

3 Tiivistelmä

3.1 Hankkeen toiminnan ja tulosten tiivistelmä

Koillismaan kesämatkailun kasvuohjelma

Hankkeen tavoitteena on laatia kehittämissuunnitelma tulemaan Kuusamon ja Taivalkosken kesämatkailun kehittämistä ja luoda samalla edellytyksiä kehittää alueesta nykyistä monipuolisempi ja elinvoimaisempi luonto-, liikunta-, hyvinvointi-, harrastus-, koulutus- ja virkistysmatkailualue.

Varsinaisen kehittämissuunnitelman laatimiseen valittiin julkisen kilpailutusprosessin myötä CreaMentors Oy. He laativat Koillismaan kesämatkailun kasvuohjelman läheisessä yhteistyössä Naturpoliksen, Metsähallituksen sekä alueen yritysten kanssa.

Prosessi aloitettiin kartoittamalla alueen yrittäjien toiveita, kehittämisajatuksia ja halua lähteä kehittämään alueen kesämatkailua sekä tutkimalla, millaisia tuotteita ja palveluita alueella on jo kesämatkailijoille tarjolla. Tämän lisäksi alueella olevia matkailijoita, kotimaisia ja kansainvälisiä, haastateltiin Rukan alueella kolmessa yrityksessä sekä Rukan kävelykadulla että lentokentällä. Vaikka otos oli noin 120 henkilöä, se antoi hyvin suuntaa asioista, mitä alueella on jo hyvää ja mitä vielä pitää kehittää.

Alueella on talvimatkailua silmällä pitäen jo investoitu laajasti ja uudet laajat investoinnit ovat parhaallaan valmistelussa. Näiden ansiosta alueella on mittavasti infrastruktuuria, joka on hyvin vähäisellä käytöllä kesäaikaan. Niinpä kesämatkailussa ei olekaan tarpeen lähteä rakentamaan mittavaa investointiohjelmaa, vaan kehitystyön tulee fokuoitua erityisesti palvelujen kehittämiseen ja kaupallistamiseen.

Kasvuohjelmaa varten hankkeessa pidettiin neljä työpajaa, joihin kutsuttiin laajasti alueen yrittäjiä ja toimijoita niin matkailusta kuin muiltakin toimialoilta (esim. kauppa, puuteollisuus, kuljetusala). Työpajoihin osallistui yhteensä 120 henkilöä yhteensä 40:stä eri organisaatiosta. Työpajat olivat teemoitettu laadittavan kehittämis-/kasvuohjelman mukaan:

1. Visio ja yhteinen tahtotila, asiakassegmentit ja markkina-alueet
2. Kesämatkailun positio
3. Kesän asiakaslähtöiset kärkituotteet ja palvelut sekä liiketoimintamahdollisuudet
4. Kesämatkailun brändin ja markkinointiviestinnän raaka-aineet asiakasnäkökulmasta

Alkukartoituksen ja työpajoissa saatujen materiaalien pohjalta CreaMentors Oy:n projektiryhmä kokosi Koillismaan kesämatkailun kasvuohjelman, jossa tarjotaan toimijoille konkreettiset askelmerkit kasvuuralle pääsemiseksi. Visio asetettiin vuoteen 2025: *Koillismaa on kulttuurisesti, taloudellisesti ja ekologisesti kestävä luontoon pohjautuvan kesämatkailun edelläkävijä Suomessa.*

Tavoitteet (toiminnalliset, laadulliset, imagolliset ja määrälliset) on asetettu vuoteen 2020. Tavoitteet ovat haastavia ja edellyttävät toimijoilta kovaa työtä, mutta ne eivät kuitenkaan ole mahdottomia saavuttaa. Johdonmukaisesti ja pitkäjänteisesti toimintaa kehittämällä kesämatkailusta on mahdollisuus

tehdä talvikautta vastaava sesonki Koillismaalle. Tätä kautta alueen matkailualan työpaikoista selvästi suuremmasta osasta on mahdollista tehdä ympärivuotisia, jolloin niihin on myös helpompi löytää pätevää työvoimaa. Tämän kehityksen kautta koko alueen elinvoimaisuus vahvistuu.

