatud üllatused – isegi heast tahtest – ei ole lubatud. Teenusepakkuja peab ajakavast kinni pidama ja programmi ellu viima nii, nagu reisikorraldajaga kokku lepiti, et kogu reis püsiks graafikus.

- Usaldusväärsus
  Usaldusväärsus tähendab 100% kokkulepete täitmist,

kvaliteedistandardite järgimist, kokkulepitud hindade garanteerimist ja kliendi eelarvega arvestamist.

Näide: Vaheprogramm - kulinaarne elamus reisikorraldajatele

- Kogukestus: 4 tundi
- Täpne tehniline info: sõiduajad, aadressid koos GPS-koordinaatidega, külastuste kestused
- Info hooajalisuse, grupi suuruse ja hinnas sisalduva kohta
- Külastusprogrammi turismielamuste kirjeldus
- Lõunasöögikoha toidustiili kirjeldus
- Märkused võõrustajate keeleoskuse kohta

6. peatükk
Toiduteede loomine ja haldamine

Turismirajad annavad võimaluse koondada ja suunata koostööd teenusepakkujate vahel, keda ühendab teema või selge eristuv tunnus. Eduka raja aluseks on hästi valitud fookus: see peab olema piirkonna jaoks autentne ja külastajaid ligitõmbav.

Populaarsed koostööradade teemad on näiteks vein, siider, viski ja isegi puskar. Teine kulinaarradade kategooria põhineb kohalikul toorainel – sageli puuviljadel, nagu õunad või ploomid. Kolmas oluline kategooria tugineb traditsioonilisele köögile ja piirkonna kulinaarpärandile. Need rajad võivad olla seotud mõne halduspiirkonna, geograafilise ala või ajaloolise piirkonnaga.

Kui sinu piirkonnas ei ole veel toiduturismi rada, tasub enne alustamist endalt küsida mõned olulised küsimused:

- Kas piirkonnas on olemas kohalik või regionaalne kulinaarne eritoode?
- Kui jah, kas see kuulub mõnda järgmistest valdkondadest: käsitööalkoholi tootmine, puuviljakasvatus, piirkondlik kulinaarpärand?
- Kas on vähemalt viis ettevõtet – näiteks restoranid, toidutootjad, talunikud, kohaliku toodangu poed või toidumuuseumid –, kes oleksid valmis rajal koostööd tegema?

Kui vastus nendele küsimustele on „jah“, võib liikuda edasi toiduturismi raja loomise praktiliste sammude juurde.

1. Too kokku vähemalt viis maapiirkonna ettevõtjat, kes juba pakuvad või soovivad arendada toiduelamusi, mis on seotud maaelu, põllumajanduse või toidutootmisega. Võimalikud toiduelamused on näiteks: degustatsioonid, *pop-up*-restoranid ja -kohvikud, hooajaliste toodete või talutöödega seotud sündmused ja festivalid, giidiga tuurid, töötoad ja kokanduskursused, toidunäitused ja muuseumid (nt leivamuuseum). Neid elamusi saab omavahel kombineerida – täpsemalt käsitletakse seda käsiraamatu esimeses osas.

2. Vali koht regulaarseteks kohtumisteks, näiteks seltsimaja, kool, gurmeepood või mõne osaleja ettevõte. Sellest võib kujuneda raja sümboolne keskpunkt. Võimalusel tasub kaasata ka kohaliku omavalitsuse, sihtkoha arendamise

organisatsiooni (DMO) või teiste MTÜde tuge ning kasutada nende ruume.

3. Kehtesta liikmemaks, mis katab raja põhikulud – eelkõige ühised turundustegevused.

4. Koosta selge ja läbimõeldud turunduspakett, mis aitab uuel rajal turul nähtavaks saada. Algfaasis tasub keskenduda järgmistele tegevustele: ühise logo ja visuaalse identiteedi loomine, ühtse kujunduse ja sisumalliga voldikute koostamine, raja märgistamine ja tähised, ühise sotsiaalmeediakonto loomine, ühised sündmused, ühtne tegevus- ja sündmuste kalender.

