

HANKEARVIOINTILOMAKE

MAAKUNNAN KEHITTÄMISRAHA KAINUUN LIITO BUDJETTIVARAT 

Hanketimin käsittelypäivä: 12.12.2016

Hankkeen arvioija/pvm: Heikki Immonen 12.12.2016

Vastuuviranomainen:	Kainuun liitto
Hakijan nimi:	Kainuun Etu Oy
Hankkeen nimi:	Ostosmatkailun aktivointi Suomen raja-alueelta Kostamuksesta
Saapumispäivä/diaarinro	12.12.2016

Hankekuvaus:

Hankkeen toimenpiteet kohdentuvat venäläisiin kuluttajiin valikoitujen sähköisten kanavien kautta, erityisesti Kostamuksen alueella. Venäläisille suunnattu markkinointi käsittää kauppakeskittymien (Kajaani, Kuhmo, Suomussalmi, Sotkamo) sekä matkailukeskusten (Vuokatti, Ukkohalla-Paljakka, Oulujärvi, Wild Taiga) palvelujen markkinointia. Kohdeyhmänä on tätä kautta laaja joukko kainuulaisia kauppaliikkeitä sekä matkailupalvelualan yrityksiä (majoitusliikkeet, ravitsemusliikkeet, ohjelmapalveluyritykset). Tavoitteena on saada mukaan myös Venäjän puolelta matkatoimistoja toteuttamaan ostosmatkailupaketteja, jotka sisältävät teemoitettuja ostosmatkailukäyntejä, joihin on yhdistetty myös mahdollisesti tutustumiset / yöpyminen matkailukeskuksessa. Ostosmatkailun aktivointi Suomen raja-alueelta Kostamuksesta -hankkeen tavoitteina on:

- Yleistavoitteena on kasvattaa venäläistä ostosmatkailua Kainuuseen lisäämällä Kostamuksen alueen kuluttajien tietoisuutta Kainuun ja kainuulaisten liikkeiden tarjoamista mahdollisuuksista, pitäen samalla kostamukselaisten mielenkiintoa jatkuvasti yllä matkailullisessa mielessä Kainuuta kohtaan.
- Testata modernit sähköisen liiketoiminnan työkalut, jotka soveltuvat erityisesti Venäjän markkinaa kohdennettuun markkinointiin.
- Etsiä ratkaisuja logistisiin ongelmiin kostamukselaisten kuluttajien Kainuuseen pääsyn edistämiseksi.
- Markkinoida kainuulaisten matkailukeskusten (Ukkohalla-Paljakka, Vuokatti, Oulujärvi, Kajani, Wild Taiga) palveluita ostosmatkailijoille Venäjällä

Hankkeen tavoitteet:

Hakijan esitys:	Yhteensä	naiset	miehet	Valmistelijan esitys:	Yhteensä	naiset	miehet
Uudet työpaikat				Uudet työpaikat			
Uudet yritykset				Uudet yritykset			

Valmistelijan sanallinen arvio tavoitteista:

Hankkeessa kilpailutetaan asiantuntijataho, jonka johdolla lähdetään toteuttamaan markkinointitoimenpiteitä yhteistyössä yritysten kanssa. Hankeyritysten tuotteet ja palvelut kootaan visuaalisesti myyviksi tuotteiksi/palveluiksi. Tavoitteena on antaa tarjottavista kainuulaisista palveluista laadukas ja monipuolinen kuva. Tämän jälkeen hanke keskittyy hankeyritysten tuotteiden ja palveluiden markkinointiin kohdealueella:

- Digimarkkinointiin valitaan Venäjällä käytössä olevat kanavat (V-kontakte ym.)
- tuotteiden ja palveluiden esiintuomisessa hyödynnetään laadukasta, standardoitua konseptia
- kulkuyhteyksien edistämiseksi tehdään yhteistyötä venäläisten matkatoimistojen kanssa. Nykyisellään Matka-Moilanen sekä Venäjän puolella matkatoimisto Kotiranta ovat toteuttaneet ostosmatkailuun liittyviä kuljetuspalveluita, mutta niitä ei ole systemaattisesti paketoitu eikä markkinoitu.
- Kainuulaisten hankeyritysten kanssa suunnitellaan ja toteutetaan yhteisiä teemapohjaisia promotilaisuuksia Kostamuksesta suunnattujen ostosmatkojen yhteyteen. Tapahtumia markkinoidaan sähköisten kanavien kautta.
- Made in Kainuu -viestintähankkeen toimesta toteutetusta Made in Kainuu -kortista on tehty venäläisille suunnattu versio, jonka avulla nopeutetaan sähköisesti ostostapahtuman yhteydessä kirjattavan Tax-Free dokumentaation tekemistä. Made in Kainuu -korttia markkinoidaan laajalti ja sen avulla saatavan asiakasrekisterin kautta voidaan kohdentaa myös markkinointia venäläiselle kuluttajalle

Hankkeen toteutusaika: 12.12.2016-31.12.2017

Kustannusarvio (€):	Kokonais-kustannusarvio, haettu	Päätös-esitys	Rahoitussuunnitelma (€):	Kokonais-rahoitus, haettu	Päätös-esitys	%
1. Henkilöstökustannukset	3 000	3 000	Maakunnan kehittämisrah	77 000	77 000	70,00
2. Ostopalvelut	106 000	106 000				0,00
3. Matkakustannukset			Kuntarahoitus	2 000	2 000	1,82
4. Kone- ja laitehankinnat			Muu julkinen rahoitus			0,00
5. Rakennukset ja maa-alueet			Yksityinen rahoitus	31 000	31 000	28,18
6. Vuokratkustannukset			Tulorahoitus			0,00
7. Toimistokulut	1 000	1 000	RAHOITUS YHTEENSÄ	110 000	110 000	100,00
8. Muut kustannukset						
9. Luontoissuoritukset						
KUSTANNUKSET YHTEENSÄ	110 000	110 000				
10. Tulot						
NETTOKUSTANNUKSET	110 000	110 000				

Maakuntaohjelman luokitus: 1.1.1.1

Kohdealue: Kainuu

Tasa-arvo vaikutukset: On Ei Ympäristövaikutukset: Haitallinen Neutraali Vähäinen myönteinen Merkittävä myönteinen Käsitellään: MYR sihteeristö kirjallinen
Maakuntahallitus 14.12.2016 Päätösesitys: Hyväksytään Hylätään

