

LOPPURAPORTTI

Kuusamo Lapland -alueen matkailuviennin koordinointi

Dnro POPELY0460/05.02.09.2011C

Eura 2007-tunnus A557819

1. PROJEKTIN LÄHTÖKOHTA JA KOHDERYHMÄ

Kuusamo Lapland alueen 50 yritystä ovat muodostaneet yhteistyöverkoston, joka kokoaa resurssit kansainvälistä markkinointia koskevaan yhteistyöhön ja markkinointiin. Yhteistyön perustana on ollut Kuusamon lentokenttä, jonka vaikutusalueella yritykset sijaitsevat. Verkostossa ovat olleet käytännössä mukana kaikki kansainvälisille markkinoille tähtäävät avainyritykset ja heidän kauttaan myös lukuisa määrä alihankkijaverkostoja. Yhteistyö on alkanut vuonna 2003 ja siinä on edetty 3-vuotiskausittain kulloinkin laaditun tarvekartoituksen ja strategian pohjalta.

Yritysten kansainvälistyminen on ollut voimakkaassa murrosvaiheessa monestakin syystä. Ensiksikin taantuma ja vähenevät resurssit ovat lisänneet yritysten yhteistyön tarvetta entisestään. Lisäksi Lapin liiton hallinnoima Lapland North of Finland – imagomarkkinointihanke on käynnistynyt. Yritykset eivät ole suoraan mukana imagomarkkinointihankkeessa vaan hanke on tarvinnut alueellista koordinoitua, jotta imagomarkkinointi pystytään hyödyntämään alueella mahdollisimman hyvin. Lisäksi Kuusamo Lapland -alueella tarvitaan yhteistä koordinoitua kansainvälisillä markkinoilla mm. matkanjärjestäjä-, Visit Finland ja muussa partneriyhteistyössä.

Jakelutien siirtyminen entistä enemmän sähköiseen markkinointiin ja kauppaan edellyttää Kuusamo Lapland -alueen yritysten aktivointia ja toimintaympäristön kehittämistä internetin ja sosiaalisen median puolella. Hankkeen aikana selvitettiin asiantuntijapalveluna alueen ja yritysten internet- ja sosiaalisen median näkyvyyden lähtötilanne sekä kehitettiin koulutuksien kautta alueen Internet -markkinointia.

Hankkeen avulla pyrittiin edistämään Kuusamo Lapland alueen pienten ja keskisuurten yritysten kehittymistä, kasvua ja kansainvälistymistä.

2. PROJEKTIN TOTEUTUS

Hankkeen toteuttajana ja hallinnoijana on toiminut Naturpolis Oy, jonka omistavat Kuusamon kaupunki ja Taivalkosken kunta. Hankkeen vastuullisena johtajana on toiminut Naturpolis Oy:n toimitusjohtaja Jari Hentilä.

Hankkeen valmistelevia töitä hoiti jo pitkään Kuusamo Lapland -alueen kansainvälisissä matkailuhankkeissa projektipäällikkönä toiminut Outi Saastamoinen alkuvuodesta 2012. Huhtikuussa 2012 rekrytoitiin matkailukoordinaattori hankkeen kokoaikaiseksi vetäjäksi. Toukokuussa 2012 tehtävään valittiin matkailun restonomi Liisa Vihermaa. Hankkeen osa-aikaisena projektisihteerinä toimi Kirsti Pitkänen. Liisa Vihermaa aloitti hankkeen vetäjänä 1.8.2012, minkä jälkeen käynnistyivät varsinaiset hankkeen toimenpiteet. Liisa Vihermaan äitiysloman sijaisena toimi Elisa Kangasaho 1.12.2012 – 30.4.2013.

Ohjausryhmätyöskentely:

Naturpolis Oy:n toimitusjohtaja Jari Hentilä teki 20.8.2012 päätöksen ohjausryhmän asettamisesta. Päätöksessä nimettiin ohjausryhmän jäsenet, rahoittajan edustaja sekä ohjausryhmän sihteeri.

Ohjausryhmän jäsenet:

Henrik Karvonen, Ruka Kuusamo matkailuyhdistys ry
Tuija Kääriäinen, Matkalle Sallaan ry
Reijo Lantto, Posion matkailuyhdistys ry
Risto Tyni, Taivalkosken matkailuyhdistys ry
Juha Kuukasjärvi, Iso-Syötteen matkailuyhdistys ry
Ville Aho, Rukakeskus Oy

Matti Pohjola, Nordic Holidays Oy

Asiantuntijajäsenet:

Mika Perttunen, Naturpolis Oy

Liisa Vihermaa, Naturpolis Oy, sihteeri

Arja Keränen, rahoittajan edustaja, Pohjois-Pohjanmaan ELY-keskus

Hankkeen toteutusaikana ohjausryhmän kokoonpano muuttui. Juha Kuukasjärven tilalle Syötteen matkailuyhdistyksen edustajaksi valittiin toiminnanjohtaja Rauno Kurtti. Lisäksi Naturpolis Oy:n asiantuntijajäsen Mika Perttunen jäi pois ohjausryhmästä siirryttyään toisen työnantajan palvelukseen.

Ohjausryhmä kokoontui ensimmäisen kerran 25.9.2012. Ohjausryhmän kokouksia pidettiin yhteensä kahdeksan. Ohjausryhmä on vastannut omalta osaltaan hankkeen toimenpiteistä, vaikuttavuudesta ja hyväksynyt hankkeen maksatushakemukset ja loppuraportin.

Hankkeen hanketyöryhmänä toimi ns. Kuusamo Lapland -alueen kansainvälistymistiimi, jossa on laajasti yritysten edustus (10 yritystä sekä alueen matkailuyhdistysten toiminnanjohtajat. Kv-tiimissä on hyväksytty hankkeessa toteutettavat toimenpiteet ja lisäksi se on toiminut tiedotuskanavana yritysten ja matkailuyhdistysten suuntaan.

Hanke teki myös läheistä yhteistyötä Naturpolis Oy:n hallinnoimien muiden matkailuhankkeiden kanssa; Lentoyhteyksien ja matkanjärjestäjäyhteistyön kehittämishanke sekä Food ja Travel yleinen kehittämishanke. Toimenpiteitä suunniteltiin niin, että ne tukivat mahdollisimman paljon toisiaan eikä hankkeissa tehty päällekkäisiä toimenpiteitä. Lisäksi hanke toimi tiiviissä yhteistyössä myös Ruka-Kuusamo matkailuyhdistyksen hallinnoimissa Venäjän ja Saksan vientihankkeissa. Hankkeen vetäjä osallistui aktiivisesti muiden matkailuhankkeiden ohjausryhmätoimintaan sekä Venäjän ja Saksan vientihankkeiden Venäjätimiin ja Saksatiimiin. Nämä kaikki toimivat erittäin hyvinä tiedotuskanavina Kuusamo Lapland -alueen matkailuviennin koordinoitihankkeelle. Hanke toimi koordinoivana ja tiedottavana tahona eri matkailuhankkeiden ja yritysten välillä, jotta vältyttiin päällekkäisiltä toimenpiteiltä ja hankkeiden tuloksista ja toimenpiteistä tiedotettiin monissa eri työryhmissä.