Kesämatkailun perustaksi kasvuohjelmassa esitetään kaupallista konseptia, joka mahdollistaa nykyisten palveluiden koostamisen yhdeksi kaupalliseksi kokonaisuudeksi. Lisäksi konsepti antaa suuntaa uusien palveluiden kehittämiseen ja mahdollistaa ketterän tuotteistamisen ja kaupallistamisen. Eri palvelut on mahdollista kytkeä toisiinsa yhtenäiseksi kokonaisuudeksi konseptin avulla. Näin nykyisistä palveluista saadaan irti uudenlainen kaupallinen potentiaali eikä tulevaisuuden liiketoiminnan tarvitse perustua mittaviin rakennettuun ympäristöön tehtäviin investointeihin.

Hankkeen aikana nousi tarve tehdä reitistökartoitus kesäreittien Koillismaan alueella. Kartoituksessa keskityttiin olemassa oleviin vaellus-, maastopyörä- sekä vesistöreitteihin, jotka sijaitsevat Kuusamon ja Taivalkosken alueella. Metsähallituksen reitit jätettiin suurimmalta osalta kartoituksen ulkopuolelle, koska niistä on saatavilla ajantasaista tietoa. Kartoituksessa selvitettiin myös olemassa olevien reittien osalta mahdollisuutta yhdistää alueen neljä kansallispuistoa toisiinsa. Kartoituksen tuloksena todettiin, että reittien kunnossa ja opastuksessa on paljon tekemistä. Kartoituksen tuloksena saatu tietopaketti luovutettiin Taivalkosken kunnan sekä Kuusamon kaupungin reitistöasioista vastaaville tahoille. Keskustelu reittien säilyttämisestä esim. Hossa - Kylmäluoma välille aloitettiin Metsähallituksen kanssa. Kansallispuistot ovat vahva vetovoimatekijä niin kesä- kuin talvimatkailussa, joten tuotteistamista ei pitäisi vaikeuttaa niitä yhdistäviä reittejä sulkemalla.

Reitistökartoituksen myötä ilmeni myös, että alueen ulkoilukartat ovat vanhentuneet. Hankkeen yhtenä konkreettisena toimenpiteenä sekä Kuusamon että Taivalkoski- Kylmäluoman alueen ulkoilukartat. Niistä painetaan koe-erät, jotka jaetaan käyttöön alueen toimijoille.

OULANGAN KANSALLISPUISTON LUONTOMATKAILUSUUNNITELMA

Oulangan kansallispuiston luontomatkailusuunnitelman tarkoituksena on innostaa ja antaa eväitä yhteiseen kestäväan luontomatkailun kehittämiseen Koillismaan alueella. Tarkoituksena on myös vahvistaa ymmärrystä luontomatkailun tulevaisuudesta ja ympärivuotisista liiketoimintamahdollisuuksista alueella sekä tuottaa entistä enemmän hyvinvointia paikallisyhteisöille, jolloin myös luonnonsuojelun hyväksyttävyyttä kasvaa.

Luontomatkailun suosio on kasvussa ympäri maailmaa ja lähes jokainen maa panostaa tavalla tai toisella oman maansa luonnon pakettiin mitä mielenkiintoisimmiksi kokonaisuusiksi. Luontomatkailu itsessään on yksi merkittävimmistä matkailutrendeistä tällä hetkellä. Jotta matkailukohde, matkailualue tai edes maa voisi menestyä tässä kovassa kilpailussa on kyettävä löytämään omat omimmat ja aidoimmat erityispiirteet ja nostettava ne reippaasti yhteisen monikanavaisen viestinnän kärkeen. Oulangan kansallispuiston osalta tämä tarkoittaa entistä syvällisempää pohjoisen, arktisen ja taigan lajirikkauden

avaamista sekä niistä viestintää, Oulangan tarinoiden koostamista ja niiden kertomistaitoa sekä hyvinvointimatkailun elementtien lisäämistä kaikkiin tuotteisiin.

