



EAKR-PROJEKTIN VÄLIRAPORTTI

Ohjelmakausi 2007 - 2013



Viranomaisen merkintöjä

Saapumispvm		Diaarinumero	
Käsittelijä		Puhelinnumero	
Projektkoodi	A32211	Tila	Jätetty viranomaiskäsitteilyyn 31.01.2013

1. RAPORTOINTIKAUSI

Raportointikausi	01.04.2012 - 31.12.2012
------------------	-------------------------

2. PROJEKTIN PERUSTIEDOT

Projektin nimi	TouNet - Tourism Development in co-opetition in Southern Finland and Baltic Region
Ohjelma	Etelä-Suomi
Toimintalinja	5 : Suuralueet-toimenpiteiden temaattinen keskittäminen
Projektityyppi	Kehittämisprojekti
Vastuuviranomainen	Päijät-Hämeen liitto
Aloituspäivämäärä	01.04.2012
Päätymispäivämäärä	30.06.2014

3. PROJEKTIN TOTEUTTAJAN TIEDOT

Toteuttajan nimi	Culminatum Innovation Oy Ltd		
Projektin vastuuhenkilön nimi	Vesa Gran		
Sähköpostiosoite	vesa.gran@culminatum.fi	Puhelinnumero	+358 50 4428285

4. LOMAKKEEN TÄYTTÄJÄN TIEDOT

Täyttäjän nimi	Karoliina Korpela		
Sähköpostiosoite	karoliina.korpela@culminatum.fi	Puhelinnumero	0503494164

5. PROJEKTIN LÄHTÖKOHTA, KOHDE JA TAVOITTEET

Hanketta suunniteltaessa on kiinnitetty huomiota Etelä-Suomessa matkailun toimialalla vallitsevaan tilanteeseen; yhteistyöstä puuttuu holistisuus, alueet tekevät omien rajojen sisällä päällekkäisiä toimintoja, eivätkä suunnittele strategioitaan yhteistyötä ja kestävästä kehitystä ajatellen. Alueita ei myöskään ole profiloitu kilpailua ja yhteistyötä ajatellen. Alueelta puuttuu matkailutoimijoiden ns. roundtable, yhteinen foorumi, joka jakaisi alueen sisällä paremmin tietoa. Matkailun innovaatiotoiminta on myös jakaantunut useille eri tahoille ja verkosto on rakentamatta ja linkittämättä Itämeren alueeseen. Hanketta suunniteltaessa on myös huomioitu tekniikan kehitys ja haluttu mahdollistaa hankkeen avulla ICT:n tarjoamien ratkaisujen levittämistä matkailun toimialalla.

Projektin kohderyhmänä ovat matkailualan toimijat, kuntien ja kaupunkien elinkeinojohto, matkailualan pk-yritykset, matkailualan alueorganisaatiot ja neuvontapisteet, teknologia-alan yritykset sekä matkailualan

rahoittajat. Hankkeen toiminnan maantieteellinen kohdealue on Etelä-Suomi ja siellä varsinaisen toiminnan kohteena olevat alueet Uusimaa, Varsinais-Suomi ja Päijät-Häme. Kanta-Häme on yhteistyömaakunta.

Projektin tavoitteet ovat seuraavat:

MATKAILUYHTEISTYÖ JA VERKOSTOITUMINEN:

1. Etelä-Suomen matkailutoimijat ovat verkostoituneet.
2. Etelä-Suomen matkailu&digi -matchmaking on järjestetty.
3. Etelä-Suomen matkailualueiden profiloituminen on luonut uusia miniklustereita.
4. Uudenmaan kunnilla on innovatiiviset ja kestävä kehityksen mukaiset matkailustrategiat.
5. yhteisen digitaalisen myynti- ja markkinointialustan kiinnostus on tutkittu.
6. Eteläisen Suomen saavutettavuutta on parannettu. lentoyhteismarkkinointitoimenpiteellä ja rakennettu yhteistoimintamalli.
7. Hki-Vantaan neuvontayhteistyö laajennettu Etelä-Suomessa ja palveluja kehitetty digitaalisimmiksi käyttäjäystävällisin menetelmin.
8. Matkailun tulo- ja työllisyystutkimus on tehty Uudellemaalle matkailuliiketoiminnan vaikutusten selvittämiseksi.
9. Länsi-uudellamaalla on pilotoitu matkailukoordinaattorimalli alueyhteistyön kehittäjänä.