3. HANKKEELLE ASETETUT TAVOITTEET

Parantaminen seuraavilla kehittämisalueilla:

- kansainvälistymisen edistäminen verkostoitumalla ja yhteistyöllä
- alueelle sopivat parhaan sähköisen markkinoinnin mallin selvittäminen yhteistyössä Lapin imagohankkeen ja muiden mahdollisten toimijoiden (esim. Visit Finland) kanssa
- kansainvälisen viestinnän toimintamallin luominen ja toteuttaminen

Kehittämisen- ja kansainvälistymistoimenpiteet keskittyvät strategian mukaisesti Venäjän, Hollannin/Benelux, Saksan ja Iso-Britannian markkinoille.

Hankkeen määrälliset tavoitteet:

Hankkeen määrällinen mitattava tavoitetaso määritellään yöpymisvuorokausina. Tavoitteena oli ulkomaisten yöpymisten kasvu keskimäärin 12 % vuodessa, mitä pidettiin hankkeen tavoitteita määriteltäessä riittävän haastavana, mutta samalla myös realistisena tavoitteena. Majoituskapasiteetti Kuusamo Lapland -alueella on lisääntynyt viime vuosina, samoin hanketta suunniteltaessa

lentoyhteydet olivat parantuneet, joten tavoitteeksi asetettiin, että myös liiketoiminnan alueella on kasvettava.

Tavoitteiden mukaan vuonna 2013 oltaisiin hieman yli vuoden 2007 lukujen. Kesän kysyntä oli ollut kasvussa hanketta suunniteltaessa, kasvua kesällä 2010 26 % (5 859 majoitusvuorokautta), mikä loi uskoa tavoiteasetteluun. Talven kysyntä sen sijaan oli pienessä laskussa koko Kuusamo Lapland - alueella v. 2010, mutta Rukan osalta talvessakin oli kasvua 3 %.

Hankkeen määrälliset tavoitteet lukuina:

Yöp. vrk	v. 2003	v. 2006	v. 2007	v. 2009	v. 2010	v. 2013
Yhteensä	77 387	96 794	158 006	138 810	126 000	177 000
Kesällä	32 371	25 495	38 875	22 630	28 473	48 000
Talvella	45 016	71 299	119 631	103 989	97 527	129 000

Kesä +20 %, talvi +10 %

Hankkeen sisältö suunniteltiin koostuvaksi neljästä toisiaan tukevasta osasta:

- kansainvälisen matkailumarkkinoinnin asiantuntijan palkkaaminen koordinoimaan alueellista yhteistyötä
- parhaan sähköisen markkinointijärjestelmän selvittäminen sekä kansainvälisen alueviestinnän toimintamallin kehittäminen (lehdistö, tv, sosiaalinen media)
- Lapland North of Finland – imagomarkkinointihankkeessa toteutettavia käytännön toimenpiteitä tukeva alueellinen resursointi
- Matkanjärjestäjä- ja Visit Finland – yhteistyön koordinointi

4. HANKKEELLE ASETETTUIEN TAVOITTEIDEN TOTEUTUMINEN

Hankkeen suunnittelun jälkeen ennen hankkeen alkamista kansainvälinen matkailu Kuusamo Lapland alueelle ajautui erittäin suurten haasteiden eteen. Yleinen maailmaa vallinnut taloudellinen taantuma alkoi näkyä myös Kuusamo Lapland -alueen kansainvälisen matkailun kehittämisessä. Lentoliikenteen suhteen ajaututtiin erittäin vaikeaan tilanteeseen Finnairin vähentäessä Kuusamon lentojen vuoroja talvikaudelle 2012–2013. Finnairin uudet aikataulut eivät myöskään palveleet mm. Keski-Euroopan markkinoilta saapuvia matkustajia. Samaan aikaan Blue1:n ilmoitti lentojen vähentymisestä ja myöhemmin Kuusamon lentojen loppumisesta. Kuusamo Lapland -alue sai osakseen todella paljon peruutuksia jo toteutuneista kv-kaupoista ja uusien kansainvälisten ryhmien saaminen oli erittäin vaikeaa.

Alueella jouduttiin panostamaan paljon energiaa ja voimavaroja lentoyhtiöneuvotteluihin. Lisäksi yritykset joutuivat järjestämään kv-asiakkailleen korvaavia lentoja/maakuljetuksia Oulun ja Rovaniemen kautta. Alueen yhteistyö oli vahvasti rakennettu Kuusamon lentoaseman vaikutusalueelle ja mukana yhteistyössä olivat Syöte (Pudasjärvi), Taivalkoski, Kuusamo, Posio ja Salla.

4.1 Missä määrin hankkeelle asetettu tavoite/asetetut tavoitteet on saavutettu tai saavutetaan? Mitkä ovat hankkeessa suoritettavat keskeisimmät toimenpiteet? Mitkä ovat merkittävimmät muutokset hankkeen toteuttamisessa verrattuna alkuperäiseen suunnitelmaan?

Hankkeelle asetetut määrälliset tavoitteet, joissa oli määritelty vuoteen 2013 mennessä ulkomaalaisten matkailijoiden yöpymisvuorokausien kasvavan 177 000, ovat toteutuneet melko hyvin. Tilastotiedot eivät ole kuitenkaan vielä valmistuneet vuoden 2013 loppuun saakka. Käytettävissä on loppuraporttia laadittaessa vasta vuodelta 2013 tammi-lokakuun luvut. Aikaisemmat vuodet huomioden voidaan arvioida, että kokonaisyöpymisvuorokausissa päädyttäneen yli 170 000 vuonna 2013. Kasvu on tullut kuitenkin pääsääntöisesti talvesta kesän pysyessä suurin piirtein samalla tasolla, verrattuna vuoteen 2007 myös hieman laskenut. Kesämatkailusta odotettiin kasvua mm. suunnitteilla kesäkaudelle 2012 olleesta Voigtin kesächarter sarjasta. Kesächarterit Amsterdamista jäivät kuitenkin toteutumatta yleisen taloudellisen taantuman vuoksi.

Suurin kasvu alueen kansainvälisten matkailijoiden yöpymisvuorokausiin on tullut Venäjältä ja Iso-Britanniasta. Venäjän kasvu on pitkälti nojautunut automatkustajien varaan ja Iso-Britannian kasvu on tullut TUI UK:n Kuusamon kentälle lentämistä talvilomachartereista.

Yleinen maailmanlaajuinen taloudellinen taantuma sekä lentoliikenteen ja saavutettavuuden haastavuus huomioon ottaen Kuusamo Lapland -alueen kansainvälisten yöpymisvuorokausien kehittyminen ja kasvu on ollut erittäin positiivista ja luonut uskoa alueen yrityksille alueen matkailun vetovoimasta.

Yöpymisvuorokaudet	v. 2007	v. 2011	v. 2012	v. 2013 (tammi-lokakuu)
Yhteensä	158 006	141 142	165 482	125 286
Kesä	38 875	33 517	34 581	33 838
Talvi	119 631	107 625	130 901	

Hankkeen aikana on toteutettu ja koordinoitu 10 matkanjärjestäjä / mediamatkaa Venäjältä, Keski-Euroopasta, Hollannista sekä Iso-Britanniasta. Osa vierailuista on järjestetty yhteistyössä mm. Lapland North of Finland imagomarkkinointihankkeen kanssa, osa yhteistyössä Visit Finlandin kanssa. Matkanjärjestäjävierailuiden kautta yritykset ovat saaneet uusia kontakteja tärkeimmiltä markkina-alueiltamme sekä päässeet esittelemään omia tuotteitaan matkanjärjestäjille. Vierailut ovat edistäneet yritysten kansainvälistymistä ja kasvua. Hankkeen aikana alueella on vierailut myös Visit Finlandin edustajia maailmalta. He ovat tutustuneet useisiin yrityksiin ja sitä kautta vievät omille markkinoilleen tietoa alueen yritysten tarjonnasta. Mediavierailut ovat tuoneet alueelle mahdollisuuden näkyä kansainvälisessä mediassa.

