

Interreg
Baltic Sea Region



Co-funded by
the European Union



RESILIENT ECONOMIES AND COMMUNITIES

BASCIL

BASCIL PROJEKTI TULEMUSED

SILJA LEHTPUU, PROJEKTI KOORDINATOR

AGROTURISMI SEMINAR 11.12.2025

silja.lehtpuu@epkk.ee; silja@maaturism.ee

BASCIL EESMÄRGID

Mitmekesistada maapiirkondades kohalike toidutootjate äritegevust toiduturismi valdkonnas:

- muutuda sõltumatumaks pikkadest ja tänapäeval üha hapramatest tarneahelatest;
- parandada majanduslikku tulemuslikkust, kuna lühemad tarneahelad on tootjale enamasti tulusamad;
- luua uued võimalused koostööks teiste kohalik toidusüsteemi ettevõtete ja võrgustikega, pakkudes lõpptarbijatele suuremat väärtust.

15 organisatsiooni 8 riigist: Rootsi, Eesti, Soome, Läti, Leedu, Norra, Saksamaa, Poola

Elluviimine 2023-2025, 3 aastat



BASCIL TEGEVUSSUUNAD

Praktilised meetodid ja tööriistad toiduturismi teenuste disainiks ettevõtte tasandi innovatsiooni toetamiseks. Arvesse võetakse külastajate spetsiifilisi vajadusi ja ootusi pandeemiajärgsel ajal (teenused väiksematele perede või sõpruskondade gruppidele, suurem tähelepanu kohalikele külastajatele või lähiturgude turistidele jne).

Talutuurid, toidu õpitoad, degustatsioonid, pop-up kohvikud, talurestoranid, kohaliku toidu kingi- ja degustatsioonipakid, müügipunktid ettevõttes jne.

<https://maaturism.ee/index.php?id=tulemus-ed-materjalid>

**Praktiline teejuht toiduturismi
teenuste kujundamiseks.
Loodud kohalike Läänemere
piirkonna toidutootjate poolt**



Interreg
Baltic Sea Region

Co-funded by
the European Union

RESILIENT ECONOMIES AND COMMUNITIES
BASCIL

BASCIL TEGEVUSSUUNAD

Praktilised meetodid ja tööriistad ühiste toiduturismi marsruutide ja -toodete edukaks turundamiseks kohalike, regionaalsete või temaatiliste toidumarsruutide vormis.

Fookuses olid innovaatilised lahendused potentsiaalsete külastajateni jõudmiseks, nii traditsiooniliste kui ka digitaalsete formaatide kasutamine: toidusündmused ja festivalid, turundus- ja meediakampaaniad, konkursid, piirkondlikud „signatuurtooted“, „toidusaadikud“ jne).

<https://maaturism.ee/index.php?id=tulemused-materjalid>



BASCIL TULEMUSED ARVUDES

Ca 80 toidutootjat testisid uusi või uuendatud toiduturismi teenuseid ja elamusi 2024 hooajal

Ca 90% neist leidsid, et see tõi neile majanduslikku tulu, ca 93% jätkab toiduturismiga



Loodi või uuendati 12 regionaalset toiduturismi marsruuti, testiti erinevaid turunduslahendusi

Eestist osales 11 ettevõtet ja 2 toiduvõrgustikku:

Jõgevamaa Katab Laua ja Eesti Veinitee

Keskmiselt oli igas ettevõttes testperioodil 180 külastajat (3-6 kuud)

Kokku oli ettevõtetes testperioodi jooksul ca 12500 külastajat

BASCIL TEGEVUSSUUNAD

2

Sisukord

Eessõna - meie lähenemine 3

Läänemere piirkonna toiduturismile aluse loomine 6

Mis on ärimudeli lõuend ja miks me seda kasutame? 10

Kliendisegmendid: kes on toiduturist? 14

Kliendisuhted - olemasolevad ja uued kliendid 18

Milliseid toiduturismi elamusi saate pakkuda? 25

Kulude arvestus 34

Piloteerimise tulemused ettevõtte tasemel 37



TOIDUTURISMI TRENDID

- World Food Tourism Association: Toiduturism on reisimine eesmärgiga kogeda sihtkoha olemust läbi kohalike maitsete.
- WFTA andmetel enam kui pool puhkusereisijatest on toiduturistid.
- 2023.aastal läbiviidud uuringus 83% vastajatest nõustus, et kohalike toitude proovimine on enimoodatud osa reisimisest
- „We do not want to sit in a cafe or restaurant that looks like one where we came from, being offered food and drinks that look and taste like ones we can get at home“



