

MYRS 23.05.2023 § 82

21/04.03.01/2023

Asian esittely

Vastuuviranomainen: Pohjois-Pohjanmaan liitto

Tavoiteohjelma: Uudistuva ja osaava Suomi alue- ja rakennepolitiikan ohjelma

Toimintalinja ja hallinnonala: TL 1/ TEM

Erityistavoite: 1.3

Hakemusnumero: 402101, 402104, 402105, 402106, 402107 ja 402135

Hakija: Koillis-Suomen kehittämissyhtiö Naturpolis Oy

Osahakija: Sallan kunta (Lappi), Sotkamon kunta (Kainuu), Ruka-Kuusamo Matkailu ry., Suomussalmen kunta (Kainuu) ja Pudasjärven Kehitys Oy

Toteutusaika: 1.6.2023 – 31.5.2026

Toteuttamisalue: Kuusamo, Taivalkoski, Pudasjärvi, Salla, Sotkamon ja Suomussalmi.

Hankekuvaus (tarve, tavoitteet, toimenpiteet):

Kansainvälisten matkailijoiden osuus Kuusamon lentokentän vaikutusalueella on pääosin vielä matala, etenkin lumettomaan aikaan. Myös talvisesonkiin mahtuu jaksoja, jolloin majoitus- ja lentokapasiteetti ovat selvällä vajaan käytöllä. Ympärivuotisuus on edelleen haasteena alueen kansainvälisessä matkailussa. Kansainvälisen matkailun kehittäminen ja sesonkien laajentaminen vaatii hankealueelta kykyä tavoittaa uusia kohderyhmiä, jotka voivat pidentää sesonkeja ja lisätä ympärivuotista kysyntää. Uusien kohderyhmien tavoittamisen lisäksi on varmistettava siitä, että alueella on tarjota kohderyhmien tarpeita vastaavia matkailutuotteita. Uusissa tuotteissa huomioitavat kestävyysarvot lisäävät alueen vastuullista matkailutoimintaa.

Tunnistettujen kohderyhmien takia hankealueella on tarpeellista tuottaa uutta markkinointimateriaalia, toteuttaa kohdistettua aluemarkkinointia sekä kehittää matkanjärjestäjäyhteyksiä ja tuotteita. Matkailun vastuullisuus otetaan huomioon läpileikkaavana teemana.

Kun tavoitellaan kansainvälisiä matkailijoita, on monikanavainen näkyvyys digikanavissa erittäin tärkeää. Toimivimmat digitaaliset kanavat vaihtelevat markkinoittain ja kohderyhmittäin. Digikanavien globaali kehitys tarjoaa hankealueen destinaatioille mahdollisuuden kilpailla tasaveroisesti kansainvälisessä toimijakentässä, kunhan kanavat, strategiat ja osaaminen ovat kunnossa.

Näkyvyyden ja löydettävyyden parantamisen lisäksi olemassa olevan tiedon keräys ja hyödyntäminen on tiedolla johtamisen kannalta oleellista.

Hankkeen päätavoitteena on Kuusamon lentokentän vaikutusalueen kansainvälisen matkailun ympärivuotisuuden kehittäminen, viipymien pidentäminen ja sesonkivaihteluiden tasaaminen. Toteutuessaan nämä kaikki asiat tukevat alueen matkailun kestävästä kehittämisestä. Matalan sesongin aika vaihtelee alueiden välillä, joten kehittämistoimet ajoittuvat hieman eri vuodenaikoihin riippuen alueesta.

Hankkeen aikana kehitetään matkailun uusia liiketoimintamuotoja järjestämällä teemallisia tuotteistamisen työpajakokonaisuuksia sekä benchmark-matkoja Eurooppaan kohdistuen. Toimenpiteiden tavoitteena on kehittää uusia kv-kohderyhmiä tavoitettavia tuotteita sekä syventää kohderyhmäymmärrystä. Uusien kansainvälisen kohderyhmien tavoittamista ja tuotetarjonnan kehittämistä seurataan hankeaikana.

Uusien liiketoimintamahdollisuuksien kehittämisessä huomioidaan läpileikkaavasti vastuullisen matkailun tavoitteet. Lisäksi destinaatioissa käynnissä oleva vastuullisuus- sekä Sustainable Travel Finland -työ jatkuvat, uusien vastuullisuussertifikaattien määrä yrityksissä kasvaa ja aiempia sertifikaatteja ylläpidetään.

Osatoteuttajat toteuttavat hankkeessa aluemarkkinointikampanjoita, Fam trippejä sekä media- ja vaikuttajamatkoja. Niiden myötä alueen tunnettuus kansainvälisten kohderyhmien keskuudessa kasvaa. Markkinointitoimenpiteet voidaan toteuttaa joko yksin tai yhdessä toisten osatoteuttajien/ yhteistyökumppaneiden kanssa (esim. matkanjärjestäjä, Visit Finland).