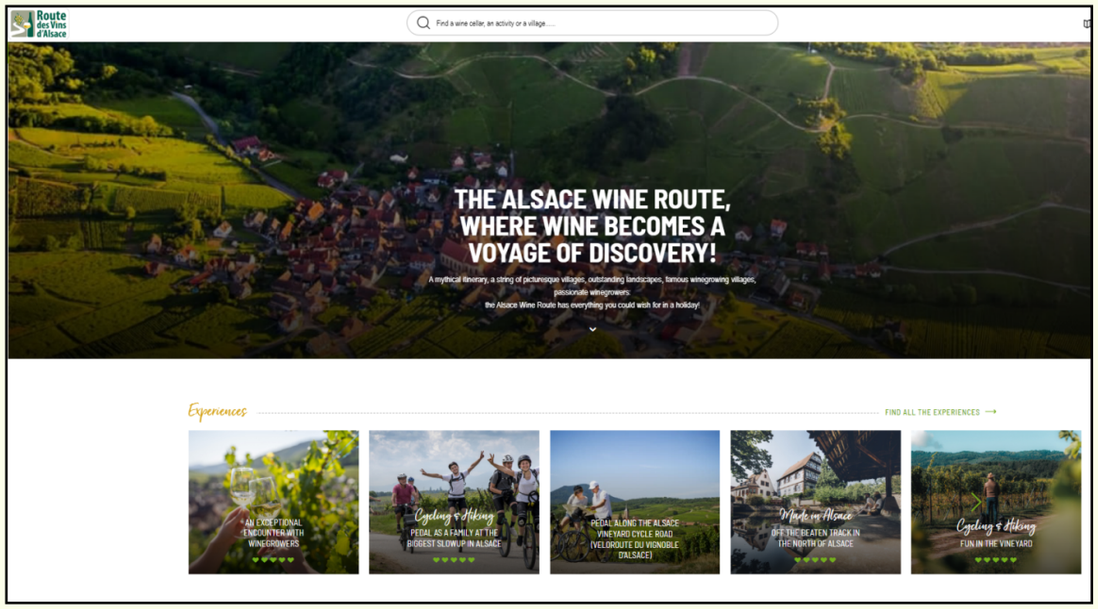
5. Vali raja koordinaator ja loo meeskond, kes vastutab igapäevase juhtimise ja raja pikaajalise arengu eest.

Joogiteed: vein, siider, õlu ja destilleerimiskojad

See kategooria on loomulikult suunatud täiskasvanud sihtrühmale. Pole üllatav, et seda tüüpi vanimad ja tuntumad rajad paiknevad sellistes piirkondades nagu Prantsusmaa ja Šotimaa. Siiski tasub märkida, et ka Põhja-Euroopal ja Läänemere piirkonnal on turistidele pakkuda ainulaadseid ja põnevaid lugusid.

Sellesse kategooriasse kuuluvate radade teemad võivad hõlmata nii traditsioonilisi jooke ja ajaloolisi tootmiskohti – näiteks mõdu, viin, tõmmised ja puskar – kui ka uuemaid ja kasvavaid suundi, nagu vein ja siider. Inspiratsiooni tasub ammutada hästi toimivate ja tuntud joogiteede edulugudest ning nende turundusstrateegiatest.

The Malt Whiskey Trail Šotimaal www.maltwhiskytrail.com



The Alsace Wine Route Prantsusmaal www.wineroute.alsace

Viljapuuaedade rajad (õunad ja ploomid)