Päätösesityksen perustelut/ehdot:

Hankkeen yleistavoite on kasvattaa venäläistä ostosmatkailua Kainuuseen lisäämällä Kostamuksen alueen kuluttajien tietoisuutta Kainuun ja kainuulaisten liikkeiden tarjoamista mahdollisuuksista, pitäen samalla kostamukselaisten mielenkiintoa jatkuvasti yllä matkailullisessa mielessä Kainuuta kohtaan. Hanke pyrkii testaamaan modernit sähköisen liiketoiminnan työkalut, jotka soveltuvat erityisesti Venäjän markkinaa kohdennettuun markkinointiin. Tavoitteena on myös markkinoida kainuulaisten matkailukohteiden palveluita ostosmatkailijoille Venäjällä ja etsiä ratkaisuja logistisiin ongelmiin kostamukselaisten kuluttajien Kainuuseen pääsyn edistämiseksi. Venäläisen ostosmatkailun elvyttämisen kannalta tiedottaminen Kainuun ja kainuulaisten liikkeiden tarjoamista mahdollisuuksista on erittäin tärkeää. On selkeästi tarvetta hankkeelle, joka madaltaisi yritysten kynnystä aktivoimaan markkinointia Venäjällä.



RAHOITUSHAKEMUS

Alueelliset innovaatiot ja kokeilut (AIKO)
Maakunnan kehittämiserä
Kainuun tulevaisuusrahasto

Saapumispvm 12.12.2016

Diaari nro

190/00.01.05.08/2016

Uusi hakemus

Jatkohakemus

Korjaus/täydennys

edelliseen hakemukseen

1. Viranomainen, jolle hanke-esitys osoitetaan

KAINUUN LIITTO
Kauppakatu 1
87100 Kajaani
puh. 08 615 541 vaihde, fax 08 6155 4260 www.kainuunliitto.fi

2. Hankkeen nimi ja kesto

2.1 Hankkeen nimi

Ostosmatkailun aktivointi Suomen raja-alueelta Kostamuksesta

2.2 Hankkeen toteutusaika

Aloituspäivä 13.12.2016 Päätymispäivä 13.1.2018

3. Hakijan tiedot (tiedot hakijasta, joka on uridisesti päävastuussa hankkeen toteuttamisesta)

Hakija KAINUUN ETU OY	Hakijan organisaatiotyyppi Muu julkisoikeudellinen oikeushenkilö, Alueellinen kehitysytio	Y-tunnus 0784050-4
Lähiosoite Seminaarinkatu 2, Intelli	Postinumero 87100	Postitoimipaikka Kajaani
BIC DABAFIHH	IBAN tilinumero FI8780001970422375	
Hankkeen yhteyshenkilö Tuomo Tahvanainen	Puhelin +358 (0)44 551 4585	Sähköposti tuomo.tahvanainen@kainuunetu.fi
Hankkeen vastuullinen johtaja Tuomo Tahvanainen	Puhelin +358 (0)44 551 4585	Sähköposti tuomo.tahvanainen@kainuunetu.fi
Hankkeen taloushallinnosta vastaava (kirjanpitäjä) Anne Piirainen	Puhelin +358 (0) 44 551 4600	Sähköposti anne.piirainen@kainuunetu.fi

4. Hankkeen hallinnointimalli

4.1 Pää toteuttajan tiedot (mikäli ei sama kuin hakija)

Nimi/Organisaatio	Osoite	Postinumero	Postitoimipaikka
Puhelin	Sähköposti	Yhteyshenkilö	
Toimenpide			

4.2 Muut toteuttajat (kaikki ne tahot, jotka ovat mukana hankkeen toteuttamisessa, tarvittaessa voi jatkaa erillisellä liitteellä)

Nimi/Organisaatio	Osoite, postinumero, postitoimipaikka	Toimenpide
Kouta Russia	Seminaarinkatu 2, Intelli, 87100 Kajaani	Asiantuntijapalvelut; projektipääällikkö- tehtävät sekä toimenpiteiden toteutus. Kilpailutettu etukäteen ennen hank- keen hakemista (HILMA).

5. Hankkeen kuvaus ja määrittely

5.1 Maantieteellinen kohdealue, rasti vain yhteen kohtaan (maantieteellinen raja hankkeen toteuttamisalueesta)

Yksi kunta	<input type="checkbox"/>	Useampi seutukunta	<input type="checkbox"/>	Valtakunnallinen hanke	<input type="checkbox"/>
Useampi kunta	<input type="checkbox"/>	Maakunta	<input checked="" type="checkbox"/>	Kansainvälinen hanke	<input checked="" type="checkbox"/>
Seutukunta	<input type="checkbox"/>	Useampi maakunta	<input type="checkbox"/>		

Lisätiedot alueesta:

5.2 Hankkeen keskeisimmät kohderyhmät

Varsinaiset kohderyhmät: Hankkeen toimenpiteet kohdentuvat venäläisiin kuluttajiin valikoitujen sähköisten kanavien kautta, erityisesti Kostamuksen alueella. Venäläisille suunnattu markkinointi käsittää kaupakeskittymien (Kajaani, Kuhmo, Suomussalmi, Sotkamo) sekä matkailukeskusten (Vuokatti, Ukkohalla-Paljakka, Oulujärvi, Wild Taiga) palvelujen markkinointia. Kohderyhmänä on tätä kautta laaja joukko kainuulaisia kaupallilikeitä sekä matkailupalvelualan yrityksiä (majoitusliikkeet, ravitsemusliikkeet, ohjelmapalveluyritykset). Tavoitteena on saada mukaan myös Venäjän puolelta matkatoimistoja toteuttamaan ostosmatkailupaketteja, jotka sisältävät teemoitettuja ostosmatkailukäyntejä, joihin on yhdistetty myös mahdollisesti tutustumiset / yöpyminen matkailukeskuksessa.

Välilliset kohderyhmät: Matkatoimistot ja matkanjärjestäjät erityisesti Venäjällä.