Medianäkyvyyttä on saatu myös Lapland North of Finland imagomarkkinointihankkeen kautta, jossa on tehty laajasti töitä medianäkyvyyden suhteen Iso-Britannian, Saksan, Hollannin ja Venäjän markkinoilla. Imagomarkkinointihanke on mm. mediatiedotteissaan tiedottanut alueen uutuuksista.

Hankkeen aikana toteutettiin Kuusamo Lapland alueen sähköisen verkkojalanjäljen mittaaminen Iso-Britannian markkinoilla. Työ toteutettiin kilpailutuksen kautta valittuna asiantuntijapalveluna Sähköinen Liiketoiminta Suomi Oy:n toimesta. Sekä Kuusamo Lapland -alue että siihen kuuluvat pienemmät matkailualueet (Salla, Posio, Ruka-Kuusamo, Taivalkoski, Syöte) saivat kattavan kuvan siitä, kuinka heidät Internetistä löydetään. Sähköisen verkkojalanjäljen mittaamiseen kuului myös työpajat, joihin oli kutsuttu alueorganisaatioiden edustajat, jotka vastaavat alueiden www-sivuista sekä myös hankkeen yhteistyöverkostossa mukana olleet matkailuyritykset. Sekä alueorganisaatiot että yritykset saivat erittäin kattavasti tietoa ja konkreettisia ohjeita kuinka voivat parantaa omien www-sivujen näkyvyyttä sekä myös näkyvyyttään sosiaalisessa mediassa. Kuusamo Lapland -alueen yhteiset www-sivut ovat olleet lähinnä matkanjärjestäjille suunnatut sivustot ja niiden ylläpito on ollut kv-matkailuhankkeiden projektihenkilöstöllä. Kuusamo Lapland sivustosta päätettiin hankkeen aikana luopua ja keskittyä alueiden ja yritysten omien sivujen, nettikauppojen ja varausjärjestelmien

kehittämiseen sekä ristiin linkittämiseen, joka parantaa koko Kuusamo Lapland -alueen yhteistä näkyvyyttä. Ylläpitämättömät vanhentuneet sivut antavat alueesta ei-ammattimaisen kuvan. Lisäksi Lapland North of Finland imagomarkkinointihankkeen näkyvyyttä käytetään mahdollisimman hyvin hyödyksi alueen sähköisessä markkinoinnissa sekä myös varmistetaan, että alueen näkyvyys on hyvä Lapland North of Finland imagomarkkinointihankkeen omilla sivuilla (www.onlyinlapland.com).

4.2 Mitä vaikutuksia hankkeella on saatu tai saadaan aikaan pk-yritysten toimintaympäristön kannalta?

PK-yritykset pääsevät jatkossa mukaan kansainvälistymistoimenpiteisiin matkailuyhdistysten kautta. Ruka-Kuusamo alueella jatkossa toimivat kansainvälistymistiimit ohjaavat alueen konkreettisia kansainvälistymistoimenpiteitä, joihin pk-yritysten on helppo päästä mukaan. Matkanjärjestäjävierailuiden kautta pk-yritykset ovat saaneet uusia kansainvälisiä matkanjärjestäjäkontakteja. Hankkeen aikana on käyty neuvotteluja TUI UK:n kanssa uudesta talvichartersarjasta Manchesterista Kuusamoon talvikaudelle 2014–2015. Toteutuessaan chartersarja lisäisi useiden pk-yritysten kansainvälisten matkailijoiden määriä. Matkailukoordinaattori on myös pyrkinyt vahvistamaan yritysten omaa kansainvälistä osaamista ja löytämään oman yrityksen vahvuudet kullekin kohdealueelle.

Pk-yritykset ovat pystyneet hankkeen aikana kehittämään omaa sähköistä markkinointiaan ja www-näkyvyyttään.

4.3 Miten hankkeen kohteena ollutta toimintaa jatketaan hankkeen päättymisen jälkeen ja/tai mitkä ovat hankkeen jatkotoimenpiteet?

Hankkeen yhtenä päätavoitteista oli löytää pysyvä toimintamalli kansainvälisen matkailun koordinointiin, kehittämiseen, markkinointiin ja myyntiin. Kehitystyötä on tehty vuodesta 2003 alkaen eripituisten projektien muodossa. Hankkeen aikana matkailuyhdistysten puheenjohtajien ja toiminnanjohtajien välinen yhteistyö oli tiivistä. Tärkein yhteistyön kohde oli Kuusamon saavutettavuus lentäen ja toisaalta myös ratkaisujen löytäminen muiden lähialueen lentokenttien mahdollisimman tehokkaaseen ja kustannuksiltaan kannattavaan hyödyntämiseen.

Taloudellinen taantuma on ajanut monet pienet ja keski-suuret yritykset erittäin haastavaan taloudelliseen tilanteeseen. Lisäksi myös matkailuyhdistysten ja kaupunkien/kuntien menoja leikataan. Alueen yritykset, matkailuyhdistykset eikä myöskään kaupungit ja kunnat olleet valmiita rahoittamaan erillisen kansainvälisen matkailukoordinaattorin palkkausta, koska osittain samoja asioita pystytään hoitamaan myös matkailuyhdistysvetoisesti.

Hankkeen aikana toteutettuja toimenpiteitä tullaan jatkossa koordinoimaan matkailuyhdistysvetoisesti. Matkailuyhdistysten puheenjohtajat / toiminnanjohtajat tulevat jatkossa kokoontumaan n. neljä kertaa vuodessa. Vuoden 2014 tapaamiset sovittiin valmiiksi ennen hankkeen päättymistä. Kokouksiin valitaan aina kaikkia koskeva yhteinen tema mm. lentoliikenne, maakuljetukset, messut jne.

Lisäksi hankkeen hanketyöryhmänä toimineen kv-tiimin kanssa pidettiin yhteinen kansainvälistymistyöpaja, jossa mietittiin jatkotoimenpiteitä sekä tiimin toimintaa. Ruka-Kuusamo alueella tulee edelleenkin kokoontumaan kv-tiimi, jossa keskustellaan alueen tärkeistä kansainvälistymistoimenpiteistä. Kv-tiimissä on sekä yritysten että matkailuyhdistyksen edustajat. Lisäksi Ruka-Kuusamo alueella tulee jatkossa toimimaan myös markkinakohtaisia kansainvälistymistiimejä kuten Venäjätimi, Saksatiimi ja Iso-Britannia tiimi. Tiimien tarkoituksena on koordinoida kunkin kohdealueen kansainvälisiä toimenpiteitä liittyen markkinointiin, myyntiin sekä mm. matkanjärjestäjäyhteistyöhön. Yritykset tulevat ottamaan vielä suurempaa vastuuta alueen kansainvälistymisessä.

Visit Finland yhteistyö tulee jatkumaan matkailuyhdistysvetoisesti kuten myös Lapland North of Finland imagomarkkinointihanke.

