

Kansainvälisesti kasvava kesä Ruka-Kuusamon alueella

MYRS 20.10.2022 § 143

6/04.03.01/2022

Asian esittely

Vastuuviranomainen: Pohjois-Pohjanmaan liitto

Tavoiteohjelma: Kestävää kasvua ja työtä 2014–2020 Suomen rakennerahasto-ohjelma.

Toimintalinja ja hallinnonala: TL 2/ TEM

Erityistavoite: 2.1

Hakemusnumero: 311731

Hakija: Koillis-Suomen kehittämissyhtiö Naturpolis Oy

Osahakija: Ruka Kuusamon Matkailu ry

Toteutusaika: 1.9.2022–31.8.2023

Toteuttamisalue: Kuusamo ja Taivalkoski

Hankekuvaus (tarve, tavoitteet, toimenpiteet):

Ruka-Kuusamon alueella on viime vuosina panostettu vahvasti lentoyhteyksien kehittämiseen sekä matkanjärjestäjä- ja vaikuttajayhteistyöhön. Kesämatkailu on korona-aikana kehittynyt alueella suotuisaan suuntaan, mutta lähinnä kotimaisten asiakkaiden keskuudessa. Sen sijaan kansainvälisten asiakkaiden osuus kesämatkailussa on edelleen vähäinen. Muissa Pohjoismaissa on onnistuttu kesän markkinoinnissa ja kansainvälisten asiakkaiden tavoittamisessa selkeästi Suomea paremmin. Kesämatkailun kansainvälistymisen edistämiseksi on tarve sen vuoksi selvittää ja vertailla Pohjoismaisten valikoitujen destinaatioiden kesämatkailua.

Hankkeessa päätavoite on matkailuviennin kehittäminen ja vientiä tukevan markkinatiedon kerääminen. Näihin tavoitteisiin pyritään olemassa olevien matkanjärjestäjäkontaktien edelleen sitouttamisella sekä uusien yhteyksien ja kohderyhmien löytämisellä kansainvälisiltä markkinoilta. Erityisesti kesäkauteen ja perhematkailuun liittyen on tarve kerätä markkinatietoa uusista kohderyhmistä ja markkina-alueista.

Arktisen kesämatkailun mahdollisuuksien kehittämiseksi tavoitteena on hyvien käytäntöjen ja lisätiedon löytäminen kesämatkailun kehittämisessä pidemmällä olevilta Pohjoismaiden verrokkialueilta. Uudet kohderyhmät ja markkina-alueet edellyttävät uusiutumista myös matkailumarkkinoinnin sisällöiltä. Hankkeen aikana Ruka-Kuusamo -alueesta informaatiota tarjoavien somekanavien (Facebook ja Instagram) sisältösuunnitelmaa tarkastellaan ja testataan uusille kohderyhmille ja -alueille erityisesti kesämatkailun näkökulmasta. Testaamisen tulosten perusteella

arvioidaan myös mahdollisten uusien somekanavien käyttöönottoa. Tavoitteena on myös löytää uusia matkanjärjestäjäkontakteja.

Hankkeen toimenpiteet jakautuvat kahteen työpakettiin:

TP1: Markkinatiedon kerääminen

Työpaketissa toteutetaan asiantuntijapalveluhankintana kohderyhmäkartoitus kansainvälisiin perhematkailijakohderyhmiin liittyen sekä selvitetään Pohjoismaisten valikoitujen destinaatioiden kesämatkailun rakennetta ja kesämatkailun edistämiseksi tehtyjä toimenpiteitä sekä kartoitetaan soveltuvia markkina-alueita ja niillä toimivia kansainvälisiä matkanjärjestäjiä.

Kesämatkailun mahdollisuuksien kehittämiseksi haetaan hyviä käytäntöjä ja lisätietoa Pohjoismaiden verrokialueilta. Kun löydetään kiinnostavia tuloksia ja alueita, joihin kannattaa tutustua tarkemmin, toteutetaan benchmarking-matkat näihin kohteisiin

TP2: Matkailuviennin kehittäminen

Työpaketissa vahvistetaan matkailuviennin mahdollistavia verkostoja ja yhteistyötä sekä suunnitellaan ja testataan alueen tunnettuutta lisääviä toimenpiteitä.

Fam tripit eli matkanjärjestäjien tutustumismatkat mahdollistavat matkanjärjestäjien yhteyshenkilöiden pääsyn paikan päällä tutustumaan alueen matkailutarjontaan, fyysisiin puitteisiin sekä paikallisiin yrittäjiin. Näin he tulevat tuntemaan alueen mahdollisuudet paremmin ja pystyvät myöskin markkinoimaan sitä asiakasryhmilleen paremmin. Matkanjärjestäjien tutustumismatkojen tarkoitus on tehdä edelleen tunnetuksi Ruka-Kuusamon ja Taivalkosken lumetonta vuodenaikaa.

Hankkeen aikana haetaan tavoitteellisesti uusia kohderyhmiä ja markkina-alueita, joten myös uusia matkanjärjestäjäkontakteja tarvitaan näiden tavoittamiseksi. Sitä varten osallistutaan kansainvälisiin markkinointitilaisuuksiin, virtuaali- tai paikan päällä oleviin työpajoihin tai vastaaviin tilaisuuksiin.

Vaikuttajamarkkinoinnilla pystytään lisäämään alueen tunnettuutta sekä houkuttelevuutta suoraan loppukuluttajien keskuudessa, mikä on nykyaikainen, joustava sekä kustannustehokas tapa toteuttaa matkailumarkkinointia. Hankkeen toimenpiteenä järjestetään myös vaikuttajamatkoja, joiden avulla kansainväliset sosiaalisen median vaikuttajat tuovat matkakohdetta esille laajalle yleisölle.

Kokonaiskustannusarvio (€):

Henkilöstökustannukset: 101 815

Ostopalvelut: 173 200

Matkakustannukset:

Kone- ja laitehankinnat:

Muut kustannukset:

Välilliset kustannukset: 24 437

Kustannukset yhteensä: 299 452

Kokonaisrahoitus suunnitelma (€):

Haettu EAKR- ja valtion rahoitus:	209 616
Kuntien rahoitus:	66 243
Muu julkinen rahoitus:	
Yksityinen rahoitus:	23 593
Rahoitus yhteensä:	299 452

Hankearviointi, pisteet: 36/ 55

Maakuntaohjelman kehittämisteema: KT 1A

Valmistelija: Aki Lappalainen, 040-502 1851

Eesitys

Maakunnan yhteistyöryhmän sihteeristö puoltaa hanketta rahoitettavaksi Kestävää kasvua ja työtä 2014–2020 Suomen rakennerahasto-ohjelmasta.

Päätös

Päätösesitys hyväksyttiin.