Oulangan luontomatkailusuunnitelman keskiössä on Oulangan kansallispuiston tavoitebrändi 2025. Brändin rakentamisen lähtökohtana ovat omat vahvuudet, erilaistavat ylivoimatekijät ja kärkiaktiviteetit. Tavoitebrändissä on myös otettu huomioon luontomatkailun tulevaisuuden näkymät, Koillismaan kesämatkailun master plan -hankkeessa määritellyt alueen pääasiakaskohderyhmät sekä uusi luontomatkailun kehittämiskonsepti. Tavoitebrändin rakentamiseksi laadittiin myös toimintasuunnitelma.

Luontomatkailusuunnitelmaa tehtäessä keskeisiksi edellytyksiksi luontomatkailun kehittymiselle ja tavoitebrändin rakentumiselle nousivat kestävän kehityksen mukainen toiminta, asiakaskeskeisyys, hyvinvointi ja mahdollistavan toimintakulttuurin omaksuminen.

Matkailussa kestävyden vaaliminen, aitous, luonto- ja kulttuuriarvojen kunnioittaminen ovat paitsi itseisarvoja, myös yhä enemmän laadun osatekijöitä. Sen lisäksi, että hyvä luontomatkailukohde varmistaa matkailun ekologisen ja sosio-kulttuurisen kestävyden, tarjoaa se lähiseudun asukkaille työtä, toimeentuloa ja palveluita. Luontomatkailusuunnitelman tavoitteena on varmistaa alueen kehityksen moniulotteinen kestävyys pitkälle tulevaisuuteen. Metsähallituksen luontopalvelujen kestävän matkailun periaatteet viitoittavat tätä kehittämistyötä myös tulevaisuudessa.

Asiakaskeskeisyys on luontomatkailun kehittämisen ja toiminnan avainkysymys. Palvelumuotoilusta puhutaan ja sen nimissä myös toteutetaan lähes kaikki matkailuhankkeet Suomessa. Kuitenkin asiakkaiden kuuntelu ja mukaanotto vaikkapa tuotekehitykseen, viestintään ja laadunhallintaan ovat vielä usein lapsenkengissä. Oulangan kansallispuistossa, niin kuin muissakin kansallispuistoissa, toteutetaan viiden vuoden välein kävijä- ja yritystutkimukset ja asiakaspalautetta kerätään jatkuvasti. Tutkimusten ja palautteen avulla tiedetään kuinka tyytyväisiä nykyiset kävijät ovat olleet ja tämän tiedon varassa kehitetään puiston rakenteita ja palveluita eteenpäin. Oulangan kansallispuiston osalta pullonkaulaksi muodostui se, etteivät tavoitellut kohderyhmät ole helposti löytäneet tai saaneet tarvitsemaansa tietoa eivätkä ole pystyneet helposti varaamaan palveluita - verkkojalanjälki oli olematon. Tämän vuoksi tässä luontomatkailusuunnitelmassa keskityttiin miettimään kuinka Oulangan kansallispuistosta palveluineen viestitään yhdessä. Yhteinen monikanavainen ja luotettava viestintä, jossa asiakkaat ovat mukana, on avainasemassa alueen menestymisen kannalta.

Jotta kehittämistyö on innostavaa sekä tuloksellista ja jotta saadaan rakennettua uskottava brändi, täytyy toiminnan yhtenä kulmakivenä olla mahdollistavuus. Perinteisiä rooleja ja toimintamalleja on uudistettava sekä raja-aitoja on purettava. Suunnitelman yhtenä tavoitteena onkin tunnistaa ja nostaa esille uusia tapoja toimia ja täten rohkaista myös muita alueen toimijoita kehittämään uusia kumppanuuksia ja yhteistyön malleja, joista hyötyvät luonto, paikalliset ihmiset, matkailualue ja lopulta myös asiakas.

3.2 Hankkeen toiminnan ja tulosten englanninkielinen tiivistelmä

4 Hankkeen tarve, toteutus ja tulokset

4.1 Miten hanke onnistui vastaamaan kehittämistarpeeseen ja kuinka hankkeen tavoitteet toteutuivat?

Kansallispuistot ja muut metsähallituksen luontokohteet nousivat hankkeen aikana siihen merkittävään rooliin kesämatkailun kehittämisessä, johon niitä oli hankehakemuksessa ajateltukin. Hankkeen aikana järjestetyissä työpajoissa ja henkilökohtaisissa keskusteluissa saatiin nostettua paikallisten toimijoiden uskoa luontomatkailuun merkittävyyteen sekä Koillismaan hienojen luontokohteiden ainutlaatuisuuteen matkailun vetovoimatekijänä erityisesti kansainvälisille markkinoille mentäessä. Tämä tavoite onnistui siis täysin.