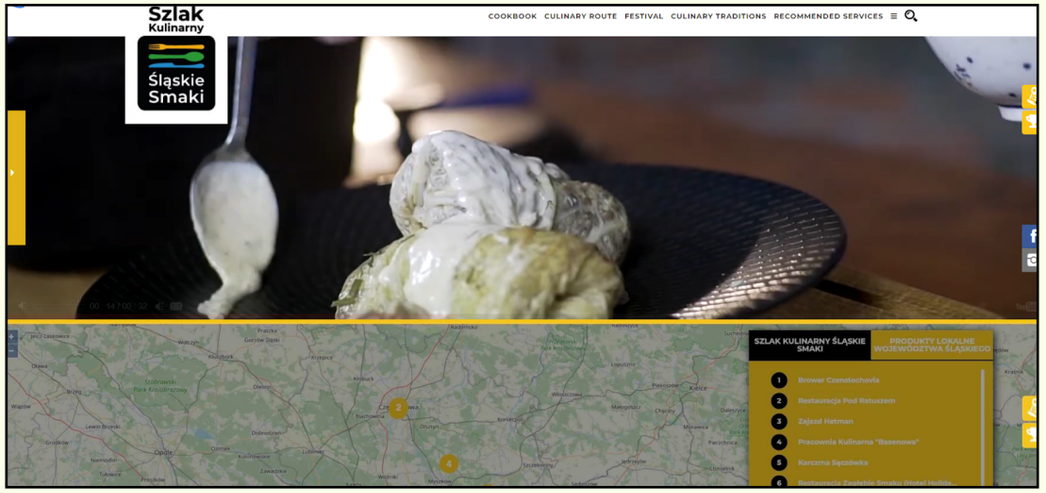
Õun on vaieldamatult üks ajaloo kõige paremini turundatud vilju – alates selle sümboolsest rollist Piiblis kuni seosteni tänapäevaste tehnoloogiaettevõtetega. Pole seega üllatav, et õun on tugevalt esindatud ka toiduturismi maailmas. Austrias ja Poolas on välja töötatud väga edukas koostöömudel, mis keskendub turismipakkumistele, mille keskmes on viljapuuaiad, õunakasvatus ning õunte töötlemine. Need algatused toetuvad kohalikele õunasortidele, millel on kaitstud geograafilise tähise (PGI) staatus.

Heaks näiteks on ka Lõuna-Tirooli õunaalgatus, mis koondab ühte kohta turundusinfo kohalike õunte kohta – alates retseptidest ja kasvatamismeetoditest kuni erinevate õunaaedade külastusvõimalusteni. Tegemist on nutika ja tervikliku mudeliga: kõik Tiroolist pärit õunad, mis jõuavad poelettidele, kannavad brändikleebist. Sama brändistrateegiat on edukalt rakendatud ka turismis – külastajad saavad valida kümnete õunaaedade ekskursioonide vahel.

Traditsioonilise köögi rajad

Traditsioonid, kulinaarne pärand ning ühiste juurtega ja kohalikust toorainest valmistatud road loovad tugeva aluse kulinaarradade arendamiseks. See alus on eriti tugev piirkondades, kus oma kultuurilist omapära rõhutatakse kohalike rituaalide, rahvarõivaste, keele ja loomulikult ka toidutraditsioonide kaudu. Selliseid kulinaarradasid on sageli ka pisut lihtsam luua, sest nende pakkumine kõnetab nii turiste, kes soovivad tundma õppida kohalikke eripärasid, kui ka kohalikke elanikke, kes on valmis traditsiooni hoidma ja edasi kandma.

Seetõttu tasub tähelepanu pöörata kulinaarradadele, mis on juba tõestanud oma väärtust nii kohalike kui ka külaliste seas, ning ammutada inspiratsiooni nende strateegiatest. Heaks näiteks on Poolas Sileesias loodud kulinaarne marsruut. Tegemist on suure, ligi nelja miljoni elanikuga piirkonnaga, mida iseloomustavad tugev kultuuriline identiteet, oma murre, tööstuslik taust ja loomulikult ka omanäoline köök.



7. peatükk
Ühistegevuste jätkusuutlikkuse tagamine

Sõltumata valitud koostöömudelist – olgu selleks ühine kulinaarne rada, iseseisvatele külastajatele suunatud ühispakkumine või reisikorraldajale loodud pakett – on ülioluline tagada, et loodud pakkumine on jätkusuutlik ja toimib mitu hooaega.