MATKAILULIIKETOIMINNAN KEHITTÄMINEN:

1. Uudenmaan matkailuyritysten Venäjä-liiketoimintaosaamista on kehitetty
2. Etelä-Suomen matkailuyritysten vastuullisuutta on lisätty
3. Uudenmaan matkailuyritysten kasvua on tuettu rahoittaja-yrittäjä tapaamisilla.
4. Päijät-Hämeen matkailuyrityksiä on etabloitu Venäjän markkinoille

MATKAILUINNOVAATIOT JA ENNAKOIMINEN:

1. Matkailun innovaatioverkosto on kartoitettu Etelä-Suomessa ja linkitetty Itämeri-yhteistyöhön.
2. Matkailuinnovaatiokilpailu on järjestetty ja tuotokset tuotu protomoihin jälkityöstöön.
3. Matkailuyritysten ennakkointiosaamista on kehitetty.

6. PROJEKTIN TOTEUTUKSEN JA YHTEISTYÖN ONNISTUNEISUUS

Yhteistyö hankkeessa on ollut jo tähän mennessä onnistunutta ja hankkeessa mukana olevat toimijat ovat olleet sitoutuneita.

7. JULKISUUS JA TIEDOTTAMINEN

1. Viestinnän tavoite

Hankkeen visiona on luoda Etelä-Suomesta yhtenäinen matkailualue, joka on vuoteen 2020 mennessä Itämeren alueen houkuttelevin ja johtava matkailukeskittymä. Hankkeen toimet ja viestintä tukevat vision toteutumista. Projektilla pyritään lisäämään eri tahojen yhteistyötä matkailun toimialalla Etelä-Suomessa ja luomaan uusia toiminta- ja yhteistyömalleja eri tahojen väliseen yhteistyöhön.

Viestinnän tavoitteena on levittää tietoa hankkeen toimista ja tuloksista sekä matkailun kehittämisestä Etelä-Suomessa hankkeen kannalta tarpeellisille kohderyhmille sekä lisätä toimialarajat ylittävää yhteistyötä ja

verkostoida alueellisia toimijoita. Hankkeen viestinnän päätarkoituksena on lisätä matkailualan toimijoiden osallistumista hankkeen kehittämistoimenpiteisiin sekä tukea hankkeen visiota ja tavoitteita.

2. Viestinnän kohderyhmä

Varsinainen kohderyhmä on matkailualan kasvuhaluiset ja -kykyiset yritykset, kuntien ja kaupunkien matkailutoimijat ja elinkeinojohto sekä matkailualan muut toimijat Etelä-Suomessa. Välillisiä kohderyhmiä ovat media, alueen matkailijat, muut yritykset sekä asukkaat.

Kolme asiakasryhmää ovat:

1. Strateginen yhteistyökumppani; rahoittaja, osahankkeiden toteuttajat, Culminatum Innovation Oy Ltd, hankkeen johtoryhmä
2. Avainasiakas; hankkeen toimintaan osallistuvat yritykset, kuntien matkailutoimijat ja erilaiset alan yhteisöt mukaan lukien muut alan hankkeet.
3. Ekosysteemiasiakas; koko Etelä-Suomen matkailun toimiala.

3. Viestinnän välineet ja työkalut

Hankkeen ulkoisessa viestinnässä korostetaan erityisesti Etelä-Suomen merkitystä yhtenäisenä matkailualueena ja vahvistetaan mielikuvaa matkailun merkityksestä toimialana.

Hankkeen koordinaatio vastaa että hankkeen viestinnässä käytetään rahoittajan ohjeiden mukaisesti tarvittavia logoja. Medianäkyvyyttä seurataan Culminatumin ja osaprojektien toteuttajien mediaseurannoilla.