Erityisesti Oulangan kansallispuiston maineen hyödyntäminen nousi esille hankkeen aikana - tätä tuotiin esille myös verkkojalanjälkiselvityksessä ja tulosten sekä jatkokehittämistoimenpiteiden esittelyihin järjestetyissä verkkojalanjälki -työpajoissa. Yhteistyöyrittäjät ja -kumppanit huomasivat entistä selvemmin kansallispuistojen merkityksen alueen nostamisessa kansainvälisesti arvostetuksi kesämatkailukohteeksi. Tavoite siis saavutettiin. Pitkällä aikavälillä nämä onnistumiset tulevat tarkoittamaan viipymän pidentämistä, kävijämäärien kasvua ja työllisyyden sekä kannattavuuden kasvua.

Kestävä luontomatkailu nousi hankkeen aikana keskiöön - se on olennainen osa kansallispuistoissa tapahtuvaa matkailua ja liiketoiminnan kehittämistä. Tavoite siis toteutui.

Karhunkierroksen ja Oulangan kansallispuiston 60 vuotisen taipaleen kunniaksi järjestettyjen Juhlavuosien ohjelmakokonaisuudet kokosivat hyvin yhteen eri toimijoita, myös toimialarajat ylittäen. Nämä tapahtumat saivat hyvää palautetta tapahtumiin osallistuneilta kävijöiltä sekä yhteistyökumppaneilta. Tapahtumien anti tullaan käymään vielä läpi yhdessä Suomi100 juhlavuoden jälkeen ja koostamaan näistä eväitä jatkotapahtumiin.

Tärkeimmäksi apuvälineeksi näkyvyyden parantamiselle ja omien puistoon tukeutuvien tuotteiden myynnille yrittäjille nousi verkkojalanjäljen parantaminen ja sen parantamiseksi koottu huoneentaulu ja siihen liittyvä koulutus. Paketista hiottiin yksinkertainen ja selkeästi toteutettavissa oleva ja verkkojalanjäljen kasvua seurataan vuosittain sekä annetaan toimintaohjeet aina vuodeksi eteenpäin.

Tämä tarkoittaa myös metsähallituksen viestinnän parantamista ja terävöittämistä, ei ainoastaan yrittäjien viestinnän parantamista.

4.2 Mitä välittömiä tuloksia hankkeella saatiin aikaan? Mitä vaikutuksia tuloksilla on?

Välittöminä tuloksina syntyivät Koillismaan kesämatkailun kasvuohjelma sekä Oulangan kansallispuiston luontomatkailusuunnitelma toimintaohjelmineen, joka viitoittaa metsähallituksen omaa sekä yhteistyöyrittäjien toimintaa lähivuosina. Lisäksi kerättiin kokemuksia luontofestareiden ja OulankaFestin toteuttamisilla, joista saatuja kokemuksia voidaan hyödyntää Metsähallituksen tulevilla tapahtumissa. Myös yhteistyö tapahtumissa mukana olleiden yritysten ja muiden kumppaneiden kanssa tiivistyi sekä syventyi - jatkossa on entistä helpompi toteuttaa Oulangan brändipyörän mukaisia ohjelmia, ohjelmapalveluita sekä tapahtumia.

Koillismaan kesämatkailun kasvuohjelma ehdottaa kesämatkailun palvelutarjonnan tuomista selvemmin yhteisen teeman alle ja palveluiden tasalaatuisuuden varmistamista. Hankkeen aikana todettiin, että kesämatkailun kehittämisessä ei ole tarpeen lähteä rakentamaan mittavaa investointiohjelmia, vaan kehitystyön tulee keskittyä erityisesti palveluiden kehittämiseen ja kaupallistamiseen.