5.3 Tiivis kuvaus kehittämishaasteesta, tavoitteista ja toimenpiteistä (tarvittaessa erillinen hankesuunnitelma)

Kehittämishaasteet:

Keskeisimmät kehittämishaasteet Venäjälle suuntautuvassa ostosmatkailuun liittyvässä markkinoinnissa ovat:

1. Tiedottaminen:

Kostamuksen asukkailla on hyvin puutteellisia tietoja Kainuun ja kainuulaisten liikkeiden ja yritysten tarjoamista mahdollisuuksista. Monella on sellainen käsitys, ettei Kainuulla ole heille mitään tarjottavaa. Osa kostamukselaisista käy Suomessa säännöllisesti, mutta heillekin ovat tuttuja vain keskeisimmät liikkeet. Kainuulaisten liikkeiden tarjouksista ja alennusmyynneistä tällä hetkellä rajantakaisilla kuluttajilla ei ole mahdollisuutta saada tietoa etukäteen.

2. Logistiikka:

Kaikkilla Kostamuksen asukkailla ei ole mahdollisuutta matkustaa Suomeen omatoimisesti. Ongelma johtuu toisaalta autolla Suomeen pääsyä varten tarvittavien lupien (Green Card) korkeasta hinnasta, toisaalta auton puuttumisesta osalla halukkaista.

Kainuulaisten kaupallilikeiden keskuudessa on epätietoisuutta siitä kuinka Venäjän markkinaan tulisi suhtautua Venäjän nykyisessä taloudellisessa tilanteessa. On selkeästi tarvetta yhteishankkeelle, joka madaltaisi yritysten kynnystä aktivoida markkinointiaan Venäjällä, ennen kuin on liian myöhäistä ja venäläiset asiakkaat menetetään kokonaan. Syksyn 2016 aikana venäläisten matkailijoiden rekisteröidyt yöpymiset ovat elpyneet hiljalleen - esimerkiksi Lappeenrannan alue panostaa jo nyt voimakkaasti uudelleen venäläisiin kohderyhmiin taantuman jälkeen. Vuonna 2014 alkaneen Venäjän ruplan kriisin myötä venäläisten ostosmatkailijoiden määrä väheni radikaalisti ja he alkoivat ostaa yhä enemmän Venäjältä. Ilman markkinointitoimenpiteitä kuluttajien ostoskäyttäytyminen myös herkästi vakiintuu tähän muottiin. Kainuulaisten kaupallilikeiden keskuudessa ei ole selkeää tietoisuutta Venäjällä toimivien sähköisten markkinointikanavien mahdollisuuksista, ne ovat erilaiset kuin kotimaanmarkkinoinnissa Suomessa tai muualle Eurooppaan suuntautuvassa markkinoinnissa. Toisaalta venäläiset kanavat tuovat erittäin laajan peiton suurelle markkinalle, kun vaan toimintatapa on oikea. Kajaanin Ostosmatkailun Buusterointihankkeessa (EAKR 2015) testattiin yritysten yhteistoimintatapa erityisesti sähköisen markkinoinnin hyödyntämisessä kansallisella tasolla. Hankkeen tulokset olivat myönteisiä; liikevaihdon kasvua kajaanilaisissa kaupallilikeissä raportoitiin ja halukkuutta vastaavanlaiseen yhteiseen markkinointiponnistukseen on olemassa. Tänä vuonna 2016 Kajaani Päivät -tapahtuma toteutettiin jo toisen kerran - tällä kertaa yritysvetoisesti.

Tavoitteet:

Ostosmatkailun aktivointi Suomen raja-alueelta Kostamuksesta -hankkeen tavoitteina on:

1. Yleistavoitteena on kasvattaa venäläistä ostosmatkailua Kainuuseen lisäämällä Kostamuksen alueen kuluttajien tietoisuutta Kainuun ja kainuulaisten liikkeiden tarjoamista mahdollisuuksista, pitäen samalla kostamukselaisten mielenkiintoa jatkuvasti yllä matkailullisessa mielessä Kainuuta kohtaan.
2. Tuoda kainuulaisten kaupallilikeiden tietoisuuteen sekä testata modernit sähköisen liiketoiminnan työkalut, jotka soveltuvat erityisesti Venäjän markkinaan kohdennettuun markkinointiin.
3. Etsiä ratkaisuja logistisiin ongelmiin kostamukselaisten kuluttajien Kainuuseen pääsyn edistämiseksi.
4. Markkinoida kainuulaisten matkailukeskusten (Ukkohalla-Paljakka, Vuokatti, Oulujärvi, Kajani, Wild Taiga) palveluita ostosmatkailijoille Venäjällä

Keskeiset toimenpiteet:

1. Asiantuntijatahon kilpailuttaminen hankkeen koordinoitiin.

- Hankkeen onnistumisen kannalta on olennaista saada hankkeen koordinoitiin ja käytännön toimenpiteiden toteutukseen ammattimainen, venäläistä kulttuuria ja venäläisiä käytänteitä hallitseva toimijataho. Kainuun Etu Oy on kilpailuttanut etukäteen hankkeen projektipäällikköpalvelut sekä hankkeen toimenpiteiden koordinoitiin voimassa olevan hankintalainsaadännön mukaisesti HILMA -järjestelmässä avoimena olleen tarjouspyynnön kautta. Tarjouspyyntö oli päivätty 20.7.2016 ja oli avoimena HILMA -järjestelmässä ajalla 20.7. - 12.8.2016 klo 16. Saatujen tarjousten ja tehdyn vertailun perusteella asiantuntijapalvelun tuottamiseen on valittu kajaanilainen Kouta Russia -yhtiö. Valinta on ehdollinen ja hankintasopimus on tehtävissä mikäli hanke saa myönteisen rahoituspäätöksen.

2. Hankeyritysten tuotteiden ja palveluiden kirjaaminen sähköiseen markkinointiin soveltuviksi.

- Hankeyritysten tuotteet ja palvelut kootaan visuaalisesti myyviksi tuotteiksi/palveluiksi, jossa tehtävässä kiinnitetään tarkkaa huomiota laadukkaaseen ja standardoituun lopputulokseen. Tämän tavoitteena on antaa tarjottavista kainuulaisista palveluista laadukas ja monipuolinen kuva.