“Autentsus on edu võti. Leida võõrustajad, kes teevad oma asja kirega – olgu selleks juustu valmistamine mägionnis või käsitööviina destilleerimine – on köitva kulinaarse elamuse ja parimate mälestuste alus, mille turistid endaga kaasa võtavad.”
Małgosia Rose – PolishCulinaryVacationi asutaja ja omanik

„Iga ühisalgatuse, raja, kulinaarprojekti või festivali osaleja peaks tundma vastutust algatuse eest – nii turundusotsuste kui ka nende rahastamise osas.”
Łukasz Magrian – Pomorze Turisminõukogu direktor

„Varem või hiljem osutub kohaliku omavalitsuse tugi vältimatuks. Parimad algatused on need, mis saavad loota kohaliku omavalitsuse või turismiorganisatsioonide mõistmisele ja koostööle. Suur eelis on see, kui rada või toidusündmus saab kasutada linnaruumi välireklaami või piirkondlike turismiorganisatsioonide sotsiaalmeediakanaleid.”
Hubert Gonera – radade ja kulinaarsete elamuste looja

„Ahel on ainult nii tugev, kui tugev on selle nõrgim lüli. Ühtsete standardite ja juhiste kehtestamine on võtmetähtsusega, et tagada teenuse järjepidev kvaliteet kogu raja või algatuse ulatuses.”
Niclas Fjellström – Culinary Heritage globaalne koordinaator

„Toiduturismi pakkumise partnerite ühiste eesmärkide ja koostoime mõistmine on pikaajalise ja tõhusa koostöö alus. Restoranid, talunikud, tootjad või kohalikud omavalitsused ei suuda üksi luua toiduturismi sihtkohta. Suured asjad saavad juhtuda alles siis, kui algab sisuline koostöö ja lõpeb ebatervislik konkurents.”
Erik Wolf – World Food Travel Associationi direktor

SKEPPARPS
VINGÅRD

8. peatükk
Levinumad vead grupireiside planeerimisel

Enne kulinaarse grupireisi planeerimist tasub olla teadlik levinud vigadest. Teiste kogemustest õppimine aitab ennetada probleeme. Järgnevad soovitused aitavad toiduturiste juhendada alates saabumisest kuni tegusa päeva lõpuni. Pea meeles: rohkem ei ole alati parem.

Saabumine

- Ära alusta tuuri kohe pärast maandumist!
- Planeeri saabumise järel piisav aeg puhkuseks (umbes 1 tund hotellis on enamasti piisav), eriti pärast lennureisi.

Ajakava

- Väldi pikki sõiduaegu külastuspunktide vahel!
- Bussisõit ei tohiks enne järgmist peatust või pausi ületada 1–1,5 tundi.

Külastused

- Ära planeeri ühele päevale liiga palju või liiga pikki külastusi!
- Tavaliselt piisab 2–3 olulisest, umbes 1-tunnisest külastusest päevas, sõltuvalt vahemaadest.

Ajastus

- Järgi tuuri jooksul rangelt kokkulepitud ajakava!
- Üks hilinemine kipub tekitama ahelreaktsiooni.
- Väldi „veel ühte küsimust“ või „üht lisategevust“, kui see võib nihutada lõunasööki või osalejaid liigselt väsitada.

Kestus

- Ära tee kultuuriprogramme liiga pikaks ega liialt detailseks!
- Optimaalne kestus on enamasti 1-1,5 tundi, sõltuvalt grupi suurusest.
- Hästi toimival programmil on selge struktuur: sissejuhatus ➜ ekskursioon ➜ interaktiivne osa ➜ degustatsioon.

Autentsed elamused

- Ära lavasta turistidele “ilusaid” kogemusi – nad saavad aru, kui see pole ehe.
- Eelista kohtumisi päris inimestega: talunike, kodurestoranide pidajate ja kohalike tootjatega.

