

Kuusamon lentokentän vaikutusalueen matkailun kehittäminen/ EAKR

MYR § 3

Hanketta tulee kokoukseen esittelemään Kajaanin Ammattikorkeakoululta TKI-suunnittelija Virpi Keränen.

Hakijana on Koillis-Suomen kehittämissyhtiö Naturpolis Oy.

Osahakija: Ruka-Kuusamo Matkailu ry, Metsähallitus, Oulun yliopisto, Kajaanin Ammattikorkeakoulu Oy, Sallan kunta, Syötteen Matkailuyhdistys ry, Suomussalmen kunta ja Posion kunta

Hankekuvaus (tarve, tavoitteet, toimenpiteet):

Kuusamon lentokentän vaikutusalueen matkailun kehittäminen (Gateway to Land of National Parks) –hankkeen päätoteuttaja on Naturpolis Oy ja osatoteuttajina Ruka-Kuusamo Matkailu ry, Metsähallitus, Oulun yliopisto, Kajaanin ammattikorkeakoulu, Syötteen matkailuyhdistys, Suomussalmen kunta, Sallan kunta ja Posion kunta. Ylimääräinen hanke kokoaa kaikki Kuusamon lentokentän vaikutusalueella olevat matkailualueet tekemään yhteistyötä kansainvälisen matkailun lisäämiseksi ja toteuttamaan laajemman alueen yhteismarkkinointia. Matkailualueiden yhteistyöllä mahdollistuu laajan alueen erottautuminen muista matkailualueista erityisesti alueen kansallispuistoja korostamalla.

Hankealueen matkailualueet ovat lähtökohdiltaan ja toiminnallisesti hyvin erilaisia, mikä on rikkaus, jota hankkeessa halutaan tukea. Alueita halutaan kehittää niiden omista lähtökohdista käsin ja tukea kunkin kasvua siten, että Kuusamon lentokentän kautta saavutettavissa oleva matkailualue näyttäytyy kokonaisuudessaan monipuolisena kohteena, joka tarjoaa kansainvälisille matkailijoille erilaisia, mutta laadukkaita ja ympäristöystävällisiä vaihtoehtoja lomaviestoon. Matkailualuekohtainen vaihtelu kehittämisen painopisteissä tulee näkyviin osatoteuttajakohtaisissa työpaketeissa, joilla tuetaan alueen kehittymistä kokonaisuutena entistä vahvemmaksi ja houkuttelevammaksi. Erityishuomiota kiinnitetään siihen, että alue kokonaisuudessaan kehittyy siten, että se tunnetaan paitsi kansallispuistostaan myös laadukkaista palveluistaan ja kestävästä kehityksen huomioivista toimintatavoistaan. Digitaalisilla palvelupoluilla ja matkailupalveluiden löydettävyyden ja sähköisen ostettavuuden kehittämiseksi nostetaan alue myös omatoimimatkailejien helpommin saavutettavaksi. Vastuullisen matkailun kehittämiseen kiinnitetään kaikissa hankkeen toimenpiteissä erityishuomiota.

Hankkeen toimenpiteet jakautuvat viiteen päätyöpakettiin:

1. Lentoliikenteen ja liikkumispalveluiden edistäminen (Naturpolis ja Ruka-Kuusamo Matkailu ry vastuutoteuttajina)
2. Land of National Parks - Vetovoimaista ja kestävää luontomatka-
lua (Metsähallitus vastuutoteuttajana)
3. Land of National Parks -alueen matkailun kestävyuden vahvista-
minen (Oulun yliopisto vastuutoteuttajana)
4. Matkailualueiden uudistumisen ja kehittymisen tukeminen (KAMK
vastuutoteuttajana)
5. Matkailualuekohtaiset työpaketit

Valtioneuvoston julkaisun ”Miten kehittää luonnon virkistys- ja mat-
kailukäyttöä Suomessa?” (Policy Brief 2/2018) mukaan luontomat-
kailun liiketoiminnan kehittämisessä keskeistä on myynti ja markki-
nointi. Kehittämisehdotuksena on mm. edistää aluetasolla luonto-
matkailun asiakaslähtöistä yhteismarkkinointia kansainvälisille koh-
deryhmille tiivistämällä alueellisten organisaatioiden ja yritysten välis-
tä yhteistyötä sekä tarjoamalla tälle toiminnalle valtakunnallista tu-
kea. Yritysverkostoja ja alueellista yhteistyötä suositellaan tuettavak-
si erityisesti sähköisessä markkinoinnissa ja myynnissä. Tämä hanke
toteuttaa kyseistä kehittämissuositusta Kuusamon lentokentän vaiku-
tusalueella.