Digitaalisen saavutettavuuden ja tiedolla johtamisen osalta hankkeen konkreettiset tavoitteet vaihtelevat aluekohtaisesti. Osatoteuttajien lähtökohdat ovat keskenään hyvin erilaiset, jolloin digi-kehittämisessä otetaan huomioon kunkin alueen erityistarpeet. Hankkeen aikana alueella otetaan käyttöön uusia digitaalisia kanavia (esim. uusi some-kanava, OTA-kanava) sekä tiedolla johtamisen alustoja ja jalkautetaan niiden käyttöön liittyviä prosesseja ja strategioita (esim. työpajat).

Fyysisen saavutettavuuden osalta hankkeessa tavoitellaan suoraa reittilentoa (1-2 kpl) sekä charter-lentosarjaa (2-3 kpl) touko-lokakuussa Euroopasta Kuusamoon. Lisäksi hankkeessa perustetaan sidosryhmiä kokoava kehittämisfoorumi saavutettavuuden kehittämiseksi matkailijan näkökulmasta katsottuna (lennot, junat, bussit jne.).

Operatiivisten toimien lisäksi hankkeen keskeinen tavoite on hankepartnereiden ja -alueen yhteistyön syventäminen sekä ylimaakunnallisen yhteistyön vaaliminen matkailutoimialaan liittyen.

Matkailun kehittämisen näkökulmasta katsottuna hankkeessa on mukana uusia kohderyhmiä kansainvälisen aluemarkkinoinnin kohteena, mm. special interest -ryhmiä (esim. pyöräilijät, luontokuvaajat), perheet, etätyötä ja lomaa yhdistävät kohderyhmät (workation) sekä sesonkien ulkopuolella matkustavia kohderyhmiä (esim. seniorit). Lisäksi uutuusarvoa tuovat tuotteistamisen myötä syntyvät uudet, vastuulliset matkailutuotteet, jotka monipuolistavat hankealueen palvelutarjontaa kiinnostavalla ja kestäväällä tavalla. Tuotteistamiseen haetaan syventäviä ideoita ja parhaita käytänteitä myös eurooppalaisten kohteiden benchmarkkauksella.

Aluemarkkinointikampanjojen, fam trippien, media-/vaikuttajamatkojen ja muiden tunnettuutta lisäävien toimenpiteiden myötä alueen näkyvyys ja tunnettuus kv-kohderyhmien keskuudessa kasvaa. Tämä ruokkii kv-matkailijoiden matkustushalukkuutta sekä matkustusmahdollisuuksia laajentuneiden matkanjärjestäjäyhteistöiden myötä.

Digitaalisen kehittämisen osalta alueella tullaan tekemään uudenlainen some-kanavien ja muiden digitaalisten kanavien haltuunotto, minkä kautta destinaatioiden näkyvyys digitaalisissa kanavissa

nousee uudelle tasolle. Tämä puolestaan mahdollistaa entistä tehokkaamman kohderyhmien tavoittamisen ja tehokkaan viestien välittämisen.

Tiedolla johtamisen kehitysaskleet mahdollistavat destinaatioissa tarkoituksenmukaisemman päätöksenteon ja ennakoinnin, kun päätöksiä ohjaa vahvemmin tieto, prosessit sekä strategiat.

Hankkeen toimenpiteet on jaettu työpaketteihin seuraavasti:

TP1 Kestävän ympärivuotisuuden kehittäminen kv-markkinoille

TP 1.1 Matkailun uudet liiketoimintamahdollisuudet

Hankkeen osatoteuttajat järjestävät alueellaan koko hankealueen matkailutoimijoille avoimen teemallisen työpajakokonaisuuden, joiden teemat sovitaan kunkin alueen tarpeiden mukaisesti huomioiden erilaiset special interest -kohderyhmät (esim. pyöräily, luontokuvaus, workation, vesistöjen tuotteistaminen). Tuotteistamisessa huomioidaan läpileikkaavasti vastuullisen ja kestävän matkailun tavoitteet. Hankkeen osatoteuttajat järjestävät hankeaikana myös teemallisia benchmarking-matkoja valittuihin kohteisiin Euroopassa. Kohteet valitaan teemakohtaisesti siten, että kullakin matkalla voidaan syventää tuote- ja kohderyhmäymmärrystä, verkostoitua matkailuyrityksiin ja -toimijoihin sekä oppia parhaita käytänteitä.