3. Hankeyritysten tuotteiden ja palveluiden markkinointi Venäjällä

- Digimarkkinointiin valitaan Venäjällä käytössä olevat kanavat (V-kontaktte ym.)
- tuotteiden ja palveluiden esiintuomisessa hyödynnetään laadukasta, standardoitua konseptia

4. Venäläisten asiakkaiden logististen kulkuyhteyksien edistäminen

- kulkuyhteyksien edistämiseksi tehdään yhteistyötä venäläisten matkatoimistojen kanssa. Nykyisellään Matka-Moilanen sekä Venäjän puolella matkatoimisto Kotiranta ovat toteuttaneet ostosmatkailuun liittyviä kuljetuspalveluita, mutta niitä ei ole systemaattisesti paketoitu eikä markkinoitu.

5. Yhteisten tapahtumien järjestäminen

- Kainuulaisten hankeyritysten kanssa suunnitellaan ja toteutetaan yhteisiä teemapohjaisia promotilaisuuksia Kostamuksesta suunnattujen ostosmatkojen yhteyteen. Tapahtumia markkinoidaan sähköisten kanavien kautta.

6. Made in Kainuu –kortin markkinointi Kostamuksessa

- Made in Kainuu -viestintähankkeen toimesta toteutetusta Made in Kainuu -kortista on tehty venäläisille suunnattu versio, jonka avulla nopeutetaan sähköisesti ostosmatkailun yhteydessä kirjattavan Tax-Free dokumentaation tekemistä. Made in Kainuu -korttia markkinoidaan laajalti ja sen avulla saatavan asiakasrekisterin kautta voidaan kohdentaa myös markkinointia venäläiselle kuluttajalle.

6. Hankkeen indikaattorit

Hankkeen myötävaikutuksella kaikissa hankkeissa

- syntyneet uudet yritykset, kpl

- syntyneet uudet työpaikat, kpl

Lisäksi AIKO-hankkeessa

Käynnistyneet kehitysprosessit, kpl

Kansainvälisen tason referenssi kohteet, kpl

Käynnistyneet kokeilut, kpl

Hanke edisti hiilineutraalisuutta ja energiatehokkuutta

Hanke edisti maahanmuuttajien työllistymistä ja yrittäjyyttä

Hanke toteutui useamman maakunnan yhteistyössä

Miten hanke tukee Kainuun maakuntaohjelman toimeenpanosuunnitelmaa (TOPSUa)?

Ostosmatkailun aktivointi Suomen raja-alueelta Kostamuksesta -kehittämishanke tukee osaltaan mm. TOPSUun esitettyä Uutta vetovoimaa Ukkohalla-Paljakan alueen matkailun kehittämiseen aktiivisen kansainvälistymisen kautta -hankkeen tavoitteita ja toimenpiteitä. Mainitussa hankkeessa tavoitteena on kansainvälisten matkailijamäärien kasvattaminen sekä alueen tunnettuuden lisääminen kv-matkailijoiden keskuudessa, kohdealueina erityisesti Aasia mutta myös Venäjä. Nyt haettavan hankkeen yksi toteutustapa on ostosmatkailun aktivoiminen lisäksi tehdä Kainuun matkailukeskuksia tunnetuksi ostosmatkailumatkoihin liittyen. Tavoitteena on sisällyttää ostosmatkoihin yöpymiset Kainuun eri matkailukeskuksissa (Vuokatti, Ukkohalla-Paljakka, Kajaani, Oulujärvi, Wild Taiga) mahdollisuuksien mukaan.

Tasa-arvovaikutukset

Tasa-arvohanke KYLLÄ EI Tietoyhteiskuntahanke KYLLÄ EI

Ympäristövaikutukset

Ympäristöpositiivinen Ympäristöneutraali Ympäristönegatiivinen

7. Hankkeen kustannusarvio, euroina (pyöristetään satoihin euroihin):

Arvonlisävero jää hakijan lopulliseksi kustannukseksi. Kustannuksiin sisältyy arvonlisävero

Arvonlisävero ei jää hakijan lopulliseksi kustannukseksi. Kustannukset ilmoitettu verottomina

Käytettävä kustannusmalli (kts. hakuohje)

Flat rate 24 % Suorat kustannukset

Flat rate 15 % Kertakorvaus/Lump Sum

MENOT	2016	2017	2018	2019	Yhteensä €
1. Henkilöstömenot	500	2 000	500	0	3000
- summa tälle riville	500	2 000	500		3000
2. Ostopalvelut	3000	98 000	5000	0	106000
- summa tälle riville	3 000	98 000	5000		106000
3. Matkakulut	0	0	0	0	0
- matka- ja majoituspalvelut	0				0
(ei täytetä 24 % flat rate -hankkeissa)					0
4. Kone- ja laitehankinnat	0	0	0	0	0
- summa tälle riville, ei flat rate -hankkeissa	0				0
5. Toimisto- ja vuokratkustannukset	100	800	100	0	1000
- Summa tälle riville, ei flat rate hankkeissa	100	800	100		1000
6. Muut kustannukset	0	0	0	0	0
- Summa tälle riville					0
7. Väälliset kulut, täytetään vain flat rate hankkeissa	0	0	0	0	0
- summa tälle riville					0
MENOT YHTEENSÄ	3600	100800	5600	0	110000

Henkilöstökulujen erittely (Yhteishankkeissa täytetään erillinen liite)

Nimike	Koko-/osa aikainen	Henkilötyökök	2016	2017	2018	2019	Yhteensä
Taloushallinto; 2 hlön kustannukset	Osa-aikaine	1	500	2000	500	0	3000
							0
							0
							0
Kustannukset yhteensä		1	500	2000	500	0	3000

8. Rahoitussuunnitelma, euroina (pyöristetään satoihin euroihin): laskentaperusteet esitettävä hankesuunnitelmassa

	2016	2017	2018	2019	Yhteensä €
1. Oma rahoitus/hakija	65	1 833	102	0	2 000
1.1 Rahallinen osuus	65	1 833	102		2 000
2. Kansallinen julkinen rahoitus	2 520	70 560	3 920	0	77 000
2.1. AIKO-raha					0
2.2 Maakunnan kehittämisraha	2 520	70 560	3 920		77 000
2.3 Kainuun tulevaisuusrahasto					0
2.4 Kunnat (muu kuin hakija)					0
2.5 Muu kansallinen					
3. Yksityinen (muu kuin hakija)	1 015	28 407	1 578	0	31 000
- Summa tälle riville	1 015	28 407	1 578		31 000
4. Tulorahoitus	0	0	0	0	0
- Summa tälle riville					0
KOKONAISRAHOITUS	3 600	100 800	5 600	0	110 000

9. Hakijan esitys hankkeen maksatussuunnitelmaksi

Maksatusta haetaan 3 kertaa vuodessa 4 kertaa vuodessa

10. Onko hankkeeseen haettu rahoitusta erillisellä hakemuksella muilta viranomaisilta?

Kyllä Ei

Mistä, milloin, haettu €, saatu €

Mitä muuta julkista rahoitusta hakija on saanut viimeisen kolmen vuoden aikana?