Suurimman osan kansainvälisistä matkailijoista muodostavat ryhmä-
matkailijat, joita alueiden tuotteet ja palvelut on pääsääntöisesti kehi-
tetty palvelemaan. Ryhmämatkailuun kehitetyt tuotteet, palvelut ja
prosessit eivät kuitenkaan palvele omatoimisten kansainvälisten
matkailijoiden tarpeita riittävän hyvin. Yksittäisten matkailijoiden
määrän kasvu on kehityssuuntaus, johon alueilla on jatkossa reagoi-
tava. Yksittäismatkailijoiden tarpeet tulee huomioida digitaalisissa
palveluissa mm. myyntikanavien kehityksessä, opastuksessa paikan
päällä, liikkumispalveluissa, palveluiden saatavuudessa ja löydettä-
vyudessa. Yksittäismatkailun lisääntymisen vuoksi on pohdittava
myös uusia ratkaisuja matkailun kestävyuden kehittämiseksi ja ylläpi-
tämiseksi. Ekologisen kestävyuden ja luontoympäristön vaalimisen
lisäksi tärkeitä ovat tuotteiden ja palvelujen laadun parantaminen
sekä asiakkaiden ohjaaminen kestäväan matkailukäyttöön. Alueita
on pystyttävä tukemaan uudenlaisten haasteiden edessä, koska
muutoksen tahti on nopea. Tämän vuoksi hanketta toteutetaan
yhteistyössä Oulun yliopiston, Metsähallituksen sekä Kajaanin am-
mattikorkeakoulun kanssa ja hyödynnetään näiden tahojen monipuolista
asiantuntijuutta erityisesti kestäväan kehitykseen liittyen

Kuusamon lentokenttää ympäröivät matkailualueet ovat eräin osin heterogeenisiä, mikä on lentokentän kautta saavutettavissa olevien matkailumahdollisuuksien yhteismarkkinoinnissa huomioitava. Tähän yhteismarkkinointiaiheeseen halutaan nyt kuitenkin tarttua määrätietoisesti, koska on löytynyt alueita yhdistävä yhteinen teema Land of National Parks –teema. Teema on kaikkien lentokentän vaikutusalueella sijaitsevien matkailualueiden hyväksymä, niiden omia brändejä tukeva ja alueita positiivisesti yhdistävä tukibrändi. Kansallispuistot ovat kansainvälisesti arvostettuja ja merkityksellisiä matkailukohteita, joten Kuusamon lentokentän vaikutusalue useine kansallispuistoinneen on kohteena ainutlaatuinen kokonaisuus maailmalla markkinoitavaksi.

Hankkeella pyritään myös vastaamaan digitalisaation nopean kehitysvauhdin mukanaan tuomaan haasteeseen matkailupalveluiden löydettävyydessä, myynnissä ja markkinoinnissa omatoimimatkailijan näkökulmasta. Pärjätäkseen ja erottuakseen kansainvälisessä kilpailussa alueiden on huomioitava ja panostettava täysin uudentyypiseen ajatteluun paitsi palvelujen markkinoinnissa myös sisältöjen tuottamisessa, uudentyyppisissä palvelualueistoissa ja toimintamalleissa digitaalisen ostopolun suunnittelusta kokonaisvaltaiseen digitaaliseen destinaation markkinointiin ja palveluketjuun. Tähän halutaan varautua hankkeessa lisäämällä osaamista kullakin matkailualueella niiden omista (digi)lähtökohdista eteenpäin, mutta hyödyntäen alueiden välistä yhteistyötä eri alustoilla.