Turvalisus

- Ära tee kunagi järeleandmisi turvalisuses!
- Veendu, et kõik elamused oleksid hoolikalt ette valmistatud: näiteks päästevestid paatidel, selged juhised ja ohutusnõuete järgimine. Üksainus vahejuhtum võib kahjustada kogu piirkonna turismi mainet.

Toit

- Ära ehita grupimenüüd ainult traditsiooniliste roogade ümber!
- Traditsioonilisi toite on sageli parem pakkuda maitseampsudena, koos loo ja selgitusega võõrustajalt. Vajadusel võib kasutada ka modernsemat lähenemist.

Päeva lõpp

- Ära jää söögikordadele hiljaks!
- Võimalusel planeeri õhtusöök majutusega samasse kohta või selle lähedusse.
- Jäta enne õhtusööki alati aega puhkamiseks ja riiete vahetamiseks.
- Planeeri enne õhtusööki vähemalt 1 tund vaba aega.

Kokkuvõte ja järeldused

See juhend käsitleb toiduturismi arendamist, juhtimist ja turundamist kui kiiresti kasvavat suunda reisitööstuses. Toiduturism on liikunud kõrvalrollist üheks olulisemaks reisimotivatsiooniks, peegeldades üleilmset huvi toidukultuuri ja autentsete toiduelamuste vastu.

Olulised järeldused

Toiduturismi terviksüsteemi loomine:
Toiduturismi algatuste edu põhineb eri osapoolte tihedal koostööl - kohalike omavalitsuste, restoranipidajate, toidutootjate ja turismiettevõtete vahel. Ühtne lähenemine on hädavajalik tugeva ja äratuntava toiduturismi identiteedi kujundamiseks, mis suudab külastajaid tõhusalt kõnetada.

Toiduelamused ei ole enam pelgalt lisand vaatamisväärsuste või kohaliku kultuuri avastamisele - need on keskne tegur sihtkoha valikul. See muutus on toonud kaasa toidule keskendunud platvormide ja meedia kiire kasvu, mis omakorda mõjutab reisimiskäitumist.

Kulinaarsihtkohtade arendamine:
Toiduturismi sihtkoha kujundamine nõuab aega ja strateegilist planeerimist. Baskimaa, Toscana ja Provence on head näited piirkondadest, kus edu aluseks on olnud toiduelamuste teadlik sidumine laiemate reisipakettidega.

Toiduturismi arendades on mõistlik alustada toidu lõimimisest kultuuri- ja aktiivturismiga ning liikuda samm-sammult suunas, kus toit ise kujuneb peamiseks tõmbenumbriks.

Toiduturismi pakkumised:
On oluline, et sihtkohal oleksid mitmekesised pakkumised - alates giidiga toidutuuridest ja isejuhitavatest marsruutidest kuni digiplatvormidel müüdavate elamusteni. Digikanalite areng on muutnud toiduturismi kättesaadavamaks ning võimaldanud kohalikel teenusepakkujatel jõuda rahvusvahelise publikuni.

Reisiagentuuridel ja -korraldajatel on oluline roll eeskätt mitmepäevaste pakettide ja grupireiside turundamisel. Edukad kulinaarreisid ühendavad sageli toiduelamusi kultuuriobjektide või aktiivse puhkuse elementidega.

Toiduteede loomine ja haldamine:
Toiduteid saab arendada kindlate teemade ümber, näiteks vein, siider, traditsioonilised road või kohalik tooraine. Radade edu aluseks on autentsed ja eristuvad tunnused, mis kõnetavad nii kohalikke elanikke kui ka külastajaid.

Radade toimimise keskmes on koostöö - ressursside ühendamine, ühine turundus ja tervikliku külastajakogemuse kujundamine aitavad suurendada kogu piirkonna atraktiivsust.

Levinumad vead grupireiside planeerimisel:
Dokument toob esile ka praktilised soovitused, kuidas vältida grupikulinaarreiside planeerimisel sagedasi eksimusi. Nende hulka kuuluvad sõiduaja vähendamine külastuskohtade vahel, liialt jäikade programmide vältimine ning turvaliste, ehedate ja meeldejäävate elamuste tagamine.