De minimis -sääntö:

Yritykselle voidaan maksaa EY:n valtioneuvoston päätöksen mukaisesti (ns. de minimis -sääntö, komission tiedonanto vähämerkityksisestä tuesta 96/C 68/06) julkista tukea yhteensä enintään 200.000 euroa kolmen vuoden aikana ensimmäisestä de minimis -ehdoin tehdystä päätöksestä. Hakija vastaa siitä, että sen eri tahoilta saamiensa de minimis -tukien kokonaismäärä ei ylitä tätä määrää

Ei koske Kainuun Etu Oy:ä DeMinimis -tuen osalta.

Onko hakijalla meneillään tai suunnitteilla muita oleellisesti tähän hankkeeseen liittyviä hankkeita?

Kyllä Ei

Mikä hanke, mikä taho rahoittaa (taho, €?)

Uutta vetovoimaa Ukkohalla-Paljakka alueen matkailun kehittämiseen aktiivisen kansainvälistymisen kautta.

Päärahoittaja Kainuun liitto EAKR. Toiminta-aika 1.10.2016 - 30.9.2018. Budjetti 329.000€.

11. Ohjausryhmän kokoonpano (hakijan esitys)

Hankkeen ohjausryhmään kutsutaan edustava mutta tiivis joukko hankkeeseen läheisesti liittyvistä organisaatioista.

Hankkeen hakijan ehdotus on:

Yritysedustus 4 hlö
Kainuun Etu Oy 1 hlö
Kainuun yrittäjät 1 hlö
Kajaanin AMK 1 hlö
Kainuun liitto 1 hlö

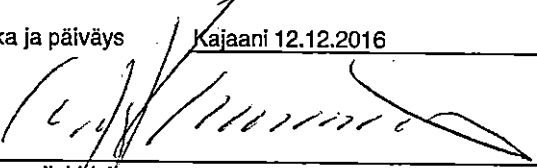
12. Liitteet ja hankkeeseen liittyvät luvat

Hankesuunnitelma	X
Arvio hankkeen ympäristövaikutuksista	
Nimenkirjoitusoikeuden todistava ote	X
Kauppa- ja yhdistysrekisteriote	X
Yhteistyötä koskevat sopimukset	
Muiden rahoittajien rahoitussitoumukset	X
Muut liitteet (ALV todistus tarvittaessa)	

13. ALLEKIRJOITUKSET

Allekirjoittaja(t) sitoutuvat toteuttamaan hankkeen tässä hakemuksessa ilmoittamiensa tietojen mukaisesti ja vakuuttavat nämä tiedot oikeiksi. Allekirjoittaja(t) ovat velvollisia antamaan hankkeen toteutukseen liittyviä seurantatietoja hankkeen julkishallinnon rahoittajille. Rahoittajan edustajilla ja tem:in tarkastajilla on oikeus tarkastaa koko hankkeen kirjanpito, myös osahankkeiden osalta. **Ennen rahoituspäätöstä hakija toteuttaa hanketta omalla riskillään.** Tämä hakemus voidaan myös siirtää tai jäljentää muille valtion- ja aluekehitysviranomaisille sekä asiantuntijalausannon antamista varten muillekin tahoille.

Paikka ja päiväys Kajaani 12.12.2016



Hakijan allekirjoitus
(nimenkirjoitusoikeuden omaava henkilö)

p.p. Tuomo Tahvanainen
Nimen selvennys

Johtaja
Virka -asema/ tehtävä

Hakijan allekirjoitus
(nimenkirjoitusoikeuden omaava henkilö)

Nimen selvennys

Virka -asema/ tehtävä



KAINUUN ETU



Ostosmatkailun aktivointi Suomen raja-alueelta Kostamuksesta



Kainuun Etu Oy, Seminaarinkatu 2, Intelli, 87100 Kajaani

Ver Final 12.12.2016



KAINUUN ETU

SISÄLLYSLUETTELO:

1. Hankkeen tarpeellisuus	3
2. Hankkeen tavoitteet.....	4
3. Hankkeen aikana ratkaistavat keskeiset haasteet.....	4
a. Tiedottaminen.....	4
b. Logistiikka.....	4
4. Toimenpiteet.....	5
a. Hankeyritysten tuotteiden ja palveluiden kirjaaminen sähköiseen markkinointiin soveltuviksi	5
b. Hankeyritysten tuotteiden ja palveluiden markkinointi Venäjällä	5
c. Avustavat työkalut ja toimintatavat markkinointiin liittyen.....	7
d. Venäläisten asiakkaiden logististen kulkuyhteyksien edistäminen – saavutettavuus.....	7
e. Yhteisten tapahtumien järjestäminen.....	7
f. Muita toimenpiteitä	7
5. Odotetut tulokset.....	8
a. Yhteisen markkinoinnin etuja – Yksin vai yhdessä?	8
b. VKontakte-markkinoinnin etuja.....	8
6. Hankkeen aikataulu	9
7. Organisointi	9
8. Hankkeen tuloksellisuuden seuranta	9
9. Hankkeessa toteutettujen toimenpiteiden jatko sen päättymisen jälkeen	10
10. Hankkeen budjetti ja rahoitus	10
11. Yhteystiedot	10



KAINUUN ETU

Ostosmatkailun aktivointi Suomen raja-alueella Kostamuksessa, Final 12.12.2016

1. Hankkeen tarpeellisuus

Kainuun lähinaapurina Venäjällä on vajaan 40 km:n päässä rajalta sijaitseva miltei Kajaanin kokoinen Kostamuksen kaupunki. Venäjän mittakaavoissa Kostamus on varakas kaupunki metalliteollisuuden ja siellä sijaitsevan malmikombinaatin ansiosta. Monien vuosien aikana kostamukselaiset ostosmatkailijat ovat olleet tärkeänä asiakasryhmänä kainuulaisille liikkeille. Useimmat kostamukselaiset perheet hankkivat huomattavan osan elintarvikkeista, päivittäis- ja kulutustuotteista kainuulaisista liikkeistä.