5. HANKKEEN AIKANA TOTEUTETUT MATKAT: selvitys matkojen tarkoituksesta, toteutuksesta ja tuloksista

Hankkeen aikana toteutettiin kolme ulkomaan matkaa:

- Venäjätiiimin matka Murmanskiin 28.–30.8.2013

Kuusamon ja Sallan alueella toimiva Venäjätiiimi toteutti elokuussa 2013 matkan Murmanskiin. Kuusamo Lapland -alueen matkailuviennin koordinoitihankkeen vetäjä on kuulunut koko hankeajan Venäjätiiimiin. Mukana matkalla oli myös Ruka-Kuusamo alueen yrittäjiä. Suurin kasvu Venäjän markkinoilta on tullut autoilevista Kuusamo Lapland -alueen lähialuematkailijoista. Murmansk on yksi merkittävä alue, josta kasvua on edelleen mahdollista saada. Kuusamo Lapland -alueen tunnettuus Murmanskin alueella ei ole kuitenkaan vielä mitenkään merkittävä. Matkan tarkoituksena oli selvittää muiden pohjoisen Suomen ja naapurimaiden (Ruotsin ja Norjan) kohteiden näkyvyys Murmanskissa ja kartoittaa markkinointikanavia, joilla pystytään tavoittamaan automatkailijoita. Lisäksi matkan aikana pidettiin murmanskilaisille matkanjärjestäjille alueen infotilaisuus, jossa kerrottiin alueen matkailutarjonnasta. Matkanjärjestäjiltä saatiin paljon arvokasta tietoa mm. kuinka alueemme tunnetaan. Matkan aikana vierailtiin myös Kantalahdessa ja Polyarny Zorin kaupungeissa, joissa myös tavattiin matkanjärjestäjien edustajia. Jatkotoimenpiteenä matkasta tullaan järjestämään murmanskilaisille matkanjärjestäjille tutustumismatka alueelle kesällä 2014.

- Voigt Lapland Day Hollanti 12.–14.10.2013

Voigt Travel (<http://www.voigt-travel.nl/>) on hollantilainen matkanjärjestäjä, jonka tuotannossa on Suomessa Kuusamo Lapland alueelta Iso-Syöte, Saija Taivalkoskella, Kuusamo, Salla ja Posio. Voigt Travel lennättää asiakkaita talvikaudella suoralla tilauslennolla Amsterdamista Kuusamoon. Kuusamon kentältä asiakkaat jakaantuvat Kuusamon alueelle, Iso-Syötteelle, Taivalkoskelle Saijaan, Posiolle ja Sallaan.

Voigt Travel järjestää aina syksyisin omille asiakaskontakteilleen ”Lapland Day” tapahtuman, johon se kutsuu heidän yhteistyökumppaneitaan mukaan esittelemään tuotteitaan. Tapahtuman tarkoituksena on saada myytyä Voigt Travelin matkapaketteja ja esitellä asiakkaille aluetta ja tuotteita. Tilaisuus on myös todella hyvä paikka tavata Voigt Travelin henkilökuntaa, koska melkein kaikki ovat siellä paikalla.

Tapahtuman tuloksia:

- Tapahtumassa kävi 520 henkilöä.
- Voigt Travelin esitteitä jaettiin tilaisuudessa 210 kpl ja sen lisäksi 164 esitetilausta tuli internetin kautta. 78 % kävijöistä eivät olleet aiemmin matkustaneet Voigt Travelin kautta ja 22 % oli matkustanut joko kerran tai useammin heidän järjestämällään matkalla.
- Tilaisuuden aikana tuli Kuusamo Lapland –alueelle 24 varausta ja 13 alustavaa varausta. Lisäksi he saivat tilaisuuden aikana 2 tarjouspyyntöä räätälöidystä matkasta.

Liisa Vihermaa kävi neuvotteluja Voigt Travelin omistajan Cees van de Boschin kanssa mahdollisesta lisächarter sarjasta Kuusamoon talvikaudelle 2014–2015 edellytyksenä, että talvikauden 2013–2014 matkat myyvät hyvin ja lentoyhtiö Transavia lähtee jakamaan Voigt Travelin kanssa riskiä lennosta. Lisäksi Voigt Travel voisi olla kiinnostunut myös mahdollisesta kesächarter-sarjasta kesäkaudelle

2014 tai 2015 yhdessä lentoyhtiö Transavian kanssa. Voigt Travelin ja Transavian henkilökuntaa on tulossa tammikuussa 2014 alueelle, jolloin neuvottelut mahdollisesti jatkuvat yrittäjien toimesta.

- **WTM messut Lontoo 4.-7.11.2013**

Lontoon ja koko Euroopan suurimpaan matkailun ammattilaismessutapahtumaan osallistui Kuusamo Lapland -alueen edustajat Kuusamosta, Taivalkoskelta, Syötteeltä, Posiolta sekä Sallasta. Messuille osallistuttiin Visit Finlandin yhteisosastolla. Messut olivat erittäin hyvä jatkomarkkinointitoimenpide Lapland North of Finland imagomarkkinointihankkeen Lontoossa syksyllä toteutetulle ”Revontuli bussi” kampanjalle. Messuilla tavattiin sekä vanhoja yhteistyökumppaneita että uusia kontakteja Iso-Britanniasta ja myös muualta Euroopasta.

Tärkeimpänä oli tapaaminen TUI UK:n edustajien kanssa. TUI UK aloitti uudelleen suorat talvilomacharterit Lontoosta Kuusamon kentälle talvikaudella 2011–2012. Lennot jatkuvat edelleen talvikaudella 2013–2014. Lentosarja on pituudeltaan 12 viikkoa ja konekapasiteettia on kasvatettu talvikaudesta 2012–2013. TUI UK suunnittelee talvikaudelle 2014–2015 uutta talvilomachartersarjaa Manchesterista Kuusamoon, joka toteutuessaan toisi Kuusamo Lapland -alueelle yli 1500 talvilomailijaa viikon viipymällä. TUI UK kartoitti alueen majoitusmahdollisuuksia ja heidän uusi yhteyshenkilönsä tulee vierailemaan Suomessa loppuvuodesta 2013, jolloin neuvottelut jatkuvat. Samaan aikaan matkanjärjestäjä tekee kannattavuus- ja markkinaselvityksiä Iso-Britanniassa.

Messujen tuloksena alueelle (Salla, Kuusamo ja Taivalkoski) tulee tammikuussa 2014 matkanjärjestävierailu Iso-Britanniasta, johon osallistuu viisi matkanjärjestäjää ja Visit Finlandin edustaja.

6. Jos hankkeeseen sisältyi konsultointia tai vastaavan ulkopuolisen asiantuntijan käyttöä, tulee loppuraportin liitteenä olla konsultin raportti suoritetuista toimenpiteistä sekä saavutetuista tuloksista

Hankkeen aikana toteutettiin Kuusamo Lapland -alueen sähköisen jalanjäljen kartoitus. Toteuttajana toimi kilpailutuksen kautta valittu sähköisen markkinoinnin asiantuntija; Sähköinen Liiketoiminta Suomi Oy. Kartoituksen raportit loppuraportin liitteenä.

7. Hankkeen toteuttamisessa esiintyneet vaikeudet ja näiden syyt

Hankkeen toteuttaminen sujui ongelmitta. Toki maailman laajuinen taloudellinen taantuma asetti hankkeen toteuttamiselle omat haasteensa, koska hankkeen kautta haettiin kasvua kansainvälisten matkailijoiden määrään.