Kokkuvõte

Toiduturism on võimas vahend, mis aitab piirkondadel külastajaid meelitada kohalike maitsete, traditsioonide ja toidukultuuri kaudu. Selle potentsiaali kasutamiseks peavad sihtkohad keskenduma selgelt määratletud kulinaarse identiteedi loomisele, koostöö tugevdamisele ning autentsete ja kvaliteetsete elamuste kujundamisele, mis kõnetavad nii kohalikke kui ka rahvusvahelisi külastajaid.

Toiduteede ja kulinaarsete pakkumiste arendamisel on väga olulised ka strateegiline turundus, digitaalne nähtavus ja läbimõeldud planeerimine. Lähtudes tänapäeva reisijate ootustest ja huvidest, saavad piirkonnad kujundada oma kulinaarsed tugevused jätkusuutlikeks turismitoodeteks, mis loovad väärtust nii kogukondadele kui ka külastajatele.

Lõppkokkuvõttes sõltub toiduturismi edu autentsusest, kvaliteedist ja toimivast koostööst. Õigete strateegiate abil võib toiduturism kujuneda piirkondliku arengu nurgakiviks, toetades majanduskasvu ning samal ajal hoides ja väärtustades kultuuripärandit.

Pilootperioodi õppetunnid

Toiduturismi lahenduste **testimine ja piloteerimine** osalevates piirkondades kinnitas, et väikesed ja keskmise suurusega toidu- ja turismiettevõtted saavad oma konkurentsivõimet märgatavalt tugevdada, kui nad tegutsevad ühtse narratiivi ja selge piirkondliku identiteedi raames. Pilootprojektid näitasid, et tootjate, turismiteenuste pakkujate ja kohalike omavalitsuste koostöö loob lisaks usaldusele ka konkreetseid tooteid ja elamusi, mis on külastajatele atraktiivsed ning toetavad kohalikku majandust.

Kõigis piirkondades joonistus välja selge muster: koordineeritud bränding, tugev digitaalne nähtavus ja elamuslikud tegevused on kõige tõhusamad vahendid kohalike toiduresursside kujundamisel valmis turismipakkumisteks. Võrgustikud, mis kasutasid selget loosungit või lugu ning panustasid ühtsesse visuaalsesse identiteeti ja jutuvestmisse, suutsid suurendada nii äratuntavust kui ka ettevõtjate motivatsiooni. Eriti edukaks osutusid ühisüritused ja temaatilised paketid – näiteks taluõhtusöögid, maitsete rajad ja piirkondlikud laadad –, mis aktiveerisid kohalikke võrgustikke, tugevdasid kogukonnatunnet ja lõid otsese kontakti külastajatega.

Digitaalsed tööriistad mängisid igas pilootprojektis keskset rolli. Interaktiivsed kaardid, planeerimisrakendused, veebikampaaniad ning professionaalsed foto- ja videomaterjalid võimaldasid ka väikestel tootjatel jõuda oma tavapärasest sihtrühmast kaugemale. Sotsiaalmeediaplatvormid osutusid kõige mõjusamateks turunduskanaliteks, eriti siis, kui neid toetasid läbimõeldud kampaaniad, koostöö sisuloojatega ja ehe visuaalne sisu. Lisaks aitasid digilahendused tugevdada ettevõtjate omavahelist koostööd, võimaldades jagada ressursse, materjale ja ristturunduse võimalusi.

Pilootide käigus ilmnesid ka **korduvad väljakutsed**. Paljud maapiirkondade väikeettevõtjad seisavad silmitsi piiratud aja- ja tööjõuressurssidega, mis muudab tootmise, turunduse ja külastajateeninduse ühendamise keeruliseks. Digitaalse turunduse ja pakettide loomise arendamine on endiselt hädavajalik. Mõnes piirkonnas mõjutasid tegevusi ka õiguslikud piirangud, näiteks alkoholiturunduse reeglid, ning hooajalisusest tulenevad logistilised väljakutsed. Samas osutus projekti koostööpõhine lähenemine – kus partnerid jagasid tööriistu, malle ja mentoreid – tõhusaks viisiks nende takistuste ületamisel.