The World Food Travel Association: worldfoodtravel.org

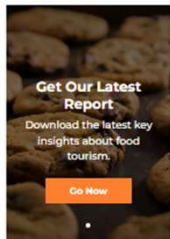
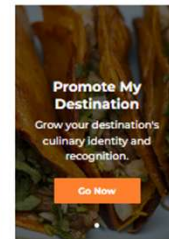
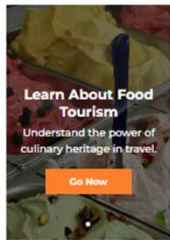
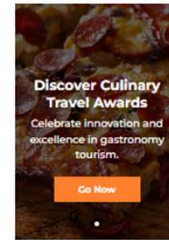


Destinations & Businesses ...

Thrive with Culinary Tourism

We're the pioneers in culinary tourism. Since 2001, we've led the global movement that unites food and travel.

With unmatched expertise and deep industry insight, we help destinations and businesses harness the power of gastronomy to grow sustainably, stand out globally, and create lasting impact.

 Explore our Culinary Capitals Discover destinations certified for their culinary culture and heritage. Go Now	 Get Our Latest Report Download the latest key insights about food tourism. Go Now	 Promote My Destination Grow your destination's culinary identity and recognition. Go Now
 Start Your Professional Training Learn skills to grow your food or tourism business. Go Now	 Learn About Food Tourism Understand the power of culinary heritage in travel. Go Now	 Order Our Newest Book Your do-it-yourself guide to building and promoting a culinary destination. Order Now
 United by Taste of Place Support global food cultures and local culinary heritage heroes. Learn More	 Become a Local Voice Be your region's voice for culinary heritage. Go Now	 Discover Culinary Travel Awards Celebrate innovation and excellence in gastronomy tourism. Go Now

LÄÄNEMERE PIIRKONNA TRENDID TOIDUTURISMI PAKKUMISES

- Kohalikud käsitööna valmivad tooted
- Suurem kohalike jookide pakkumine: siider, vein, puuviljavein, napsud, käsitööõlu
- Vanade autentsete retseptide taasavastamine
- Kasvav huvi mahetoodete ja –tootmise vastu
- Kohaliku ajaloo ja kultuuri sidumine toiduteemadega