LOPPURAPORTTI

Kuusamo Lapland -alueen matkailuviennin koordinointi

Dnro POPELY0460/05.02.09.2011C

Eura 2007-tunnus A557819

1. PROJEKTIN LÄHTÖKOHTA JA KOHDERYHMÄ

Kuusamo Lapland alueen 50 yritystä ovat muodostaneet yhteistyöverkoston, joka kokoaa resurssit kansainvälistä markkinointia koskevaan yhteistyöhön ja markkinointiin. Yhteistyön perustana on ollut Kuusamon lentokenttä, jonka vaikutusalueella yritykset sijaitsevat. Verkostossa ovat olleet käytännössä mukana kaikki kansainvälisille markkinoille tähtäävät avainyritykset ja heidän kauttaan myös lukuisa määrä alihankkijaverkostoja. Yhteistyö on alkanut vuonna 2003 ja siinä on edetty 3-vuotiskausittain kulloinkin laaditun tarvekartoituksen ja strategian pohjalta.

Yritysten kansainvälistyminen on ollut voimakkaassa murrosvaiheessa monestakin syystä. Ensiksikin taantuma ja vähenevät resurssit ovat lisänneet yritysten yhteistyön tarvetta entisestään. Lisäksi Lapin liiton hallinnoima Lapland North of Finland – imagomarkkinointihanke on käynnistynyt. Yritykset eivät ole suoraan mukana imagomarkkinointihankkeessa vaan hanke on tarvinnut alueellista koordinaointia, jotta imagomarkkinointi pystytään hyödyntämään alueella mahdollisimman hyvin. Lisäksi Kuusamo Lapland -alueella tarvitaan yhteistä koordinaointia kansainvälisillä markkinoilla mm. matkanjärjestäjä-, Visit Finland ja muussa partneriyhteistyössä.

Jakelutien siirtyminen entistä enemmän sähköiseen markkinointiin ja kauppaan edellyttää Kuusamo Lapland -alueen yritysten aktivointia ja toimintaympäristön kehittämistä internetin ja sosiaalisen median puolella. Hankkeen aikana selvitettiin asiantuntijapalveluna alueen ja yritysten internet- ja sosiaalisen median näkyvyyden lähtötilanne sekä kehitettiin koulutuksien kautta alueen Internet -markkinointia.

Hankkeen avulla pyrittiin edistämään Kuusamo Lapland alueen pienten ja keskisuurten yritysten kehittymistä, kasvua ja kansainvälistymistä.

2. PROJEKTIN TOTEUTUS

Hankkeen toteuttajana ja hallinnoijana on toiminut Naturpolis Oy, jonka omistavat Kuusamon kaupunki ja Taivalkosken kunta. Hankkeen vastuullisena johtajana on toiminut Naturpolis Oy:n toimitusjohtaja Jari Hentilä.

Hankkeen valmistelevia töitä hoiti jo pitkään Kuusamo Lapland -alueen kansainvälisissä matkailuhankkeissa projektipäällikkönä toiminut Outi Saastamoinen alkuvuodesta 2012. Huhtikuussa 2012 rekrytoitiin matkailukoordinaattori hankkeen kokoaikaiseksi vetäjäksi. Toukokuussa 2012 tehtävään valittiin matkailun restonomi Liisa Vihermaa. Hankkeen osa-aikaisena projektisihteerinä toimi Kirsti Pitkänen. Liisa Vihermaa aloitti hankkeen vetäjänä 1.8.2012, minkä jälkeen käynnistyivät varsinaiset hankkeen toimenpiteet. Liisa Vihermaan äitiysloman sijaisena toimi Elisa Kangasaho 1.12.2012 – 30.4.2013.

Ohjausryhmätyöskentely:

Naturpolis Oy:n toimitusjohtaja Jari Hentilä teki 20.8.2012 päätöksen ohjausryhmän asettamisesta. Päätöksessä nimettiin ohjausryhmän jäsenet, rahoittajan edustaja sekä ohjausryhmän sihteeri.

Ohjausryhmän jäsenet:

Henrik Karvonen, Ruka Kuusamo matkailuyhdistys ry
Tuija Kääriäinen, Matkalle Sallaan ry
Reijo Lantto, Posion matkailuyhdistys ry
Risto Tyni, Taivalkosken matkailuyhdistys ry
Juha Kuukasjärvi, Iso-Syötteen matkailuyhdistys ry
Ville Aho, Rukakeskus Oy

Matti Pohjola, Nordic Holidays Oy

Asiantuntijajäsenet:

Mika Perttunen, Naturpolis Oy

Liisa Vihermaa, Naturpolis Oy, sihteeri

Arja Keränen, rahoittajan edustaja, Pohjois-Pohjanmaan ELY-keskus

Hankkeen toteutusaikana ohjausryhmän kokoonpano muuttui. Juha Kuukasjärven tilalle Syötteen matkailuyhdistyksen edustajaksi valittiin toiminnanjohtaja Rauno Kurtti. Lisäksi Naturpolis Oy:n asiantuntijajäsen Mika Perttunen jäi pois ohjausryhmästä siirryttyään toisen työnantajan palvelukseen.

Ohjausryhmä kokoontui ensimmäisen kerran 25.9.2012. Ohjausryhmän kokouksia pidettiin yhteensä kahdeksan. Ohjausryhmä on vastannut omalta osaltaan hankkeen toimenpiteistä, vaikuttavuudesta ja hyväksynyt hankkeen maksatushakemukset ja loppuraportin.

Hankkeen hanketyöryhmänä toimi ns. Kuusamo Lapland -alueen kansainvälistymistiimi, jossa on laajasti yritysten edustus (10 yritystä sekä alueen matkailuyhdistysten toiminnanjohtajat. Kv-tiimissä on hyväksytty hankkeessa toteutettavat toimenpiteet ja lisäksi se on toiminut tiedotuskanavana yritysten ja matkailuyhdistysten suuntaan.

Hanke teki myös läheistä yhteistyötä Naturpolis Oy:n hallinnoimien muiden matkailuhankkeiden kanssa; Lentoyhteyksien ja matkanjärjestäjäyhteistyön kehittämishanke sekä Food ja Travel yleinen kehittämishanke. Toimenpiteitä suunniteltiin niin, että ne tukivat mahdollisimman paljon toisiaan eikä hankkeissa tehty päällekkäisiä toimenpiteitä. Lisäksi hanke toimi tiiviissä yhteistyössä myös Ruka-Kuusamo matkailuyhdistyksen hallinnoimissa Venäjän ja Saksan vientihankkeissa. Hankkeen vetäjä osallistui aktiivisesti muiden matkailuhankkeiden ohjausryhmätoimintaan sekä Venäjän ja Saksan vientihankkeiden Venäjätimiin ja Saksatiimiin. Nämä kaikki toimivat erittäin hyvinä tiedotuskanavina Kuusamo Lapland -alueen matkailuviennin koordinoitihankkeelle. Hanke toimi koordinoivana ja tiedottavana tahona eri matkailuhankkeiden ja yritysten välillä, jotta vältyttiin päällekkäisiltä toimenpiteiltä ja hankkeiden tuloksista ja toimenpiteistä tiedotettiin monissa eri työryhmissä.