Üldjoontes kinnitas pilootperiood, et toiduturism võib toimida piirkondliku koostöö, innovatsiooni ja nähtavuse vedurina.

Kui tootjaid julgustatakse oma lugusid jutustama, sihtkohad tegutsevad ühise teema alusel ning digitaalsed ja kohapealsed elamused on professionaalselt põimitud, on tulemused selgelt mõõdetavad: suurem kaasatus, kasvav külastajate arv, uued tooted ning tugevnenud kohalik identiteet. Need kogemused loovad tugeva aluse toiduturismi edasiseks laiendamiseks kogu Läänemere piirkonnas ning pakuvad kopeeritavat mudelit ka teistele maapiirkondadele, kes soovivad ühiste väärtuste ja autentsete elamuste kaudu siduda omavahel toidu, inimesed ja koha.

Läti Siidritee

www.celotajs.lv/ciderroute

Siidritee kutsub avastama Läti siidri mitmekesist maailma - erinevaid siidritüüpe, siidri nautimise traditsioone ning selle valmistamise peeneid nüansse. Oled oodatud aedadesse ja siidrimajadesse kevadisest õunapuude õitsemisest kuni sügiseni, mil õhus hõljub küpsete õunte lõhn. Siidriteel kohtud siidrivalmistajatega, kes pakuvad ehtsat Läti siidrit, ning sul avaneb võimalus avastada uusi maitseid ka siidripidustustel. Siidri valmistamine on elustiil. Siidrimeistrid usuvad, et see värskendav jook väärib kohta nii pidulikel sündmustel kui ka igapäevasel toidulaual, et roogasid rikastada ja nende maitseid esile tuua.

Manufaktouren-MV

www.manufaktouren-mv.de

Manufaktouren-MV kutsub avastama Mecklenburg-Vorpommerni käsitöötoodete mitmekesist maailma – alates külmpressõlidest, meresoolast ja sinepist kuni kohvi, šokolaadi, käsitööalkoholi ja taludelikatessideni. Mugava reisiplaneerija abil saad ise kujundada oma marsruudi rannikukülade ja järvede vahel, tehes peatusi väiketootjate juures, kus ootavad degustatsioonid, pilguheit telgitagustesse ja hooajalised sündmused. Kevadistest õitest kuni sügisese saagini kohtud meistritega, kes pressivad, röstivad, destilleerivad ja küpsetavad kõike seda erilist, mida Mecklenburg-Vorpommernis maitsta saad. Neilt kuuled lugusid, mis on “Naturally from MV” märki kandvate toodete taga. Olgu sinu sooviks lühike ringreis või mitmepäevane gurmeematk, Manufaktouren-MV ühendab väiketootjad, poed ja elamused üheks terviklikuks teekonnaks. See on maitseküllane viis kogeda seda piirkonda, toetada piirkondlikku väärtusahelat ja viia koju ehtsaid, kohalikke maitseid.

Norra Siidritee

www.siderlandet.no

Norra Siidritee kutsub sind avastama viljapuuaedu fjordide kallastel ja Norra siidrivalmistamise kunsti kevadisest õiteajast kuni sügisese koristuseni. Marsruut lookleb läbi Hardangeri, Sognefjordi, Ryfylke ja Sunnmøre ning viib siidrimajadesse, kus saab jalutada õunapuude vahel, piiluda siidrikeldritesse ning maitsta mulliga ja mullita siidreid ja jääsiidreid koos kohalike juustude, mereandide ja lihatoodetega. Kevadel õitsevad õunapuude read lumiste mäetippude taustal, hilissuvel ja sügisel pannakse tööle mahlapressid ning talukohvikud pakuvad värskeid hooajalisi maitseid. Võõrustajad jagavad lugusid *terroir*'st, sortidest ja valmistusviisidest, kus põimuvad vanad traditsioonid ja kaasaegne käsitöö. Paljudes paikades saab külastada ka talupoode, osaleda degustatsioonidel ning nautida hooajalisi sündmusi. Siidritee tähistab kohalikku maastikku ja elulaadi ning kutsub tõstma klaasi siinsete paikade, inimeste ja kohaliku toidu auks.