V. 2014 marraskuun ruplan kurssin romahduksen seurauksena venäläisten euromääräiset tulot laskevat rajusti ja ostosmatkailu Suomeen tuli vähäksi aikaa epäkannattavaksi, mikä johti sen laskuun. Ruplan kurssin muutokset toivat mukanaan hintojen nousun Venäjällä tasoittaen samalla Suomen ja Venäjän väliset hintaerot. Mutta venäläiset asiakkaat tulivat paljon varovaisemmiksi, eivätkä lähde ostoksille Suomeen ilman painavaa syytä. Täytyy olla jokin houkutin, kannuste, että he tulisivat ostosmatkalle Kainuuseen. Venäläisille on kerrottava jatkuvasti, että Suomen ostosmatkailu kannattaa, on kerrottava uusista tuotteista, tarjouksista, alennusmyynneistä ja kampanjoista. On pidettävä venäläisten kuluttajien mielenkiintoa hereillä koko ajan, ettei tottumus käydä ostoksilla Suomesta unohdu.

2015 syyskuussa astuivat voimaan uudet viisumin myöntämissäännöt, minkä seurauksena kostamukselaiset pystyvät anomaan viisumia vain henkilökohtaisesti Suomen konsulaatissa Petroskoissa tai Pietarissa. Asia hankaloittaa huomattavasti viisumin hankkimista, eivätkä ihmiset ilman painavaa syytä viisumia hanki.

Kaikesta huolimatta viimeisten tilastojen mukaan venäläisten matkailijoiden rekisteröityjen yöpymisten luku on lähtenyt kasvuun kesän 2016 aikana. Samoin Suomalais-Venäläisen kauppakamarin tilastojen mukaan vuoden 2016 alusta saman vuoden syksyyn, Ruplan kurssikehitys suhteessa Euroon on ollut +25%. Reaalinen ostovoiman lisäys vuodesta 2014 kuitenkin oletetaan olevan vieläkin enemmän.



KAINUUN ETU

Venäläisen ostosmatkailun elvyttämisen kannalta tiedottaminen Kainuun ja kainuulaisten liikkeiden tarjoamista mahdollisuuksista on erittäin tärkeä.

On selkeästi tarvetta hankkeelle, joka madaltaisi yritysten kynnystä aktivoimaan markkinointia Venäjällä.

2. Hankkeen tavoitteet

Hankkeen yleistavoite on kasvattaa venäläistä ostosmatkailua Kainuuseen lisäämällä Kostamuksen alueen kuluttajien tietoisuutta Kainuun ja kainuulaisten liikkeiden tarjoamista mahdollisuuksista, pitäen samalla kostamukselaisten mielenkiintoa jatkuvasti yllä matkailullisessa mielessä Kainuuta kohtaan. Hankkeen tavoitteena on myös tuoda kainuulaisten kauppaliikkeiden tietoisuuteen sekä testata modernit sähköisen liiketoiminnan työkalut, jotka soveltuvat erityisesti Venäjän markkina-alueeseen. Tavoitteena on myös markkinoida kainuulaisten matkailukohteiden palveluita ostosmatkailijoille Venäjällä ja etsiä ratkaisuja logistisiin ongelmiin kostamukselaisten kuluttajien Kainuuseen pääsyn edistämiseksi.

3. Hankkeen aikana ratkaistavat keskeiset haasteet

a. Tiedottaminen

Kostamuksen asukkailla on hyvin puutteellisia tietoja Kainuun ja kainuulaisten liikkeiden ja yritysten tarjoamista mahdollisuuksista. Monella on sellainen käsitys, ettei Kainuulla ole heille mitään tarjottavaa. Osa kostamukselaisista käy Suomessa säännöllisesti, mutta heillekin ovat tuttuja vain keskeisimmät liikkeet. Kainuulaisten liikkeiden tarjouksista ja alennusmyynneistä tällä hetkellä rajantakaisilla kuluttajilla ei ole mahdollisuutta saada tietoa etukäteen. Hankkeessa puututaan vahvasti tähän ongelmaan markkinoimalla Kostamuksen kaupungin ja sen lähiympäristön asukkaille kainuulaisten liikkeiden ja yritysten tuotteita ja palveluita useiden markkinointikanavien kautta.

b. Logistiikka

Kaikilla Kostamuksen asukkailla ei ole mahdollisuutta matkustaa Suomeen omatoimisesti. Ongelma johtuu toisaalta autolla Suomeen pääsyä varten tarvittavien lupien (Green Card) korkeasta hinnasta, toisaalta auton puuttumisesta osalla halukkaista. Hankkeessa haetaan ratkaisua ym. ongelmaan.



KAINUUN ETU

4. Toimenpiteet

- a. Hankeyritysten tuotteiden ja palveluiden kirjaaminen sähköiseen markkinointiin soveltuviksi

Hankeyritysten tuotteet ja palvelut kootaan visuaalisesti ja sisällöllisesti myyviksi tuotteiksi/palveluiksi. Kouta Russia Oy:n asiantuntijat valitsevat hankeyritysten edustajien kanssa yhteistyössä venäläisiä kiinnostavat tuotteet ja palvelut. Jokaiselle asiakkaalle kehitetään oma ilme (mainospohja) jota käytetään markkinoinnissa hankkeen loppuun asti. Tehtävässä kiinnitetään tarkkaa huomiota laadukkaaseen ja standardoituun lopputulokseen. Mainospohjiin sijoitetaan tietoja hankeyritysten tuotteista/palveluista (kuva ja lyhyt tekstikuvaus). Koska mainospohjia käytetään samoissa markkinointikanavassa, ne tehdään tyyliltään ja ulkomitoiltaan yhtenäisiksi, mikä johtaa siistiin, ammattimaiseen ja kaupallisesti hyvään lopputulokseen.