3. HANKKEELLE ASETETUT TAVOITTEET

Parantaminen seuraavilla kehittämisalueilla:

- kansainvälistymisen edistäminen verkostoitumalla ja yhteistyöllä
- alueelle sopivat parhaan sähköisen markkinoinnin mallin selvittäminen yhteistyössä Lapin imagohankkeen ja muiden mahdollisten toimijoiden (esim. Visit Finland) kanssa
- kansainvälisen viestinnän toimintamallin luominen ja toteuttaminen

Kehittämisen- ja kansainvälistymistoimenpiteet keskittyvät strategian mukaisesti Venäjän, Hollannin/Benelux, Saksan ja Iso-Britannian markkinoille.

Hankkeen määrälliset tavoitteet:

Hankkeen määrällinen mitattava tavoitetaso määritellään yöpymisvuorokausina. Tavoitteena oli ulkomaisten yöpymisten kasvu keskimäärin 12 % vuodessa, mitä pidettiin hankkeen tavoitteita määriteltäessä riittävän haastavana, mutta samalla myös realistisena tavoitteena. Majoituskapasiteetti Kuusamo Lapland -alueella on lisääntynyt viime vuosina, samoin hanketta suunniteltaessa

lentoyhteydet olivat parantuneet, joten tavoitteeksi asetettiin, että myös liiketoiminnan alueella on kasvettava.

Tavoitteiden mukaan vuonna 2013 oltaisiin hieman yli vuoden 2007 lukujen. Kesän kysyntä oli ollut kasvussa hanketta suunniteltaessa, kasvua kesällä 2010 26 % (5 859 majoitusvuorokautta), mikä loi uskoa tavoiteasetteluun. Talven kysyntä sen sijaan oli pienessä laskussa koko Kuusamo Lapland - alueella v. 2010, mutta Rukan osalta talvessakin oli kasvua 3 %.

Hankkeen määrälliset tavoitteet lukuina:

Yöp. vrk	v. 2003	v. 2006	v. 2007	v. 2009	v. 2010	v. 2013
Yhteensä	77 387	96 794	158 006	138 810	126 000	177 000
Kesällä	32 371	25 495	38 875	22 630	28 473	48 000
Talvella	45 016	71 299	119 631	103 989	97 527	129 000

Kesä +20 %, talvi +10 %

Hankkeen sisältö suunniteltiin koostuvaksi neljästä toisiaan tukevasta osasta:

- kansainvälisen matkailumarkkinoinnin asiantuntijan palkkaaminen koordinoimaan alueellista yhteistyötä
- parhaan sähköisen markkinointijärjestelmän selvittäminen sekä kansainvälisen alueviestinnän toimintamallin kehittäminen (lehdistö, tv, sosiaalinen media)
- Lapland North of Finland – imagomarkkinointihankkeessa toteutettavia käytännön toimenpiteitä tukeva alueellinen resursointi
- Matkanjärjestäjä- ja Visit Finland – yhteistyön koordinointi

4. HANKKEELLE ASETETTUIEN TAVOITTEIDEN TOTEUTUMINEN

Hankkeen suunnittelun jälkeen ennen hankkeen alkamista kansainvälinen matkailu Kuusamo Lapland alueelle ajautui erittäin suurten haasteiden eteen. Yleinen maailmaa vallinnut taloudellinen taantuma alkoi näkyä myös Kuusamo Lapland -alueen kansainvälisen matkailun kehittämisessä. Lentoliikenteen suhteen ajaututtiin erittäin vaikeaan tilanteeseen Finnairin vähentäessä Kuusamon lentojen vuoroja talvikaudelle 2012–2013. Finnairin uudet aikataulut eivät myöskään palvele mm. Keski-Euroopan markkinoilta saapuvia matkustajia. Samaan aikaan Blue1:n ilmoitti lentojen vähentymisestä ja myöhemmin Kuusamon lentojen loppumisesta. Kuusamo Lapland -alue sai osakseen todella paljon peruutuksia jo toteutuneista kv-kaupoista ja uusien kansainvälisten ryhmien saaminen oli erittäin vaikeaa.

Alueella jouduttiin panostamaan paljon energiaa ja voimavaroja lentoyhtiöneuvotteluihin. Lisäksi yritykset joutuivat järjestämään kv-asiakkailleen korvaavia lentoja/maakuljetuksia Oulun ja Rovaniemen kautta. Alueen yhteistyö oli vahvasti rakennettu Kuusamon lentoaseman vaikutusalueelle ja mukana yhteistyössä olivat Syöte (Pudasjärvi), Taivalkoski, Kuusamo, Posio ja Salla.

4.1 Missä määrin hankkeelle asetettu tavoite/asetetut tavoitteet on saavutettu tai saavutetaan? Mitkä ovat hankkeessa suoritettavat keskeisimmät toimenpiteet? Mitkä ovat merkittävimmät muutokset hankkeen toteuttamisessa verrattuna alkuperäiseen suunnitelmaan?

Hankkeelle asetetut määrälliset tavoitteet, joissa oli määritelty vuoteen 2013 mennessä ulkomaalaisten matkailijoiden yöpymisvuorokausien kasvavan 177 000, ovat toteutuneet melko hyvin. Tilastotiedot eivät ole kuitenkaan vielä valmistuneet vuoden 2013 loppuun saakka. Käytettävissä on loppuraporttia laadittaessa vasta vuodelta 2013 tammi-lokakuun luvut. Aikaisemmat vuodet huomioden voidaan arvioida, että kokonaisyöpymisvuorokausissa päädyttäneen yli 170 000 vuonna 2013. Kasvu on tullut kuitenkin pääsääntöisesti talvesta kesän pysyessä suurin piirtein samalla tasolla, verrattuna vuoteen 2007 myös hieman laskenut. Kesämatkailusta odotettiin kasvua mm. suunnitteilla kesäkaudelle 2012 olleesta Voigtin kesächarter sarjasta. Kesächarterit Amsterdamista jäivät kuitenkin toteutumatta yleisen taloudellisen taantuman vuoksi.

Suurin kasvu alueen kansainvälisten matkailijoiden yöpymisvuorokausiin on tullut Venäjältä ja Iso-Britanniasta. Venäjän kasvu on pitkälti nojautunut automatkustajien varaan ja Iso-Britannian kasvu on tullut TUI UK:n Kuusamon kentälle lentämistä talvilomachartereista.

Yleinen maailmanlaajuinen taloudellinen taantuma sekä lentoliikenteen ja saavutettavuuden haastavuus huomioon ottaen Kuusamo Lapland -alueen kansainvälisten yöpymisvuorokausien kehittyminen ja kasvu on ollut erittäin positiivista ja luonut uskoa alueen yrityksille alueen matkailun vetovoimasta.

Yöpymisvuorokaudet	v. 2007	v. 2011	v. 2012	v. 2013 (tammi-lokakuu)
Yhteensä	158 006	141 142	165 482	125 286
Kesä	38 875	33 517	34 581	33 838
Talvi	119 631	107 625	130 901	

Hankkeen aikana on toteutettu ja koordinoitu 10 matkanjärjestäjä / mediamatkaa Venäjältä, Keski-Euroopasta, Hollannista sekä Iso-Britanniasta. Osa vierailuista on järjestetty yhteistyössä mm. Lapland North of Finland imagomarkkinointihankkeen kanssa, osa yhteistyössä Visit Finlandin kanssa. Matkanjärjestäjävierailuiden kautta yritykset ovat saaneet uusia kontakteja tärkeimmiltä markkina-alueiltamme sekä päässeet esittelemään omia tuotteitaan matkanjärjestäjille. Vierailut ovat edistäneet yritysten kansainvälistymistä ja kasvua. Hankkeen aikana alueella on vierailut myös Visit Finlandin edustajia maailmalta. He ovat tutustuneet useisiin yrityksiin ja sitä kautta vievät omille markkinoilleen tietoa alueen yritysten tarjonnasta. Mediavierailut ovat tuoneet alueelle mahdollisuuden näkyä kansainvälisessä mediassa.