Hankkeen tavoitteena on erottua muista matkailualueista ja tulla tunnetuksi kansainvälisesti Kuusamon lentokentän kautta saavutettavissa olevista useista kansallispuistoista sekä sujuvista, laadukkaista ja ympäristöystävällisistä toimintatavoista niin ryhmämatkailijoille kuin omatoimimatkailijoille. Erityisesti digitaalisten palvelukonseptien osalta tavoitteena on olla Suomen ja Euroopan kärkiluokkaa.

Keskeisiä tavoitteita:

A) Matkailun kestävä kasvu

- Lentomatkustajamäärien 10 % vuotuinen kasvu Kuusamon lentokentällä
- Kv-yöpymisten 8-12 % vuotuinen kasvu (tavoitteet kuntakohtaisia)
- Hankealueen matkailullisesti tärkeimmillä luontokohteilla 3 % kasvukävijä-määrissä (vuoden 2017 tasosta vuoteen 2021)

B) Ympärivuotisuuden kehittäminen

- Lumettoman ajan kv-yöpymisten määrän n. 20% vuotuinen kasvu (eroja kuntakohtaisesti)

C) Land of National Parks -alueen tunnettuuden kehittäminen

- Digitaalisuuden avulla tehokkaampia ja asiakaslähtöisempiä palvelukonsepteja matkailijoille

- Land of National Parks –brändi aktiivisesti käytössä matkailualueiden omien brändien tukijana

Päätyöpakettit:

1. Työpaketti: Lentoliikenteen ja liikkumispalveluiden edistäminen (NP ja RKM)

Lentoliikenteen edistämisen työpaketissa Ruka-Kuusamo Matkailun kv-asiantuntija edustaa LoNP-aluetta koskevilla lentoliikenneneuvotteluissa koko Kuusamon lentokentän vaikutusalueen matkailualueita. Lentoyhtiöiden kanssa yhteistyössä sovittavat ja toteutettavat LoNP –aluetta koskevat markkinointikampanjat toteutetaan Naturpolis Oy:n toimenpiteenä, mutta niistä sovitaan yhteisesti muiden osatoteuttajien kanssa työryhmässä. Markkinointikampanjat tulevat keskittymään ympärivuotisuuden edistämiseen, ja niitä toteutetaan 1-2 kpl/ vuosi. Näitä kampanjoita varten tullaan internetiin toteuttamaan LoNP –alueen yhteinen landing page, josta tulee edelleen ohjaus kullekin matkailualueelle. Lisäksi alueet jatkokehittävät ja toteuttavat LoNP -matkansuunnittelusovelluksen yhteistyössä Metsähallituksen kanssa.

LoNP –alueen pitkien etäisyyksien ja heikkojen julkisten liikenneyhteyksien vuoksi on kansainvälisen matkailun edistämisen näkökulmasta erittäin tärkeää huomioida myös liikkumispalveluiden edistämisen merkitys matkailualueiden välillä ja sisällä. Sitä varten Naturpoliksella on yhdessä lin Micropoliksen kanssa käynnissä Älyliikenne 2020 –hanke, jonka avulla voidaan suunnitella ja kehittää liikkumispalveluita tukevia ratkaisuja alueella. Gateway to LoNP –hanke tulee tekemään tiivistä yhteistyötä Älyliikenne 2020 -hankkeen kanssa näissä kysymyksissä. Hankkeiden välillä pidetään suunnittelupalaveria, joissa välitetään tietoa matkailualan tarpeista Älyliikennehankkeelle, jonka toimenpiteitä puolestaan voidaan mahdollisuuksien mukaan suunnata LoNP -toimijoiden esittämiin tarpeisiin ja kohteisiin.

2. Työpaketti: Land of National Parks - Vetovoimaista ja kestävä luontomatkailua (Metsähallitus)

Land of National Parks on viestinnällinen konsepti, joka sitoo yhteen Kuusamon lentokentän vaikutusalueella olevat matkailualueet ja luontokohteet. Land of National Parks -konseptiin kuuluu viisi Kuusamon lentokentän vaikutusalueella olevaa kansallispuistoa (Hossa, Riisitunturi, Syöte ja Oulanka + Paanajärvi) sekä niihin olennaisesti liittyvät muut hankealueen luontokohteet. Hossan kansallispuisto sijaitsee pääosin Kainuun maakunnan alueella, Oulangan ja Syötteen kansallispuistot pääosin Pohjois-Pohjanmaan alueella ja Riisitunturin kansallispuisto Lapin maakunnassa. Hankkeen toimenpiteet keskitty-

vät hankealueella sijaitseviin luontokohteisiin ja Paanajärven kansallispuisto on mukana vain viestinnällisen konseptin osana.