Pomorskie Taste

www.pomorskie-prestige.eu

Pomorskie Taste kutsub avastama Pomorzet selle köökide, põldude ja randade kaudu – Läänemere äärest ja Heli poolsaarelt kuni Kašuubia järvede ja Żuławy madalikeni. Marsruutidel kohtud talunike, kalasuitsutajate, juustumeistrite, pagarite, õllepruulijate ja siidritootjatega; külastad viljapuuaedu, suitsumaju ja veskeid ning naudid hooajalisi menüüsid, mida kujundavad päeva püük ja saak – räimed, rukkileib, Kašuubia maasikad, metsaseened, hanepraad ja mesi. Kevad ja suvi toovad endaga kaasa saginat täis turud ja avatud talukohvikud, sügis aga korjamise ja pressimise päevad, töötoad ning lõikuspeod. Kõikjal jagavad võõrustajad lugusid käsitööst, *terroir*'st ja kohalikest traditsioonidest, samas kui talupoed ja restoranid pakuvad läbimõeldud maitsekooslusi ning võimalust Pomorze maitseid ka koju kaasa osta. Olgu rännak kulgemas rannikulinnade promenaadidel või mööda maal looklevaid kitsaid teid – Pomorskie Taste ühendab inimesed, paigad ja kohalikud maitsed ehtsal ja meeldejääval viisil.

Timeless Flavors

Timeless Flavors juhatab rändama läbi Kesk-Leedu mõisate, jõeorgude ja viljapuuaedu täis külade, kus pärandretseptid ja talukäsitöö on loomulik osa igapäevaelust. Marsruudil võtavad sind vastu talud, mõdutootjad ja külaköögid, kus toimuvad leivaküpsetamine, juustutegu ning ürdi- ja marjatöötoad. Neile lisanduvad degustatsioonid: mõdu, puuviljaveinid, teed ja hoidised. Kevadel minnakse metsaande korjama, suvel saab aedades vabas õhus kohalikke maitseid nautida ning sügisel keskendutakse hoidistamisele, moosikeetmisele ja mõdu valmistamisele. Kõikjal jagavad võõrustajad lugusid mõisatest, puuküttega ahjudest ja mesindusest, samas kui talupoed pakuvad moose, ürte, juuste ja hooajalisi küpsetisi. Võõrustajad tervitavad nii üksikkülastajaid, peresid kui ka väikseid gruppe; paljud tegevused on ettetellimisel saadaval aastaringselt. Soovi korral saad koostada oma marsruudi või järgida olemasolevaid temaatilisi teid, mis põimivad mõisakülastused, degustatsioonid ja töötoad mõnusaks päevareisiks või pikemaks nädalavahetuseks.

BASCIL PROJEKTI PARTNERID

KRINOVA INKUBAATOR JA TEADUSPARK

EESTI PÕLLUMAJANDUS-KAUBANDUSKODA

MECKLENBURG-VORPOMMERNI MAATURISMI ÜHING E.V.

ÜHING „KLAIPĖDA REGION“

POMORZE TURISMINÕUKOGU

LEEDU SOTSIAALTEADUSTE KESKUS

LEEDU MAATURISMI ÜHING

SIHTASUTUS „POLISH NATURE“

HANEN - NORRA TURISMI JA KOHALIKU TOIDU ÜHING

LÄTI MAATURISMI ÜHING

MTÜ „PÕLLUMEESTE PARLAMENT“

EESTI MAATURISMI ÜHING

POMORZE ARENGUAGENTUUR

LOMALAIDUN RY

KAGU-SOOME RAKENDUSKÕRGKOOL - XAMK

KOOSTANUD JA KUJUNDANUD: HUBERT GONERA & NICLAS FJELLSTRÖM