Kasvuohjelmassa esiteltävät tavoitteet ovat haastavia ja edellyttävät kovaa työtä, mutta ne eivät ole mahdottomia saavuttaa. Johdonmukaisesti ja pitkäjänteisesti toimintaa kehittämällä kesämatkailusta on mahdollisuus tehdä talvikautta vastaava sesonki Koillismaalle. Näin ollen alueen työpaikoista on selvästi suuremmasta osasta mahdollista tehdä ympärivuotisia, jolloin on myös helpompi löytää pätevää työvoimaa. Tämän kehityksen kautta koko alueen elinvoimaisuus vahvistuu.

4.3 Miten hakemuksen kohteena olevaa toimintaa jatketaan ja tuloksia sekä kokemuksia hyödynnetään hankkeen päättymisen jälkeen?

Luontomatkailusuunnitteluprosessin aikana esille nousseet kehittämistarpeet, jotka on esitetty luontomatkailusuunnitelman toimenpideohjelmassa toteutetaan. Oulanka-tiimin 21.12.2016 pidettävässä palaverissa käydään läpi toimintaohjelma ja saadaan vielä viimeinen palaute, joka otetaan huomioon toimenpideohjelman loppukirjoittamisessa. Tammikuussa töihin saapuva matkailun erikoissuunnittelija jatkaa luontomatkailusuunnitelman eteenpäinvientiä yhdessä Syötteen luontomatkailusuunnitelman kanssa. Luontomatkailusuunnitelmat tullaan viemään nettiversioiksi, joissa sitä on yksinkertaisempi selata ja seurata toimenpiteiden toteutumista.

Metsähallituksen sisäisessä raportissa otetaan kantaa luontomatkailusuunnitteluprosessin uudistamiseen ja käydään läpi sisäisissä palavereissa vuoden 2017 aikana se mitä uudistetuista luontomatkailusuunnitelmista otetaan käyttöön jatkossa.

Karhunkierros 60 ja Oulanka 60 Juhlavuosien tapahtumatuotantoa käydään läpi suurennuslasin kanssa ja päätetään kirjoitettujen raporttien pohjalta millaisia tapahtumia ja kenen kanssa tullaan jatkossa järjestämään.

Tärkeimpien toteutettavien toimenpiteiden listalle nousi verkkojalanjäljen parantaminen, koska se myös mittaa kuinka hyvin yrittäjät ja yhteistyökumppanit kykenevät hyödyntämään Oulangan upean kansainvälisen maineen. Verkkojalanjäljen parantamiseksi tehdyt suositukset (10 kohdan huoneentaulu) on annettu yrittäjille ja vuosittain tehdään seurantaselvitys sekä järjestetään yrittäjille yhteinen palaute- ja kehittämispäivä verkkojalanjäljestä.

Kesämatkailun kasvuohjelma sisältää kehittämisen vaiheistuksen kolmelle seuraavalle vuodelle. Nyt aivan aluksi pitää löytää muutama veturiyritys, jotka sitoutuvat ohjelmaa viemään eteenpäin. Pitää myös koota johtoryhmä, joka koordinoi kehittämistyön alueella ja aloittaa kaupallisen konseptin kehittämisen.

Hankkeen aikana muutamia yrityksiä jo ilmoitti halukkuutensa lähteä mukaan kehitystyöhön, mutta vielä on avoinna, kuinka kunnat ja matkailuyhdistykset lähtevät mukaan, ja yritetäänkö kasvuohjelmaa saada käyntiin koko Koillismaalla vai aloitetaanko ensin pienemmillä alueilla. Keskustelut tästä on jo aloitettu.

Hankkeen aikana selvisi, kuinka suurien mahdollisuuksien äärellä Koillismaan matkailussa ollaan. Neljän kansallispuiston ympäröimä alue on ympärivuotisia matkailumahdollisuuksia täynnä. Siksi on erittäin tärkeää, että yhteistyötä rakennetaan heti koko tämän alueen toimijoiden ja kuntien kanssa. Nämäkin keskustelut aloitettiin hankkeen aikana. Muutamia maakuntarajoja ylittäviä hankeaihiotakin jo virisi.

Kasvuohjelman rakentamisessa otettiin myös huomioon, mitä resursseja muissa alueella meneillään olevista hankkeista kehitystyöhön olisi käytettävissä. Koko tämän hankkeen ajan, projektipäälliköt tekivät tiivistä yhteistyötä, ja miettivät yhdessä, kuinka hankkeiden resursseja voitaisiin tehokkaasti hyödyntää alueen matkailun kehittämisessä.