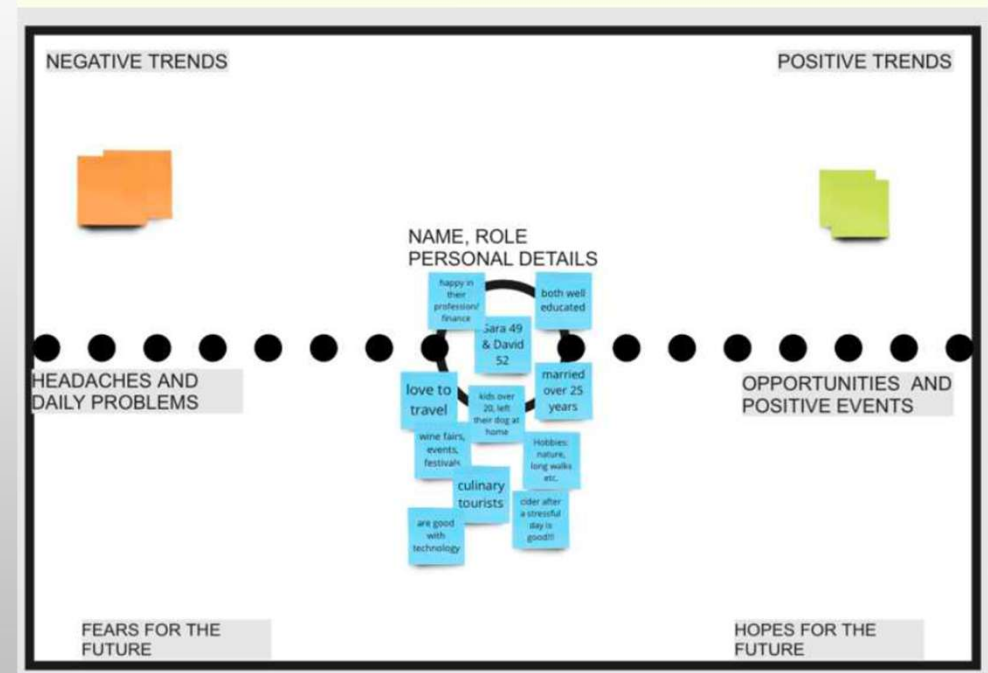
CANVAS ÄRIMUDEL

Äriplaan ühel lehel.		(idee nimi), meeskond:	
[8] Millised olulisemad partnerid aitavad teil äri teha? Kellega teeme koostööd ja mida neilt saame / vastu pakume?	[6] Millised olulisemad tegevused hoiavad meie äri käimas? Mida on vaja teha, et saaksime klientidele väärtust pakkuda?	[1] Müügist väärtust me kliendile pakume ja miks see hea on? Miks on meie teenus klientide kasulik? Millised kliendi probleemse see lahendab?	[4] Kuidas loome ja hoiame suhteid klientidega? Millised suhted ühe kliendigrupi meil ootab? Millised on tema eelistused?
	[7] Milliseid olulisemaid vahendeid vajame äri käimas hoidmiseks? Mida vajame tootmiseks, teenindamiseks ja enda ärimudel toimimiseks?		[3] Kuidas teenus klientideni jõuab? Kuidas nad Sinu teenusele jõuavad? Kuidas nad seda ostavad ja kätte saavad?
(toetamine, projektisarnane lähenemine, kontaktid)	(varustus, ennatähtaegne arveldamine, võlgnevused)	(võimalikud, vastupidavus, aktsioon, kanal, tulevik või mõiste vahendamine, kättesaadavus, kasutamise viisid)	(arvestatavate riskide, väärteadmiste, vili, rakenduskompetents, ajakohsus)
[9] Mille jaoks raha kulub? Millised tegevused, vahendid ja ressursid on kõige kulumad? Kas meie äri kehtendub kulude minimeerimisele või väärtuste maksimeerimisele? Kas meie tulud katavad kulused?	[5] kust raha tuleb? Kuidas raha saame? Millise väärtuse eest on klientid valmis makama? Kui palju nad maksavad?		
(Mehhanismid - jõuduvad [ajal, meet], muundatakse [klientidele] bula-iga [ühiku parat], välistamine [vajadus mõju hõlmata]	(Tulu tülid: vara müük, rentimine, tellenemine, tähtsustamine, meeleharjutus) reklaam Hinnapoliitika: põhiline hinnakiri, suure sisseostu eel-klientidegruppidele (tulu) või alampiirline hind (tähtsustamine, turu rõhuline digi)		



KES ON TOIDUTURIST- PERSONA ANALÜÜS

- Loo ja kirjelda väljamõeldud tegelast, keda kasutad enda kujuteldava kliendina
- Anna talle nimi, määra tema vanus, perekonnaseis, elukoht, haridus, huvialad, motivatsiooni- ja inspiratsiooniallikad
- Millised on tema eesmärgid töö- ja eraelus
- Mis teda välismaailma trendidest huvitab, milliseid uusi tehnoloogiaid ta kasutab
- Ole oma mõttemängus julge, kuid ära leiuta fakte
- Astu tema kingadesse ja vaata oma ettevõtet, teenusepakkumist ja kliendisuhteid tema vaatepunktist. Mida sa näed?
- Pane kõik kirja
- Analüüsi, kuidas talle edukalt läheneda ja tema usaldus võita. Millised minu poolt pakutavad lahendused talle võiks meeldida? Milliseid sõnumeid talle peaks edastama?
- Kas ettevõtte väärtuspakkumine vastab tema vajadustele ja ootustele?