Medianäkyvyyttä on saatu myös Lapland North of Finland imagomarkkinointihankkeen kautta, jossa on tehty laajasti töitä medianäkyvyyden suhteen Iso-Britannian, Saksan, Hollannin ja Venäjän markkinoilla. Imagomarkkinointihanke on mm. mediatiedotteissaan tiedottanut alueen uutuuksista.

Hankkeen aikana toteutettiin Kuusamo Lapland alueen sähköisen verkkojalanjäljen mittaaminen Iso-Britannian markkinoilla. Työ toteutettiin kilpailutuksen kautta valittuna asiantuntijapalveluna Sähköinen Liiketoiminta Suomi Oy:n toimesta. Sekä Kuusamo Lapland -alue että siihen kuuluvat pienemmät matkailualueet (Salla, Posio, Ruka-Kuusamo, Taivalkoski, Syöte) saivat kattavan kuvan siitä, kuinka heidät Internetistä löydetään. Sähköisen verkkojalanjäljen mittaamiseen kuului myös työpajat, joihin oli kutsuttu alueorganisaatioiden edustajat, jotka vastaavat alueiden www-sivuista sekä myös hankkeen yhteistyöverkostossa mukana olleet matkailuyritykset. Sekä alueorganisaatiot että yritykset saivat erittäin kattavasti tietoa ja konkreettisia ohjeita kuinka voivat parantaa omien www-sivujen näkyvyyttä sekä myös näkyvyyttään sosiaalisessa mediassa. Kuusamo Lapland -alueen yhteiset www-sivut ovat olleet lähinnä matkanjärjestäjille suunnatut sivustot ja niiden ylläpito on ollut kv-matkailuhankkeiden projektihenkilöstöllä. Kuusamo Lapland sivustosta päätettiin hankkeen aikana luopua ja keskittyä alueiden ja yritysten omien sivujen, nettikauppojen ja varausjärjestelmien

kehittämiseen sekä ristiin linkittämiseen, joka parantaa koko Kuusamo Lapland -alueen yhteistä näkyvyyttä. Ylläpitämättömät vanhentuneet sivut antavat alueesta ei-ammattimaisen kuvan. Lisäksi Lapland North of Finland imagomarkkinointihankkeen näkyvyyttä käytetään mahdollisimman hyvin hyödyksi alueen sähköisessä markkinoinnissa sekä myös varmistetaan, että alueen näkyvyys on hyvä Lapland North of Finland imagomarkkinointihankkeen omilla sivuilla (www.onlyinlapland.com).

4.2 Mitä vaikutuksia hankkeella on saatu tai saadaan aikaan pk-yritysten toimintaympäristön kannalta?

PK-yritykset pääsevät jatkossa mukaan kansainvälistymistoimenpiteisiin matkailuyhdistysten kautta. Ruka-Kuusamo alueella jatkossa toimivat kansainvälistymistiimit ohjaavat alueen konkreettisia kansainvälistymistoimenpiteitä, joihin pk-yritysten on helppo päästä mukaan. Matkanjärjestäjävierailuiden kautta pk-yritykset ovat saaneet uusia kansainvälisiä matkanjärjestäjäkontakteja. Hankkeen aikana on käyty neuvotteluja TUI UK:n kanssa uudesta talvichartersarjasta Manchesterista Kuusamoon talvikaudelle 2014–2015. Toteutuessaan chartersarja lisäisi useiden pk-yritysten kansainvälisten matkailijoiden määriä. Matkailukoordinaattori on myös pyrkinyt vahvistamaan yritysten omaa kansainvälistä osaamista ja löytämään oman yrityksen vahvuudet kullekin kohdealueelle.

Pk-yritykset ovat pystyneet hankkeen aikana kehittämään omaa sähköistä markkinointiaan ja www-näkyvyyttään.

4.3 Miten hankkeen kohteena ollutta toimintaa jatketaan hankkeen päättymisen jälkeen ja/tai mitkä ovat hankkeen jatkotoimenpiteet?

Hankkeen yhtenä päätavoitteista oli löytää pysyvä toimintamalli kansainvälisen matkailun koordinointiin, kehittämiseen, markkinointiin ja myyntiin. Kehitystyötä on tehty vuodesta 2003 alkaen eripituisten projektien muodossa. Hankkeen aikana matkailuyhdistysten puheenjohtajien ja toiminnanjohtajien välinen yhteistyö oli tiivistä. Tärkein yhteistyön kohde oli Kuusamon saavutettavuus lentäen ja toisaalta myös ratkaisujen löytäminen muiden lähialueen lentokenttien mahdollisimman tehokkaaseen ja kustannuksiltaan kannattavaan hyödyntämiseen.

Taloudellinen taantuma on ajanut monet pienet ja keski-suuret yritykset erittäin haastavaan taloudelliseen tilanteeseen. Lisäksi myös matkailuyhdistysten ja kaupunkien/kuntien menoja leikataan. Alueen yritykset, matkailuyhdistykset eikä myöskään kaupungit ja kunnat olleet valmiita rahoittamaan erillisen kansainvälisen matkailukoordinaattorin palkkausta, koska osittain samoja asioita pystytään hoitamaan myös matkailuyhdistysvetoisesti.

Hankkeen aikana toteutettuja toimenpiteitä tullaan jatkossa koordinoimaan matkailuyhdistysvetoisesti. Matkailuyhdistysten puheenjohtajat / toiminnanjohtajat tulevat jatkossa kokoontumaan n. neljä kertaa vuodessa. Vuoden 2014 tapaamiset sovittiin valmiiksi ennen hankkeen päättymistä. Kokouksiin valitaan aina kaikkia koskeva yhteinen tema mm. lentoliikenne, maakuljetukset, messut jne.

Lisäksi hankkeen hanketyöryhmänä toimineen kv-tiimin kanssa pidettiin yhteinen kansainvälistymistyöpaja, jossa mietittiin jatkotoimenpiteitä sekä tiimin toimintaa. Ruka-Kuusamo alueella tulee edelleenkin kokoontumaan kv-tiimi, jossa keskustellaan alueen tärkeistä kansainvälistymistoimenpiteistä. Kv-tiimissä on sekä yritysten että matkailuyhdistyksen edustajat. Lisäksi Ruka-Kuusamo alueella tulee jatkossa toimimaan myös markkinakohtaisia kansainvälistymistiimejä kuten Venäjätimi, Saksatiimi ja Iso-Britannia tiimi. Tiimien tarkoituksena on koordinoida kunkin kohdealueen kansainvälisiä toimenpiteitä liittyen markkinointiin, myyntiin sekä mm. matkanjärjestäjäyhteistyöhön. Yritykset tulevat ottamaan vielä suurempaa vastuuta alueen kansainvälistymisessä.

Visit Finland yhteistyö tulee jatkumaan matkailuyhdistysvetoisesti kuten myös Lapland North of Finland imagomarkkinointihanke.