2.1 Digitaalisuuden avulla vetovoimaa kansallispuistojen tuotteisiin:

- Land of National Parks kärkiaktiiviteettioppaat (LONP Maastopyöräily, LONP Melonta, LONP Esteetön, LONP Päiväreitit) digitaalisina.
- Materiaalista voidaan tarvittaessa irrottaa puistokohtaiset tai yksittäiset tuotekortit.
- Outdoor Active reittikuvausten jatkokehitys Metsähallituksen reittien osalta.
- Sosiaalisessa mediassa jaettavaksi soveltuvat videoesittelyt reiteistä tai aktiiviteeteista (2-3 reittiä tai aktiiviteettia/ kansallispuisto)

2.2 Brändinmukaista viestintää asiakkaille ja kiinnostavaa ja ajantasaista tietoa sidosryhmille:

- Luonnonsuojelun ja kulttuuriperinnön yms. asiantuntijoiden tietois-
kut videoituina kansallispuistojen erityispiirteistä ja -kohteista
- Kansallispuistoihin liittyvät tarinat lyhyinä videoklippeinä tai podcasteina.

2.3 Kestävää luontomatkailua:

- Kaikissa Land of National Parks - kansallispuistoissa otetaan käyttöön uusi kestävyyden seurannan menetelmä, jotta pystytään tarkemmin seuraamaan matkailun kestävyyttä (ekologinen, taloudellinen ja sosiokulttuurinen kestävyys) kansainvälisten matkailijoiden määrän kasvaessa.
- Kahdella siirrettävällä mobiililaskurilla varmistetaan tarkempi seuranta eri LONP kohteissa ja eri sesonkeina.

3. Työpaketti: LoNP –alueen matkailun kestävyden vahvistaminen (OY)

Land of National Parks -alueen kansainvälinen matkailu on kasvanut merkittävästi viime vuosina ja kasvu näyttää jatkuvan edelleen. Matkailun kehittämiseen ja matkailijamäärien suureen kasvuun liittyy kuitenkin aina myös haasteita, jotka saattavat vaarantaa matkailuelinkeinon tulevaisuutta. Kehittämällä alueen matkailun kestävyttä kokonaisvaltaisesti voidaan näihin haasteisiin vastata jo ennakoivasti ja turvata matkailun säilymistä alueelle ominaisessa, puhtaasta luonnonympäristöstä hyvin riippuvaisessa muodossaan. Kokonaisvaltaisessa kestävydessä huomioidaan paitsi kestävyden eri osa-alueet (taloudellinen, sosiaalinen, kulttuurinen, ekologinen) myös erilaiset matkailutoimijat.

Työpaketissa hyödynnetään myös digitalisaatiota esimerkiksi yritysten erikoistuneen kestävyysuunnittelun tukemisessa. LoNPalueen matkailuyritysten kestävyysosaamista vahvistetaan muokkaamalla aiemmassa hankkeessa luodusta kestävyysoppaasta digitaalinen ja

aiempaa erikoistuneempi, eli yritysten erilaiset toimintaolosuhteet ja palvelut huomioiva kestävyysuunnitteluopas; esim. ohjeita erityisesti majoituspalveluita tai kesäisiä luontoaktiviteetteja tarjoaville yrityksille.

Työpaketissa tuotetaan uutta tietoa ja täydennetään aiemmissa hankkeissa kerättyä tietoa ja osaamista kestävydestä koko LoNP:n yritysten hyödynnettäväksi. Kestävyyden kehittämiseksi kartoitetaan myös kestävyysnykytaso koko alueella: tehdään selvitys siitä, kuinka moni hankkeen kohderyhmään kuuluva matkailuyritys on tehnyt kestävyysuunnitelman. Tutkimustyön ja muiden osatoteuttajien kanssa tehtävän yhteistyön ja tiedonvaihdon kautta luodaan kestävä matkailuun ohjaavaa materiaalia yritysten ja matkailijoiden sekä matkanjärjestäjien käyttöön. Tietoa ja osaamista jalkautetaan alueen yrityksille hankkeessa yhteistyönä pidettävien työpajojen muodossa.