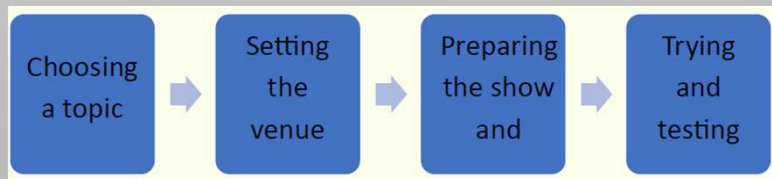
KLIENDISUHTED

- Milline on Sinu lugu oma toodetest, teenustest, ettevõttest, teist endist?
- Kuidas seda lugu külastajatele esitada erinevat tüüpi klientidele- mis on sõnum?
- Mis kanalitest te oma kliendid üles leiate.
Neljakümneaastane on tõenäoliselt Facebookis või Instagramis, samas kui kahekümneaastane võib olla Twitteris või TikTokis
- Meedia huvi ära kasutamine
- Hea kvaliteediga fotod ja videod on üliolulised!
- Tekstid- mis on olulised märksõnad ja kõige tähtsam info?
Vältida pikki tekste
- Kuidas olla nähtav oma piirkonnas- turismiinfo, hotellid, kohalikud poed, toiduga seotud sündmused jne
- Kas on võimalusi koostööks reisifirmadega?



TOIDUTURISMI ELAMUSED

- Teema valik- toidutooted, loomad, linnud, taimed, maastik jne
- Autentsus ja kohalikkus, võimalus kuulda teie lugu
- Toimumiskoha valik, sh. kuidas jõuda kohale, parkimine, tualett, foto/video taust, suveniiride/toodete kaasaost, makseviis jne
- Esitluse ja personali ettevalmistamine (riietus, visuaalne identiteet, ruumide puhtus jne)
- Proovimine ja testimine



KULUDE ARVESTUS

- Muutuvkulud: personalikulu, toodete kulu, turunduskulu, jne
- Püsikulud: turundusvahendite loomine (veebileht, logo jne), investeeringud ruumidesse ja ümbruskonda, ruumide kommunaalkulud ja üür
- Alternatiivsed kulud: enda tööaeg, ruumide kasutusest muuks otstarbeks saamata jäänud tulu

TULUDE ARVESTUS

- Küllastajate vastuvõtmisest saadav tulu
- Täiendav tulu toodete müügist kohapeal
- Täiendav tulu järelmüügist, näiteks e-poe kaudu



MINIPAKETT: „VEINIPAUS UUE-SAALUSEL“

Lühike, kuid meelde jääv elamus käsitööveinidest

Kestus: 1,5 tundi | **Hind:** 17 €/inimene (miinimumtasu 102 €)

Loe edasi



STANDARDPAKETT: „KUIDAS ELAD, VÄIKE VEINITALU?“

Tõeline veinitalu-elamus – tuur, maitset ja lood

Kestus: 2 tundi | **Hind:** 22 €/inimene (miinimumtasu 132 €)

Loe edasi



PREMIUM-PAKETT : „LUKSUSLIK RÄNNAK KÄSITÖÖVEINIDE MAAILMA“

Eksklusiivne elamus neile, kes hindavad maitset, mangu ja meelde jäävaid hetki

Kestus: ca 2,5 tundi | **Hind:** alates 27 €/inimene (miinimumtasu 162 €)