5. HANKKEEN AIKANA TOTEUTETUT MATKAT: selvitys matkojen tarkoituksesta, toteutuksesta ja tuloksista

Hankkeen aikana toteutettiin kolme ulkomaan matkaa:

- Venäjätiiimin matka Murmanskiin 28.–30.8.2013

Kuusamon ja Sallan alueella toimiva Venäjätiiimi toteutti elokuussa 2013 matkan Murmanskiin. Kuusamo Lapland -alueen matkailuviennin koordinoitihankkeen vetäjä on kuulunut koko hankeajan Venäjätiiimiin. Mukana matkalla oli myös Ruka-Kuusamo alueen yrittäjiä. Suurin kasvu Venäjän markkinoilta on tullut autoilevista Kuusamo Lapland -alueen lähialuematkailijoista. Murmansk on yksi merkittävä alue, josta kasvua on edelleen mahdollista saada. Kuusamo Lapland -alueen tunnettuus Murmanskin alueella ei ole kuitenkaan vielä mitenkään merkittävä. Matkan tarkoituksena oli selvittää muiden pohjoisen Suomen ja naapurimaiden (Ruotsin ja Norjan) kohteiden näkyvyys Murmanskissa ja kartoittaa markkinointikanavia, joilla pystytään tavoittamaan automatkailijoita. Lisäksi matkan aikana pidettiin murmanskilaisille matkanjärjestäjille alueen infotilaisuus, jossa kerrottiin alueen matkailutarjonnasta. Matkanjärjestäjiltä saatiin paljon arvokasta tietoa mm. kuinka alueemme tunnetaan. Matkan aikana vierailtiin myös Kantalahdessa ja Polyarny Zorin kaupungeissa, joissa myös tavattiin matkanjärjestäjien edustajia. Jatkoimenpiteenä matkasta tullaan järjestämään murmanskilaisille matkanjärjestäjille tutustumismatka alueelle kesällä 2014.

- Voigt Lapland Day Hollanti 12.–14.10.2013

Voigt Travel (<http://www.voigt-travel.nl/>) on hollantilainen matkanjärjestäjä, jonka tuotannossa on Suomessa Kuusamo Lapland alueelta Iso-Syöte, Saija Taivalkoskella, Kuusamo, Salla ja Posio. Voigt Travel lennättää asiakkaita talvikaudella suoralla tilauslennolla Amsterdamista Kuusamoon. Kuusamon kentältä asiakkaat jakaantuvat Kuusamon alueelle, Iso-Syötteelle, Taivalkoskelle Saijaan, Posiolle ja Sallaan.

Voigt Travel järjestää aina syksyisin omille asiakaskontakteilleen ”Lapland Day” tapahtuman, johon se kutsuu heidän yhteistyökumppaneitaan mukaan esittelemään tuotteitaan. Tapahtuman tarkoituksena on saada myytyä Voigt Travelin matkapaketteja ja esitellä asiakkaille aluetta ja tuotteita. Tilaisuus on myös todella hyvä paikka tavata Voigt Travelin henkilökuntaa, koska melkein kaikki ovat siellä paikalla.

Tapahtuman tuloksia:

- Tapahtumassa kävi 520 henkilöä.
- Voigt Travelin esitteitä jaettiin tilaisuudessa 210 kpl ja sen lisäksi 164 esitetilausta tuli internetin kautta. 78 % kävijöistä eivät olleet aiemmin matkustaneet Voigt Travelin kautta ja 22 % oli matkustanut joko kerran tai useammin heidän järjestämällään matkalla.
- Tilaisuuden aikana tuli Kuusamo Lapland –alueelle 24 varausta ja 13 alustavaa varausta. Lisäksi he saivat tilaisuuden aikana 2 tarjouspyyntöä räätälöidystä matkasta.

Liisa Vihermaa kävi neuvotteluja Voigt Travelin omistajan Cees van de Boschin kanssa mahdollisesta lisächarter sarjasta Kuusamoon talvikaudelle 2014–2015 edellytyksenä, että talvikauden 2013–2014 matkat myyvät hyvin ja lentoyhtiö Transavia lähtee jakamaan Voigt Travelin kanssa riskiä lennosta. Lisäksi Voigt Travel voisi olla kiinnostunut myös mahdollisesta kesächarter-sarjasta kesäkaudelle

2014 tai 2015 yhdessä lentoyhtiö Transavian kanssa. Voigt Travelin ja Transavian henkilökuntaa on tulossa tammikuussa 2014 alueelle, jolloin neuvottelut mahdollisesti jatkuvat yrittäjien toimesta.

- **WTM messut Lontoo 4.-7.11.2013**

Lontoon ja koko Euroopan suurimpaan matkailun ammattilaismessutapahtumaan osallistui Kuusamo Lapland -alueen edustajat Kuusamosta, Taivalkoskelta, Syötteeltä, Posiolta sekä Sallasta. Messuille osallistuttiin Visit Finlandin yhteisosastolla. Messut olivat erittäin hyvä jatkomarkkinointitoimenpide Lapland North of Finland imagomarkkinointihankkeen Lontoossa syksyllä toteutetulle ”Revontuli bussi” kampanjalle. Messuilla tavattiin sekä vanhoja yhteistyökumppaneita että uusia kontakteja Iso-Britanniasta ja myös muualta Euroopasta.

Tärkeimpänä oli tapaaminen TUI UK:n edustajien kanssa. TUI UK aloitti uudelleen suorat talvilomacharterit Lontoosta Kuusamon kentälle talvikaudella 2011–2012. Lennot jatkuvat edelleen talvikaudella 2013–2014. Lentosarja on pituudeltaan 12 viikkoa ja konekapasiteettia on kasvatettu talvikaudesta 2012–2013. TUI UK suunnittelee talvikaudelle 2014–2015 uutta talvilomachartersarjaa Manchesterista Kuusamoon, joka toteutuessaan toisi Kuusamo Lapland -alueelle yli 1500 talvilomailijaa viikon viipymällä. TUI UK kartoitti alueen majoitusmahdollisuuksia ja heidän uusi yhteyshenkilönsä tulee vierailemaan Suomessa loppuvuodesta 2013, jolloin neuvottelut jatkuvat. Samaan aikaan matkanjärjestäjä tekee kannattavuus- ja markkinaselvityksiä Iso-Britanniassa.

Messujen tuloksena alueelle (Salla, Kuusamo ja Taivalkoski) tulee tammikuussa 2014 matkanjärjestävierailu Iso-Britanniasta, johon osallistuu viisi matkanjärjestäjää ja Visit Finlandin edustaja.

6. Jos hankkeeseen sisältyi konsultointia tai vastaavan ulkopuolisen asiantuntijan käyttöä, tulee loppuraportin liitteenä olla konsultin raportti suoritetuista toimenpiteistä sekä saavutetuista tuloksista

Hankkeen aikana toteutettiin Kuusamo Lapland -alueen sähköisen jalanjäljen kartoitus. Toteuttajana toimi kilpailutuksen kautta valittu sähköisen markkinoinnin asiantuntija; Sähköinen Liiketoiminta Suomi Oy. Kartoituksen raportit loppuraportin liitteenä.

7. Hankkeen toteuttamisessa esiintyneet vaikeudet ja näiden syyt

Hankkeen toteuttaminen sujui ongelmitta. Toki maailman laajuinen taloudellinen taantuma asetti hankkeen toteuttamiselle omat haasteensa, koska hankkeen kautta haettiin kasvua kansainvälisten matkailijoiden määrään.