TP 1.2 Markkinointi ja alueen tunnettuuden vahvistaminen

Kestävän ympärivuotisuuden vahvistamiseksi alueen tunnettuutta vahvistetaan. Uusien kohderyhmien tavoittamiseksi on tarve tuottaa uudenlaista puhuttelevaa markkinointimateriaalia. Materiaalia tullaan käyttämään aluemarkkinointikampanjoissa, joita toteutetaan yhdessä matkanjärjestäjien kanssa tai suoraan kuluttajille kohdistuen. Lisäksi toteutetaan media- ja vaikuttajamatkoja. Markkinointimatkat Euroopassa sekä FAM tripit edesauttavat alueen tunnettuuden lisääntymistä matkanjärjestäjien keskuudessa. Alueen tunnettuutta edistävää työtä tehdään yhdessä Visit Finlandin tai matkanjärjestäjien kanssa. Tunnettuuden vahvistamisessa kestävän matkailun huomioiminen läpileikkaavasti kaikessa tekemisessä on keskeistä.

TP 2 Digitaalinen ja fyysinen saavutettavuus

TP 2.1 Digitaalinen saavutettavuus ja tiedolla johtaminen

Keskeisiä toimia ovat:

- Tiedolla johtamisen prosessikuvaukset ja raportointityökalut matkailualueilla
- Olemassa olevien ja uusien some-kanavien analyysi sekä valittujen kanavien strategia, vuosikello ja sisällöntuotto:
- Visit Finlandin DataHubin jalkautus
- OTA-kanavasunnittelu (online travel agency) aluetta parhaiten palvelevien kanavien löytämiseksi ja niiden hyödyntämiseksi mahdollisimman tehokkaasti
- Digitaalisten kanavien sisällöntuotto

TP 2.2 Fyysinen saavutettavuus ja matkaketjut

Lentoliikenteen osalta kesän reitti- ja charteryhteyksiä kehitetään käymällä aktiivista keskustelua Finnairin ja potentiaalisten reitti- sekä chartertoimijoiden kanssa. Markkinointimatkat, FAM tripit, media- ja vaikuttajamatkat sekä markkinointikampanjat tukevat kesän lentoliikenneyhteyksien kehittämistä keskeisellä tavalla. Lentoyhteyksien kehittämisessä keskiössä on Kuusamon lentoasema. Myös muiden lähietäisyydellä sijaitsevien lentoasemien (Rovaniemi, Oulu ja Kajaani) tarjoamia mahdollisuuksia seurataan hankkeen aikana. Hankkeessa pidetään yhteyttä Lentoliikenteen tulevaisuus Pohjois-Suomessa -hankkeeseen ja huomioidaan sen tekemät toimenpiteet synergiaedun löytämiseksi lentoliikenteen kehittämisessä.

Maaliikenneyhteyksien osalta hankkeessa avataan keskustelu juna- ja linja-autoliikennöitsijöiden sekä julkisten toimijoiden kanssa julkisen liikenteen matkaketjujen kehittämiseksi kv-matkailijalle sopivammiksi. Tämän ns. saavutettavuusfoorumin toiminnassa huomioidaan myös liitännäisyhteydet eri lentoasemilta sekä juna-asemilta hankealueen destinaatioihin. Yhteyksien kehittämisen lisäksi oleellista on matkailijoiden tiedonsaannin ja tietoisuuden parantaminen olemassa olevia kanavia hyödyntäen. Hanke kehittää maaliikenneyhteyksien toimivuutta myös osallistumalla yhteistyöhön Lapin yliopiston, VTT:n ja Matkahuollon hankkeiden kanssa (esim. FitMe-hanke), jossa pilotoidaan matkaketjuihin liittyviä digitaalisia alustoja.

Kokonaiskustannusarvio (€):

Henkilöstökustannukset:	1 472 283
Ostopalvelut:	1 306 500
Matkakustannukset:	120 500
Kone- ja laitehankinnat:	
Muut kustannukset:	
Välilliset kustannukset:	340 802
Kustannukset yhteensä:	3 240 085

Kokonaisrahoitussuunnitelma (€):

Haettu EAKR- ja valtion rahoitus: 2 592 069

(P-P 1 498 580, Kainuu 713 226. Lappi 380 263)

Kuntien rahoitus: 483 519

Muu julkinen rahoitus:

Yksityinen rahoitus: 164 497

Rahoitus yhteensä: 3 240 085

Hankearviointi, pisteet:43/ 62

Maakuntaohjelman kehittämisteema: KT 3 A

Valmistelija: Aki Lappalainen, 040-502 1851

Eesitys

Pohjois-Pohjanmaan liitto esittää:

Maakunnan yhteistyöryhmän sihteeristö puoltaa hanketta rahoitettavaksi Uudistuva ja osaava Suomi 2021-2027 alue- ja rakennepolitiikan ohjelmasta. MYR:lle esitetään, että se antaa hankkeesta myönteisen lausunnon.

Päätösesityksen perustelut:

Hanke tukee kansainvälisen matkailun kasvua vahvistamalla kansainvälistymis- ja markkinointivalmiuksia, digitalisaation hyödyntämistä sekä alueellista yhteistyötä.

Hanke on Pohjois-Pohjanmaan matkailustrategian, Kainuun kärkitoimialaohjelman ja Lapin matkailustrategian mukainen.

Päätös

Päätösesitys hyväksyttiin.