Loe edasi



ROMANTILINE VEINITUUR KAHELE

Privaatne elamus veinide, looduse ja teineteise seltsis

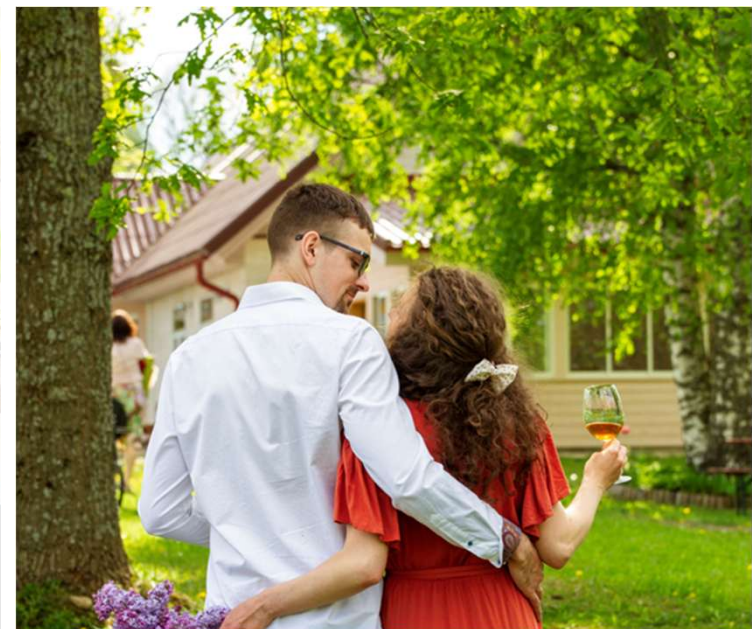
Hind: 120 € / paar

Loe edasi

UUE-SAALUSE VEINITALU

uuesaaluseveinitalu.ee

- SELGEMA SISUGA PAKETID
- TEENUSTE KÕRGEM KVALITEET
- TUGEVAM BRÄND
- VÕIMALIK PAREMINI TURUNDADA
- KVALITEETSED FOTOD



VALGEJÕE VEINIVILLA, veinivilla.ee

Kategooriad

Kõik

Kursused & koolitused

Degusteerimised

Toiduelamused

Grupikülastused

VEINIPOOD →



Kooskookamine: Suitsupardi Söömaaeg

Tule ja avasta maitseid koos sõpradega Valgejõe Veinivilla kokandusõhtul! Meie ühiskookamine on ideaalne võimalus veeta aega, õppida uusi kokkamisoskusi ja nautida head seltskonda....

Hind: 100 eurot kahele, iga järgnev osaleja +50 eurot



Kooskookamine: Vegan-Söömaaeg

Tule ja avasta maitseid koos sõpradega Valgejõe Veinivilla kokandusõhtul! Meie ühiskookamine on ideaalne võimalus veeta aega, õppida uusi kokkamisoskusi ja nautida head seltskonda....

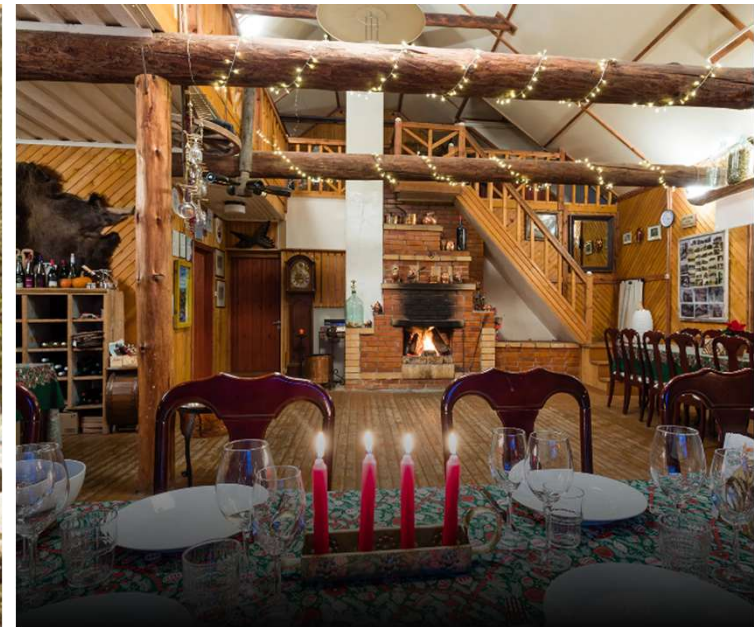
Hind: 100 eurot kahele, iga järgnev osaleja +50 eurot



Kooskookamine: Suitsukala Söömaaeg

Tule ja avasta maitseid koos sõradega Valgejõe Veinivilla kokandusõhtul! Meie ühiskookamine on ideaalne võimalus veeta aega, õppida uusi kokkamisoskusi ja nautida head seltskonda....