Yritysten markkinointitarpeet eroavat toisistaan. Esimerkiksi palveluja tarjoavien yritysten valikko on suppeampi ja pysyy samanlaisena pitempiä jaksoja, kun taas kauppojen ja liikkeiden tuotevalikot koostuvat useista tuhansista nimikkeistä, joiden hinnat voivat vaihdella kausitarjouksista ja alennuksista johtuen. Otetaan huomioon kokonaisvaltaisesti hankeyritysten tarpeet markkinoinnissa. Vauraudutaan siihen, että osalla hankeyrityksistä on tarvetta markkinoida uusia tuotteita päivittäin.

- b. Hankeyritysten tuotteiden ja palveluiden markkinointi Venäjällä

Hankeyritysten tuotteiden ja palveluiden esiintuomisessa käytetään seuraavaa kokonaisuutta:

- Some-markkinointi

Some-markkinointikanavana käytetään Venäjän suurinta verkkoyhteisöpalvelua VKontakte:a, jonka rekisteröityneiden käyttäjien määrä ylittää 120 miljoonaa ja päivittäisiä käyttäjiä on runsaat 20 miljoonaa.

Jokaiselle hankeyritykselle luodaan omat, yrityskohtaiset profiilisivut VKontakte:en. Profiilisivuja päivitetään julkaisemalla niiden aikajanalla yrityksen tuotteista/palveluista kertovia uutisia. Markkinointikanavana käytetään Kouta Russia Oy:n ylläpitämää VKontakte-pohjaista **Suomi online** -portaalia toistamalla yrityskohtaisilla profiilisivuilla julkaistuja uutisia, sekä Kouta Russia Oy:n yhteistyökumppanien VK -profiiliyhteisöjä (yht. n. 18 000 seuraajaa



KAINUUN ETU

Kostamuksen alueelta). Tällainen jako mahdollistaa tehokkaan yhteisen markkinoinnin samalla, kun jokaisella hankeyrityksellä säilyy mahdollisuus yrityskohtaisten profiilisivujen kohdennettuun markkinointiin tarpeittensa mukaan.

Matkailualan yritysten palveluita markkinoidaan lisäksi some -pohjaisen **GO2.FI** -portaalin avulla.

- Lehtimainonta

Kostamuksen ilmaisjakelulehdistä valitaan yksi, josta ostetaan tarpeen mukaan joko sivu tai aukeama hankeyritysten mainoksia varten. Mainokset ilmestyvät tietyn ajanjakson välein, samoina päivinä.

- Valotaulu

Kostamukselainen Afisha-niminen yritys omistaa valotaulun Kostamuksen keskustassa ja 14 TV-näyttöä kaupungin eri liikkeissä. Ostetaan 30 sekunnin mainospätkä, joka ilmestyy 288 kertaa vuorokaudessa sekä valotaululla, että TV-näytöillä. Mainospätkän sisältöä vaihdetaan kerran viikossa huomioiden hankeyritysten tarpeet ja mahdollistaen niiden tasa-arvoinen näkyvyys omarahoitusosuuksien suhteessa.

- Kartta

Hankeyritysten tiedot kerätään Kainuun kartalle, joka tulee sisältämään Kainuun tiekartan ja paikkakuntien kartat. Sen paperipohjaista versiota jaetaan Kostamuksen huoltoasemilla, matkatoimistoissa ja Rajakontissa Suomessa.

- Hissimainonta

Kostamuksen kaupungin hisseissä mainostetaan yhteisenä markkinointikanavana toimivaa Suomi online -portaalia, mikä lisää sen tunnettavuutta ja samalla markkinoinnin kokonais-tehokkuutta.

Hankkeen tuloksellisuuden näkökulmasta on tärkeä välittää hankeyritysten mainokset mahdollisimman monelle potentiaaliselle asiakkaalle. Some tarjoaa tähän erinomaiset mahdollisuudet. **Suomi-online** profiilyhteisön (portaalin) seuraajat saavat kaikki sen some-seinällä ilmestyneet julkaisut omille aikajanoilleen.

Seuraajien määrää kasvatetaan käyttämällä VKontakte:n tarjoamaa kohdennettua mainontaa, järjestämällä some -arvontoja, mainostamalla portaalia Kostamuksen lehdissä, radiossa ja valomainostauilla sekä jakamalla Kostamuksen ja sen lähiympäristön kotitalouksiin paperipohjaisia printtimainoksia. Tavoitteena on 12.000 oman seuraajan kokoaminen Kostamuksen alueelta.



KAINUUN ETU

c. Avustavat työkalut ja toimintatavat markkinointiin liittyen

Avustavana työkaluna käytetään Made in Kainuu –korttia (<https://www.seamchip.fi/madeinkainuu>), johon lisätään venäläisille hyödyllisiä ominaisuuksia (tax-free ja arvonlisäveronpalautusta mahdollistavat ominaisuudet) ja markkinoidaan sitä Kostamuksessa. Venäjällä järjestetään korttien luovutustilaisuuksia, joissa autetaan asiakastietojen täyttämässä. Kortin tarjoamia etuja käytetään lisämarkkinointikeinona venäläisten ostosmatkailun edistämässä Kainuuseen.

d. Venäläisten asiakkaiden logististen kulkuyhteyksien edistäminen – saavutettavuus

Kaikilla Kostamuksen asukkailla ei ole mahdollisuutta matkustaa Suomeen omatoimisesti. Ongelma on olemassa ja vaatii ratkaisua. Suomussalmelle on järjestetty viikoittainen bussiliikenne Kostamuksesta ja takaisin, joka on suosittu vähäisestä markkinoinnista huolimatta. Hankkeessa markkinoidaan jo toimivaa bussiyhteyttä Suomussalmelle ja tutkitaan bussiliikenteen käynnistämisen mahdollisuuksia Kostamuksesta Kuhmoon ja Kajaaniin. Yhteistyössä Kostamuksen kaupunginhallituksen kanssa Kostamuksessa järjestetään päivän seminaari, johon kutsutaan liikennöitsijät Suomesta ja Venäjältä, matkatoimistojen edustajat sekä muut kiinnostuneet tahot, pohditaan kulkuyhteyksien kehittämismahdollisuuksia ja sovitaan toimenpiteistä.