4. Työpaketti: Matkailualueiden uudistumisen ja kehittämisen tukeminen (KAMK)

Työpaketin tavoitteena on matkailualueiden hallitun kasvun, uudistumisen ja kehityksen tukeminen. Matkailualueiden uudistumisen ja kehittämisen toimenpiteet laaditaan yhdessä hankkeessa mukana olevien alueiden kanssa. Tarpeet uudistumiseen, kehittämiseen ja kasvuun jokainen matkailualue määrittää itse eli kehitystyö lähtee jokaisen alueen omista lähtökohdista. Samalla pyritään lisäämään matkailualueiden ja -toimijoiden välistä yhteistyötä yhteisten päämäärien ja tavoitteiden toteuttamiseksi.

4.1 Kuusamo: Kesämatkailun kehittäminen, lumettoman ajan toimintojen kehittäminen

4.2 Syöte: Matkailijatutkimuksen tekeminen, Syötteellä vierailevien matkailijoiden asiakasprofiilin hahmottaminen (asiakaskyselyn suunnittelu, toteuttaminen ja analysoiminen)

4.3 Suomussalmi: Talvimatkailun kehittäminen, eri kohderyhmien markkinakartoituksen tekeminen ja Suomussalmen kunnan talvimatkailun kehittämissuunnitelman laatiminen

4.4 Taivalkoski: Lumettoman ajan palvelutarjonnan esiin nostaminen, ulkoiluun liittyvän matkailun kehittäminen, matkailun digitaalisen markkinoinnin kehittäminen

4.5 Posio: Asiakastarpeiden kartoittaminen (valitun kohderyhmän tarvekartoituksen suunnittelu ja toteuttaminen innovaatio- ja ennakoitutyöpajoissa), uusien tapahtumien konseptointi.

4.6 Oulun yliopisto: Kestävän matkailun kehittäminen (kestävyys-suunnitelmaoppaan kehittäminen, oppaan digitalisoiminen, kestävyystyöpajat)

5. Työpaketti: Matkailualuekohtaiset toimenpiteet

5.1 Kuusamo (NP ja RKM)

Kuusamossa hankkeen toimenpiteet keskittyvät erityisesti lumetoman kauden matkailun kasvun vauhdittamiseen tähtääviin toimenpiteisiin, yksilömatkailun lisääntymisen huomiointiin palvelukonseptoinnissa sekä saavutettavuuden kehittämiseen. Toimenpiteitä suunnataan ennen muuta uusille kehittyville markkina-alueille, joihin myös Visit Finland tulee panostamaan tulevina vuosina (USA, Intia ja hiekkamaista Arabiemiraatit, Qatar ja Saudi-Arabia), ja lisäksi Ruka-Kuusamo vahvistaa oman strategiansa mukaisesti edelleen olemassa olevia markkina-alueitaan Euroopassa ja Aasiassa.

Ruka-Kuusamo markkinoi monipuolisesti matkailualueitaan erityisesti kesään painottuen. Se tehdään mm. rakentamalla vahvaa matkanjärjestäjäverkostoa kohdemaihin. Kohdemaiden matkanjärjestäjiä ja lentoyhtiöiden edustajia kutsutaan tutustumaan alueeseen ja heidät perehdytetään alueen monipuoliseen matkailutarjontaan. Näiden fam-tripien eli tutustumismatkojen avulla saadaan samalla palautetta palveluiden toimivuudesta, löydettävyydestä ja eri kulttuurien huomioimisesta. Fam-tripien palautteet kerätään aina vierailujen jälkeen ja koostetaan alueen yritysten hyödynnettäväksi.

Kuusamon työpaketin tavoitteena on huolehtia Ruka-Kuusamon alueelle saapuvan kansainvälisen matkailijan laadukkaasta asiakaspoluta aina haaveilusta matkan varaamiseen ja matkan jälkeiseen aikaan. Hankkeen avulla pyritään varmistamaan alueen matkailutoimijoiden digitaalisten asiakaspolkujen osaamisen ja resurssien kehittyminen, mukaan lukien nousevia jakelualustoja ja vaikuttajamarkkinointia koskevan ymmärryksen kasvu ja näihin liittyvien toimenpiteiden käynnistäminen.