Hind: 100 eurot kahele, iga järgnev osaleja +50 eurot



Uued ja parendatud toiduturismi marsruudid:

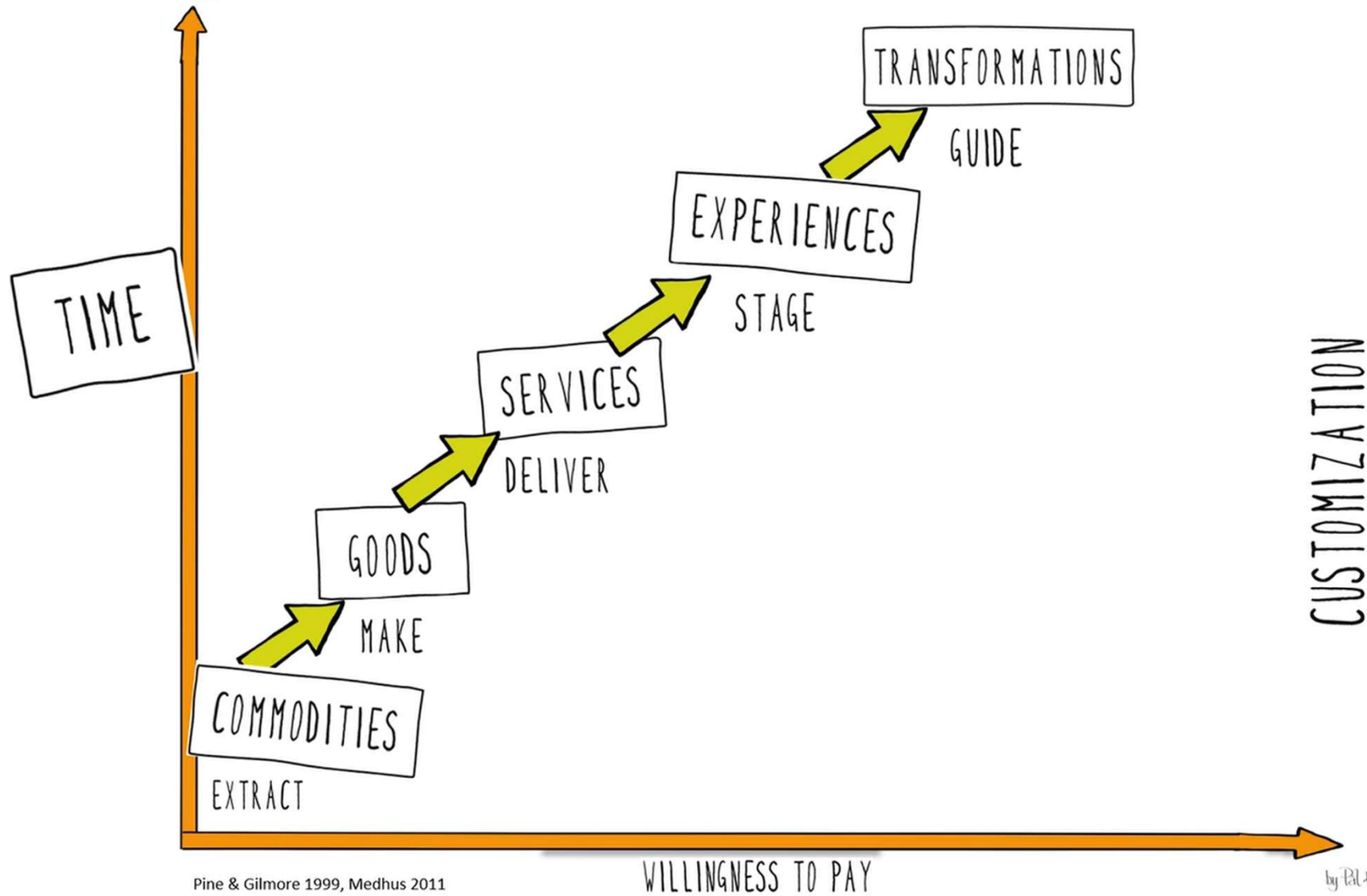
Eesti Veinitee www.veinitee.ee

Timeless flavours: A Culinary Journey through Central Lithuania countryside.lt/route/

Latvian Cider Route www.celotajs.lv/ciderroute

Pomorskie Taste pomorskie-prestige.eu/en/category/bascil/

Manufaktouren-MV www.manufaktouren-mv.de/en/



Pine & Gilmore 1999, Medhus 2011

by Pål K. Medhus







**PELGALT SOOV MIDAGI
MUUTA EI OLE PIISAV —
TULEB MIDAGI PÄRISELT
TEHA!**