Kannustetaan ja ohjataan kainuulaisia yrityksiä paketoimaan ja tuotteistamaan venäläisille soveltuvia tuotepaketteja. Esimerkiksi:

- 1-2 päivän ostos-/kulttuurimatka Kainuuseen
- 1-2 päivän laskettelumatka rinteille

Lisäksi hankkeessa tiedotetaan venäläisille matkailijoille julkisista kulkuvälineistä Kainuussa.

e. Yhteisten tapahtumien järjestäminen

Hankeyritysten kanssa suunnitellaan yhteisiä tapahtumia (kampanjat, outlet-tapahtumat, sesonki-tuotteiden alennusmyynnit), joihin liitetään kulttuuriohjelmaa ja järjestetään majoitus sekä kuljetus Kostamuksesta. Tapahtumia markkinoidaan Kostamuksessa ja sen lähiympäristössä hankkeessa käytettäviä markkinointikeinoja käyttäen.

f. Muita toimenpiteitä

Tiedotetaan venäläisiä matkailijoita info-pisteiden olemassaolosta ja sijainnista Kainuun eri paikkakunnilla.



KAINUUN ETU

5. Odotetut tulokset

Laaja Kostamuksen kaupungin ja sen lähiympäristön alueelle kohdennettu markkinointi herättää ja pitää yllä kostamukselaisten mielenkiinnon Kainuun mahdollisuuksia ja kainuulaisten liikkeiden tarjoamia tuotteita ja palveluita kohtaan kehottaen käymään ostoksilla Kainuussa. Nekin henkilöt, jotka eivät käy Suomessa, saavat ajankohtaista tietoa maakunnan liikkeiden tarjonnasta ja pystyvät tilaamaan tuotteita Kainuussa käyviltä tutuiltaan. (Ilmiö on jo saanut alkunsa, mutta vaillinaisen tiedonsiirron takia jäänyt hyvin mitättömäksi).

Yllä mainitut asiat edistävät venäläisten ostosmatkailua Kainuuseen, ja sen kautta yritysten liikevaihdon kasvua ja hyvinvointia alueella.

a. Yhteisen markkinoinnin etuja – Yksin vai yhdessä?

- Suurempi teho, parempi näkyvyys
- Kustannustehokkuus
- Mukavuus kuluttajalle (yksi markkinointikanava)
- Hankeyritysten yhteisien toimenpiteiden ja tapahtumien järjestäminen
- Hankkeen toimenpiteiden ja tulosten jatkuvuus sen päätyttyä

b. VKontakte-markkinoinnin etuja

- Sisällön luonnin nopeus
- Nopea ja yksinkertainen hallinta ja päivitys
- Verkkoyhteisöpalvelujen suuri suosio Venäjällä, mm. kohdealueella.
- Tarkan kohdentamisen mahdollisuus
- Mobiilisuus ja saatavuus (Venäjän suosituin mobiilisovellus)
- Mahdollisuus hankeyritysten toteuttaa yritys kohtaista markkinointia omien VK-profiilisivujen kautta
- Markkinoinnin laajeneminen kohdealueen ulkopuolelle uudelleenpostausten avulla, mikä avaa uusia mahdollisuuksia asiasta kiinnostuneille yrityksille.
- Vuorovaikutus mahdollistaa tuotteiden ja palvelujen kiinnostavuuden mittaamisen (palautteet, kommentit ja kyselyt).



KAINUUN ETU

Hankkeen toimenpiteiden tuloksina:

- Kainuulaisten kauppaliikkeiden tunnettuus Venäjällä lisääntyy aktiivisen sähköisen markkinoinnin kautta
- Kainuulaisten kauppaliikkeiden liikevaihto kasvaa kohdennettujen ostosmatkailuun kohdentuvien ryhmämatkojen lisääntyessä Venäjältä
- Kainuulaisten matkailukeskusten tunnettuus venäläisten keskuudessa lisääntyy
- Kainuulaiset kauppaliikkeet ja matkailupalveluyritykset vakiinnuttavat Venäjälle suunnattavan markkinointinsa hankeaikana testattujen sähköisten kanavien kautta

6. Hankkeen aikataulu

Hanke toteutetaan ajalla 13.12.2016 - 13.1.2018 (13 kk)

7. Organisointi

Hankkeen hakemusvaiheessa on kilpailutettu avoimella kilpailutuksella (HILMA) hankkeen koordinoija ja toteuttaja ja valittu Kouta Russia Oy Kajaanista. Kainuun Etu Oy:n taloushallinnon henkilöt (2 hlö) vastaavat hankkeen kirjanpitoon ja taloushallintoon yleisesti liittyvistä tehtävistä osa-aikaisesti. Molemmat henkilöt (Anne Piirainen ja Kati Moilanen) pitävät hankkeelle tehdyistä töistä työajanseurantaa rahoittajan ohjeiden mukaisesti.

Hankkeen toimintaa valvoo ja ohjaa hankkeen hallinnoijan vastuuhenkilö (toimialajohtaja) sekä ohjausryhmä, johon kutsutaan hankeyritysten, hallinnoivan organisaation ja rahoittajan edustajat. Ohjausryhmän kokoonpano on esitetty varsinaisessa hakemuksessa.

8. Hankkeen tuloksellisuuden seuranta

Tavoitteita seurataan hankeyritysten venäläisten asiakkaiden määrää ja niiden keskimääräistä ostoskorja tarkkailemalla sekä vertaamalla näitä lukuja Suomen tullilta ja muilta toimijoilta saatuihin tietoihin.



KAINUUN ETU

9. Hankkeessa toteutettujen toimenpiteiden jatko sen päättymisen jälkeen

Hankkeen päätyttyä sen toimenpiteitä jatketaan koordinoituna Kouta Russia Oy:n toimesta.

10. Hankkeen budjetti ja rahoitus

Ostosmatkailun aktivointi Suomen raja-alueella Kostamuksessa –kehityshankkeen kokonaisbudjetti on 110.000 € + alv, josta Kainuun Etu Oy:n oma rahoitus on 2.000 €, yrityskohtainen rahoitus on 31.000 €. Loput rahoituksesta (77.000 €) haetaan Kainuun liitolta.

Hankkeen toimenpiteisiin ja koordinointiin on budjetoitu käytettäväksi 106.000 €, hallinnointiin 4.000€.

11. Yhteystiedot

Kainuun Etu Oy

Tuomo Tahvanainen, johtaja
+358 44 551 4585

tuomo.tahvanainen@kainuunetu.fi