Hankkeen aikana tehtiin reitistökartoitus, jonka tulokset annettiin alueen kuntien teknisen toimen käyttöön. Puutteita ja korjattavaa löytyi, ja niistä tehtiin korjausehdotuksia. Reitistökartoituksen myötä havaittiin myös, että koko alueen ulkoilukartat olivat vanhentuneet. Niinpä Kuusamon ja Taivalkoski-Kylmäluoma- ulkoilukartat päivitettiin ja niistä tehtiin koe-erät. Nämä jaetaan alueen toimijoiden käyttöön.

4.4 Toteutuiko hanke aiotulla maantieteellisellä alueella tai kuinka alue mahdollisesti muuttui? Saavutettiin suunniteltu kohderyhmä vai tuliko siihen muutoksia? Oliko muita toteutukseen liittyviä muutoksia?

Hanke toteutettiin aiotulla maantieteellisellä alueella pääosin. Lisäksi toteutettiin OulankaFest Suomen luontokeskus Haltiassa eli vietiin tapahtuma sinne, mistä Oulangalle saapuvia kävijöitä tulee toiseksi eniten. Suunniteltu kohderyhmä saavutettiin. Muita muutoksia ei ollut.

5 Seurantatiedot

5.1 Päästiinkö toteutuksessa hakemuksessa esitettyihin (kohta 12) numeerisiin tavoitteisiin? Mistä mahdolliset erot johtuvat?

Yritysten innovaatiotoimintaan vaikuttaminen

Hankkeen aikana, erityisesti kun mietittiin tapahtumien luontofestarit ja OulankaFest - järjestämistä oli mukana yrityksiä (4 - 15), jotka osin paransivat omia tuotteitaan sekä loivat uusia tuotteita mm. pop up -ohjelmia Oulangan kansallispuistoon. Tapahtumat olivatkin erinomainen tapa saada yrittäjiä pohtimaan uudenlaisia tulokulmia kestävän matkailun tuotteistamiseen. Aika tulee näyttämään, mitkä näistä kokeiluista jäävät elämään ja tulevat osaksi yrittäjien ohjelmapalvelutarjontaa.

Tapahtumien järjestäminen yhdessä paitsi yrittäjien myös yhdistysten kanssa oli loistava siinä mielessä, että tämä oli naisille helppo ja riskitön tapa kokeilla millaisia tuotteita voisi tulevaisuudessa tuottaa luontotapahtumiin ja mahdollisesti miettiä omien siipien kantavuutta. Hankkeen avulla siis madallettiin kynnystä koostaa ja tarjota tuotteita/palveluita tapahtumiin.

Kestävä kehitys on päivän selvä asia ja edellytys yrittäjille, kun he toimivat metsähallituksen kanssa. Tätä osaamista hankkeen aikana syvennettiin mm. tuottamalla tapahtumissa paikallisiin raaka-aineisiin tukeutuvia kokkaustapahtumia, sienten keruu- ja valmistusretkiä, retkieväitä ja lihasvoimalla liikkumista. Kestävän kehityksen mukaisesta toiminnasta tuli entistä luonnollisempaa.

5.2 Miten asetetut numeeriset tavoitteet palvelivat hankkeen toteutusta? Mitkä indikaattorit olisivat tukeneet paremmin toteutusta? Mitä mahdollisia omia seurantatietoja tai indikaattoreita toteutuksessa hyödynnettiin?

Asetetut numeeriset tavoitteet eivät sinällään palvelleet hankkeen toteutusta. Enemmän palvelisi se, että hankesuunnitelmaa kirjoitettaessa mietittäisiin millaisia innostavia ja sitouttavia ja voimaantumisen mahdollistavia menetelmiä hanketta toteutettaessa voitaisiin käyttää ja kokeilla. Ainoastaan näillä saadaan yrittäjiä ja kumppaneita innostumaan hankkeesta, kehittämään palveluitaan ja osallistumaan ja vasta näin hankkeen tavoitteilla on mahdollista onnistua.