5.2 Salla (Sallan kunta)

5.2.1 (Sallan TP 1): Etelä-Sallan alueen konseptisuunnittelu sekä reittien kehittäminen ja brändäys. Konseptisuunnittelun kautta Salla saa konkreettiset keinot liittää Oulangan kansallispuisto, Karhunkierrosretkeilyreitti ja Napapiiri kiinteäksi osaksi omaa matkailuaan. Oulangan kansallispuiston ja Sallan matkailukeskuksen välisten sekä Sallassa sijaitsevien reittien nykytila kartoitetaan ja reitit brändätään.

5.2.2 (Sallan TP 2): Sallan kansallispuiston perustamismahdollisuuksien selvittäminen ostopalveluna. Sallan kansallispuiston selvitystyö toteutetaan hankkeessa ostopalveluna ja Metsähallituksen osaamista hyödyntäen. Paikallisten ja matkailijoiden mielipiteet uudesta kan-

sallispuistosta selvitetään toteutettavan kyselytutkimuksen avulla. Kansallispuiston perustamisen yleissuunnitelma toteutetaan ostopalveluna.

5.2.3 (Sallan TP 3): Digitaalisen ja logistisen saavutettavuuden kehittäminen. Työpaketissa selvitetään yleisellä tasolla, miten matkailualueen sähköinen ostopolku kannattaa ja voidaan toteuttaa parhaalla mahdollisella tavalla. Työpaketissa kartoitetaan eri toteutustapoja, uusien lakien (kuten matkapakettilaki) vaikutuksia toteutustapoihin ja eri alustavaihtoehtoja.

5.2.4 (Sallan TP 4): Markkinointitoimenpiteet. Sallan matkailualueetta esitellään hankkeen aikana medialle ja matkanjärjestäjille paikan päällä Sallassa sekä markkinointitilaisuuksissa. Tutustumis- eli fam trip -matkoja Sallaan järjestetään hankeajankautena kaksi. Lisäksi hanke-työntekijä tai hankekoordinaattori esittelee Sallan matkailualueetta ulkomailla eri tapahtumissa.

5.3 Syöte (Syötteen matkailuyhdistys)

Hankkeen tarkoituksena on tukea Syötteen alueen kehittämissuunnitelman tavoitteiden mukaisesti kansainvälistä markkinointia. Tavoitteena on kehittää yhteistyötä nykyisten jälleenmyyjien kanssa, avata uusia markkinoita valituilla kohdemarkkinoilla sekä löytää uusia kohderyhmiä.

Hankkeessa suunnitellaan ja toteutetaan ajantasaista Syötteen ja Pudasjärven alueen yhteistä matkailun markkinointimateriaalia. Markkinointimateriaalia tuotetaan ja kehitetään markkina-aluekohtaisesti sekä digitaaliseen että printtimediaan. Etsitään myös uusia digitaalisia ratkaisuja markkinointiin. Hankkeessa järjestetään myös asiantuntija-, media- ja matkanjärjestäjävierailuja alueelle.

5.4 Suomussalmi (Suomussalmen kunta)

Hossan matkailualueen visio vuoteen 2025 ”Luonnostaan monipuolinen Hossa – Aktiviteettejä ja kulttuuria keskellä luontoa, jokaisena vuodenaikana” tarvitsee edelleen konkreettisia toimenpiteitä. Hankkeella tuodaan alueelle tietoa kansainvälisen matkailijan tarpeista ja vastuullisesta yritystoiminnasta sekä vahvistetaan matkailualueen kansainvälistä markkinointia ja luodaan pohjaa kansainvälisten tapahtumien toteuttamiselle Hossassa. Toimenpiteinä muun muassa KV markkinointi (markkinointimatkat Eurooppa ja Aasia, FAM tripit ja mediamatkat), markkinointimateriaalin tuottaminen, tuotteistaminen (luontomatkailukohteille kansainvälistä vetovoimaa –työpajat) ja uusien tapahtumien konseptointi.