3.1. Internet -sivut

Hankkeelle tehtiin omat kotisivut, jotka linkitettiin osatoteuttajien (www.turkutouring.fi, www.haaga-helia.fi, www.lahtitravel.fi, www.culminatum.fi ja www.experiencebusiness.fi) omiin kotisivuihin. Omilla kotisivuilla julkaistaan kaikki hankkeen tiedotteet ja toimenpiteet sekä ylläpidetään keskustelua hankkeen toimista (joko blogissa tai linkityksellä hankkeen omille facebook sivuille). Sisällöstä vastaa Culminatum Innovation ja sisällön tuotannossa avustaa myös Matkailu ja elämystuotannon klusterin viestintätiimi. Matkailu ja elämystuotannon osaamiskeskuksen kansallisilla internetsivuilla (www.experiencebusiness.fi) tullaan myös tiedottamaan hankkeen etenemisestä.

3.2. Sosiaalinen media

Hankkeelle perustettiin Facebook:iin omat sivut, jotka tukevat hankkeen viestintää. Facebookissa tiedotetaan erityisesti hankkeen yrityksille suunnatuista tapahtumista, tilaisuuksista, koulutuksista ja työpajoista. Tavoitteena on yrittäjien huomion saavuttaminen ja sitä kautta myös hankkeen toimijoiden verkostoiminen ja osallistuttaminen keskusteluihin ja ajankohtaisiin asioihin matkailualalla. Tarpeen mukaan hanke voi hyödyntää myös mm. Pinterestiä, Flickr:ia ja Twitteriä. Hankkeessa tullaan myös harjoittamaan blogi-kirjoittamista. Hankkeen toiminnasta sosiaalisessa mediassa vastaa Terhi Hakkarainen.

3.3. Uutiskirjeet

Hankkeesta tiedotetaan osaprojektien toteuttajien omien uutiskirjeiden kautta (Culminatum Innovationin,

Turku Touringin, Lahti Travelin sekä Haaga-Helia AMK:n omat uutiskirjeet). Kansallisen matkailu ja elämystuotannon osaamiskeskuksen uutiskirjeillä tiedotetaan tapahtumista ja toimista. Kaupunkien alueorganisaatioiden (Helsingin Matkailu ja kongressitoimisto, Espoon Matkailu Oy ja Vantaan elinkeinopalvelut, KUUMA -kunnat, läntinen sekä itäinen Uusimaa) omissa uutiskirjeissä viestitään hankkeen etenemisestä.

3.4. Sähköpostiviestintä

Hankkeessa ei tehdä erillistä intranettiä, vaan tarvittava hankkeen sisäinen tiedotus ja yhteydenpito hoidetaan sähköpostin avulla.

3.5. Lehdistötiedotteet

Hankkeelle haetaan näkyvyyttä myös kirjoittamalla lehdistötiedotteita ja kutsumalla mediakanavien edustajia kaikkiin näkyvimpiin ja tärkeimpiin toimenpiteisiin. Mm. Matka 2013 -messujen ammattilaispäiville osallistuminen (Business Travel Forum, Smart Tourism -osasto).

Medianäkyvyyttä voidaan myös hakea uusista kanavista, mm. teknologia ja ICT -alan julkaisut. Alan viestinnässä yhteistyötä tehdään Digibusiness- Digisisällöt- ja Joka paikan tietotekniikka osaamiskeskusten ja -klusterin kanssa.

Osaprojektien toteuttajat tulevat julkaisemaan omia tiedotteitaan hankkeesta alueellisesti yhdessä koordinaation kanssa. Logojen ja rahoittajien näkyvyys varmistetaan.

3.6. Julkaisut ja esitteet

Hankkeen loppuraportista tehdään oma julkaisu (5/2014) johon kootaan keskeiset tulokset ja hankkeen parhaat käytänteet osaprojekteittain. Matkailutulo tutkimuksesta (Haaga-Helia) tullaan tekemään oma, erillinen julkaisu toimialan käyttöön.

4. Vastuunjako ja resurssit

Hankkeen viestinnästä vastaa hankkeen projektipäällikkö apunaan Matkailu ja elämystuotannon osaamiskeskuksen viestintävastaava Terhi Hakkarainen. Culminatumin Innovationin viestintätiimi tukee hankkeen viestintää. Hankkeeseen on budjetoitu viestintään 3 kk työmäärä (13.100 €) sekä viestinnän ostopalveluihin 17.500 € (viestintä ja markkinointiesitteet, painatus, internet-sivut jne.).