6 Hakijan osaaminen, hankkeen riskiarviointi ja ohjausryhmä

6.1 Miten hanke kartutti tuensaajan hanketyöosaamista ja hankkeen sisällön mukaista osaamista?

Hanke kartutti hyvin hanketyöosaamista sekä sisällön mukaista osaamista - mm. tehdyt selvitykset toivat lisäosaamista. Tässä yhteydessä on mainittava erityisesti verkkojalanjälkiselvityksen mukanaan tuoma osaaminen.

6.2 Toteutuiko hankkeen aikana ennakoituja tai muita riskejä ja kuinka niihin reagoitiin?

Hanke eteni suunnitelman mukaisesti. Projektipäällikkö hoiti lähes itsenäisesti hallinnolliset työt, ja se koettiin hyväksi menetelmäksi, ja näin saatiin aiotun 50%:n työaika muutettua kokoaikaiseksi.

Konsulttiryhmän valinta onnistui myös hyvin. Yhteistyö hankkeen projektipäälliköiden ja konsulttiryhmän kanssa sujui erittäin hyvin.

6.3 Miten ohjausryhmä tuki hankkeen toteutusta? Miten ohjausryhmä luonnehti hankkeen onnistumista?

6.4 Miten kohderyhmä koki hankkeen? Millaista palautetta kohderyhmältä on saatu?

Metsähallituksen osalta on saatu palautetta tapahtumien järjestämisestä sekä verkkojalanjälkiselvityksestä. Tapahtumat toivat mukanaan myös uusia yhteistyöavauksia mm. SPR, musiikkileikkikoulu, Villiruoka, Käylän kyläyhdistys ja suullinen sekä kirjallinen palaute on ollut erittäin myönteinen ja jatkoa on toivottu. Verkkojalanjälkiselvitys oli yrittäjien mielestä erittäin silmiä avaava sekä hyödyllinen ja varsinkin siihen liittynyt koulutus koettiin tarpeelliseksi sekä jatkoa halutaan ehdottomasti.

Naturpoliksen osalta ei palautekyselyä ole tehty, mutta yksittäiset yritykset/yrittäjät antoivat positiivista palautetta. He kokivat saavansa uutta ajattelunaihetta työpajojen aikana.

8 Julkisuus, tiedottaminen ja yhteydet muihin hankkeisiin

8.1 Miten hanke näkyi julkisuudessa? Miten hankkeesta tiedotettiin?

Hanke näkyi sekä paikallislehdissä, että aikakauslehdissä mm. Apu-lehden artikkeli. Metsähallitus tiedotti lisäksi sähköpostilla noin joka toinen kuukausi yhteistyöyrittäjille suoraan.

Yrittäjiä ja työpajoihin kutsuttuja tahoja lähestyttiin sähköposteilla ja uutiskirjeillä suoraan.

8.2 Mihin hankkeisiin tai hankekokonaisuuksiin hanke toiminnallisesti tai muuten liittyi ja miten? (Merkitse myös hakemusnumerot tai hankekoodit)

Yhteydet muihin hankkeisiin oli erittäin hyvät ja yhteistyökykyiset. Projektipäälliköt järjestivät yhteisiä tilaisuuksia ja työpajoja. Näin saimme tapahtumista laadukkaita ja houkuttelevia ja kustannukset pysyivät pieninä aina yhtä hanketta kohti. Tavoitimme näin myös ilahduttavan määrän alueen yrittäjiä ja toimijoita.

Uusia liikeideoita ja työpaikkoja- hanke

Arctic flavours of Kuusamo Lapland-hanke

Elintarvikkeista ja luonnosta elinvoimaa Koillismaalle-hanke

Slow Adventure in Northern Territories- hanke

Gateway to Kuusamo Lapland- hanke

9 Aineiston säilytys

9.1 Missä hankkeen aineisto säilytetään tai arkistoidaan? Yhteyshenkilön yhteystiedot.

Aineisto säilytetään Naturpolis Oy:n tietokannassa sähköisenä sekä paperisena versiona arkistossa Kuusamon kaupungintalolla.

Yhteyshenkilö: Elsi Riihelä, 040 715 4478, elsi.riihela@naturpolis.fi

10 Liitteet ja allekirjoitus