5.5 Taivalkoski (NP)

Taivalkoskella kansainvälinen matkailu painottuu tällä hetkellä talvi-kauteen ja ryhmämatkailijoihin, joten ympärivuotisuuden lisäämiseksi

hankkeessa pyritään kehittämään erityisesti lumettoman ajan matkailua sekä yksilömatkailijoiden huomioimista. Hankkeessa toteutetaan Eurooppaan suuntautuva markkinakartoitus, jonka avulla pyritään löytämään Taivalkosken matkailutarjonnasta potentiaalisesti kiinnostuneita matkanjärjestäjiä, jolle sen jälkeen järjestetään mahdollisuus käydä tutustumassa alueeseen fam-trip –matkoilla. Vaikuttaja- ja mediamarkkinointi on yksi tehokas tapa matkakohteen markkinoinniseksi omatoimimatkailijoille. Hankkeen toimenpiteinä järjestetään myös mediamatkoja Taivalkoskelle, mitä kautta saadaan alueen matkailupalveluita esiin monipuolisesti eri medioissa ja tavoitetaan niin suurta yleisöä kuin erityisesti valikoituja kohderyhmiä.

Kansainvälistä markkinointia varten tarvitaan alueesta uutta ja myös digitaalisessa muodossa käytettävissä olevaa markkinointimateriaalia, mitä varten alueella tehdään kuvauksia ja suunnitellaan ja tuotetaan aluetta esittelevää uutta markkinointimateriaalia kieliversioineen. Kansainvälisille matkailijoille halutaan tuoda alueen kulttuuri-, luonto- ja liikuntamahdollisuuksia paremmin esiin keräämällä tietoa näistä yhteen ja suunnittelemalla kohde- ja palvelutarjonnan helppoa ja houkuttelevaa esilletuontia ja monipuolista hyödynnettävyyttä.

5.6 Posio (Posion kunta)

Posion matkailustrategian pääteemoiksi on määritelty erikoistunut kestävä kehitys luontomatkailu ja kulttuurimatkailu laaja-alaisesti. Posion toimenpiteitä ovat: 1. Markkinointimateriaalit ja –toimet, 2. Löydettävyys ja liikkuminen, 3. Posion matkailualueen ja sen matkakohteiden (luontokohteiden) brändäys.

5.6.1 Markkinointimateriaalit ja –toimet

Tuotamme, editoimme ja toteutamme uutta Posion matkailualueen markkinointimateriaalia ostopalveluina ja omana tuotantona (still- ja videokuvaukset sekä mahdollisesti AR ja/tai VR toteutukset). Samaa materiaalia tulemme monipuolisesti käyttämään sekä sähköisissä että perinteisissä monikielisesti tuotetuissa matkailualueen esitemateriaaleissa.

Organisoimme markkinointimatkoja (alueen yleismarkkinointi-, vierailu-, markkinaselvitys-, verkostoitumistoimenpiteet), olemme mukana matkanjärjestäjä- (FAM), tiedotusvälineiden edustajien (media) ja somevaikuttajien (bloggarit, vloggarit) matkailualueelle kohdentuvien vierailu- ja tutustumismatkojen toteutuksessa.

5.6.2 Löydettävyys ja liikkuminen

Posion löydettävyyden kehittämistä viemme eteenpäin erilaisin pääasiassa sähköisissä markkinointikanavissa ja hakukoneoptimoinnissa ostopalveluina toteutettavien kampanjain. Painotamme sähköisen markkinoinnin kehittämistä.

5.6.3 Posion matkailualueen ja sen matkakohteiden brändäys
Matkailukohteiden brändäys tarkoittaa Posion kunnan (matkailualueen) ja sen kärkiluontomatkailukohteiden kaupallisten kehittämismahdollisuuksien kartoittamista ja sen jälkeen tarkempaa suunnittelamista esim. teettämällä Master plan tai vastaava kehittämissuunnitelma matkailualueen luontomatkailukohteesta/ -kohteista.