7.1 Projektin mahdollinen internet-osoite

<http://tounethanke.wordpress.com/>

8. ONGELMAT JA SUOSITUKSET

Tietyt osa-alueet etenevät hyvin, mutta vaikeimmilla laajoilla osa-alueilla joudutaan käyttämään enemmän aikaa tavoitteiden saavuttamiseksi. Isommat toimenpiteet (kuten saavutettavuus- ja neuvontayhteistyö mallin aikaansaaminen, Helsinki-Vantaa lentoaseman neuvonnan digitaalisuus -pilotti, yhteisen myynti- ja markkinointikanavan toteuttaminen, yhteisen sisällön tuottaminen) vaativat suuressa määrin perehtymistä, hahmottelua, eri osapuolien kuulemista, neuvotteluita, konsensuksen tavoittelua, kilpailutusta ja työstöä. Lisänä on muitakin toimenpiteitä, koordinoitua ja hallinnoitua, joten varsinkin alussa aika ei ole riittänyt tarvittavissa määrin perehtymiseen ja asioiden eteenpäin viemiseen kaikkien toimenpiteiden osin.

9. PROJEKTIN TOIMINTA JA TAVOITTEIDEN SAAVUTTAMINEN

Käsittelen projektin toimintaa 1.4.-31.12.2012 projektisuunnitelmassa määriteltyjen tavoitteiden kautta:

MATKAILUYHTEISTYÖ JA VERKOSTOITUMINEN:

1. Etelä-Suomen matkailutoimijat ovat verkostoituneet.

Hanke järjestää yhdessä Uudenmaan liiton kanssa Etelä-Suomen Tourism Round table -foorumin tapaamiset n. kaksi kertaa vuodessa hankkeen aikana. Uudenmaan liitto toimii foorumin kokoonkutsujana ja järjestäjänä. Uudenmaan liiton Tarja Koistinen ja Tourism Networks -osahankkeen Karoliina Korpela ovat suunnitelleet ensimmäistä tapaamista ja pohtineet foorumin tehtäviä ja kokoonpanoa. Ensimmäinen tapaaminen järjestetään 12.3.2013 ja mukaan kutsutaan n.20 matkailualan toimijaa koko Etelä-Suomen alueelta.

Matkailuyrittäjät verkostoituvat tavatessaan. Hankkeessa on järjestetty vastuullisuuskoulutuksia, Etelä-Suomen vastuullisen matkailun -seminaari 13.12.2012, Tulevaisuus työpaja 28.11.2012 ja hanke on ollut mukana järjestämässä Midnight Sun Workshop:ia Lahden seudulla 21-23.5.2012. Hanke on myös mukana järjestämässä Matka2013 -messujen Smart Tourism -osastoa, jossa matkailu- ja digiyrityksille luodaan mahdollisuus verkostoitua.

Tavoite on hankalasti mitattavissa. Hankkeessa pyritään tekemään verkostoitumisen konkretisoimiseksi työtä monien toimenpiteiden avulla (mm. matkailun innovaatioverkoston luominen, saavutettavuus ja neuvontayhteistyö, Venäjän markkinoille etabloitumiseen liittyvät toimenpiteet ja yritys yhteistyö, digi-matkailu matchmaking).

2. Etelä-Suomen matkailu&digi -matchmaking on järjestetty.

Digi- ja matkailu matchmaking tapahtumia on valmisteltu vuodelle 2013. Tourism Networks osahankkeen Terhi Hakkarainen on vastuussa työpaketista ja hän on kartoittanut digiyrityksiä ja heidän halukkuuttaan osallistua Matka2013-messuilla (17.1.2013) järjestettävään ensimmäiseen matchmaking -tilaisuuteen. Tarkoituksena on esitellä matkailualan toimijoille matkailualaa helpottavia digitaalisia ratkaisuja helposti lähestyttävällä tavalla. Terhi on tavannut syksyn aikana lukuisia digialan yrityksiä ja kaikki osaston 11 yritys paikkaa saatiin täytettyä. Osaston digiyrittäjille järjestettiin tulevan tapahtuman tiimoilta yhteinen aamiaistilaisuus 27.11.2012, jossa keskusteltiin viestinnästä ja käytännön asioista.