Edistämme konkreettisesti Posion keskeisten matkakohteiden, kuten Riisitunturin kansallispuiston, Korouoman alueen, vesistöjen esim. Kitka- ja Livojärvien, Hirsiniemen, Mustanrinnan ja Murtotunturien matkailun kehittämistä. Erityishuomio on Korouoman ja sen lähialueen kehittämisessä. Posion päämatkakohteiden brändäyksen edistäminen tapahtuu mm. alueen tai alueiden 3D kuvantamisena tai vastaavan esittelymateriaalin valmistamisena matkailuinvestointien houkuttelemiseksi ja matkailijoiden tarpeet huomioiden.

Hankkeetta ovat rahoittaneet hakijoiden lisäksi Matkalla Sallaan ry., Taivalkosken kunta ja Kuusamon kaupunki.

Hankkeen suunniteltu toteutusaika on 1.5.2019 – 31.12.2021.

Kokonaiskustannusarvio (€):

Henkilöstökustannukset:	1 610 168	
Ostopalvelut:	1 554 040	
Matkakustannukset:	219 332	
Kone- ja laitehankinnat:	10 700	
Muut kustannukset:		
Välilliset kustannukset:	241 533	
Kustannukset yhteensä:	3 635 773	(P-P 2 714 466)

Kokonaisrahoitussuunnitelma (€):

Haettu EAKR- ja valtion rahoitus:	2 545 036	(P-P 1 900 123)
Kuntien rahoitus:	509 509	
Muu julkinen rahoitus:	214 862	
Yksityinen rahoitus:	366 366	
Rahoitus yhteensä:	3 635 773	

Kainuun osuus hankkeesta on EU+valtio 268 778 € (KAMK ja Suomussalmi omarahoitus yhteensä 115 191 €).

Hankearviointi, pisteet: 40/ 55

Maakuntaohjelman kehittämisteema: KT 1 A

Päätösesityksen perustelut:

Hanke edistää matkailualan pk-yritysten kansainvälistymisen lisääntymistä ja tukee markkina-alueen ja asiakaspohjan laajentumista. Hankkeella on myönteinen vaikutus yhteistoimintamuotojen vahvistamiseen yritysten välillä sekä hanke parantaa toimialan kilpailukykyä. Hanke edistää maakunnan matkailutulon kasvua.

Hanke tukee Pohjois-Pohjanmaan matkailustrategian toteutumista ja on maakuntaohjelman mukainen. Asiakaspohjan kokonaisvaltaiseen digitalisointiin (digital destination management) tulee panostaa vahvasti. Suomen matkailun Digitiekartan 2018 mukaan. Matkailu on vahvasti digitalisoituvaa toimialaa.

Kainuun liiton hanketiimi käsitteli hankeasiaa kokouksessaan 9.10.18 ja puolsi hankkeen rahoittamista.

Kainuun maakunnan yhteistyöryhmän sihteeristö käsitteli hankeasiaa kokouksessaan 18.2.2019 ja puolsi hankkeen rahoittamista.

Hanke tukee Kainuun maakuntaohjelman kohtaa 1.4 Kainuun elinkeinojen kärkien kasvun, uudistumisen ja kansainvälistymisen tukeminen ja investointien lisääminen ja siinä kohtaa 1.4.1 Matkailu sekä älykkään erikoistumisen kohtaa 6.3.1 Aktiviteettimatkailu.

Erillisliite nro 1: Hanke-esittelykalvot

Valmistelija: Aki Lappalainen, 040-502 1851. Lisätietoja asiasta antaa EU-hankekoordinaattori Heikki Immonen, puh. 044 797 4273.

Maakuntajohtajan ehdotus:

Maakunnan yhteistyöryhmä (MYR) puoltaa hankkeen rahoittamista ja myöntövaltuuden siirtämistä (TL 1 yhteensä 268 778 €) Pohjois-Pohjanmaan liitolle käytettäväksi yllä mainitun hankkeen rahoittamiseen (Kainuun osuus).

Maakunnan yhteistyöryhmä (MYR):

Hankkeen esitteli kokouksessa hakijan edustaja matkailupäällikkö Aija Laukkanen Suomussalmen kunnasta.

Hyväksyttiin maakuntajohtajan ehdotuksen mukaisesti.

Maakuntajohtajan poissaollessa asian esittelijänä toimi suunnittelujohtaja Hannu Heikkinen.

Väätäinen Eija ja Keränen Mikko esteellisinä eivät osallistuneet tämän hankkeen päätöksentekoon.