Matka2013 -messujen jälkeen järjestetään mm. digi-matkailu matchmaking -aamiaistilaisuuksia, joiden

sisältö rakentuu teemojen avulla. Teemoina tulevat olemaan mm: asiakasymmärrys, brändin rakentaminen, mittarit, sisältöstrategiat jne.

Tavoite on realistinen ja sen toteuttamisessa ollaan aikataulussa.

3. Etelä-Suomen matkailualueiden profiloituminen on luonut uusia miniklustereita.

Haaga-Helia ammattikorkeakoulun toteuttaman Matkailuinnovaatiot -osahankkeen tavoitteena on profiloida matkailualueet Etelä-Suomen alueella. Hankkeessa on koottu Leena Grönroosin johdolla alueen matkailustrategiat ja analysoitu niiden sisältö. Myös Etelä-Suomen matkailukohteiden ja yritysten näkyvyydestä ja asiakaspalautteiden sisällöistä TripAdvisorissa on tehty selvitys. Osahankkeen toimesta järjestettiin myös matkailun tulevaisuustyöpaja 28.11.2012. Matkailualueiden julkisen tahon toimijoita on myös kontaktoitu yhteistyön rakentamiseksi.

Tammi-huhtikuussa 2013 toteutetaan matkailuvastaavien ja avainyritysten haastattelut sekä kyselyt matkailuyrityksiin. Huhti-toukokuussa 2013 järjestetään julkisen ja yksityisen sektorin toimijoille aiheesta työpajat. Työpajojen sisältöön vaikuttavat myös haastatteluissa ja kyselyissä saadut aineistot. Tavoite on vaativa ja vaatii paljon yhteistyötä eri tahojen kanssa. Alue on laaja, joten voi olla että osahankkeessa joudutaan keskittymään aktiivisimpien jo havaittavissa olevien miniklustereiden verkostojen luomiseen.

4. Uudenmaan kunnilla on innovatiiviset ja kestävän kehityksen mukaiset matkailustrategiat.

Länsi-Uudellamaalla valmistellaan alueen matkailustrategiaa (alueen matkailukoordinaattori Jukka Punamäki on mukana valmistelutyössä). Kokonaisuutena matkailustrategioita käsitellään Tourism Networks -osahankkeessa syksyllä 2013 järjestettävän Etelä-Suomen Tourism Round table -foorumien yhteydessä. Tavoite on vaativa, mutta lähitulevaisuudessa realistinen. Tarkoituksena on herättää keskustelua aiheesta ja matkailun huomioimisesta kuntien strategiatyössä. Tavoitteemme on että jokaisessa kunnassa asiasta käydään tietoinen keskustelu. Mitä ja millaista matkailun halutaan kunnassa olevan ja miten ja millaisin toimin ja resurssein tavoitteisiin päästään? Käytännössä vastuu on kunnilla.

5. Yhteisen digitaalisen myynti- ja markkinointialustan kiinnostus on tutkittu.

Tourism Networks -osahankkeessa on tutustuttu Pääkaupunkiseudun matkailumarkkinoinnin kehittämishankkeessa (projektikoodi A31121) toteutettuun DMS-kartoitukseen. Suurimmat toimijat (Helsinki, Espoo, Vantaa) ovat jo ilmaisseet kiinnostuksensa digitaaliseen myynti- ja markkinointiratkaisuun, mutta myös halunsa ottaa asia uudelleen kartoitettavaksi, sillä edellisestä kartoituksesta tekniikka on edennyt ja markkinoille on tullut uusia, "kevyempiä" ja edullisempia ratkaisuja. Erilaisia vaihtoehtoja kartoitetaan tammi-helmikuussa 2013. 6.2.2013 on sovittu Tourism Network -osahankkeen johtoryhmän (edustaja Länsi-uudeltamaalta, itäiseltä-Uudeltamaalta, KUUMA-seudulta ja pääkaupunkiseudulta) tapaaminen, jossa perehdytään saavutettavuuteen ja neuvontayhteistyöhön, Helsinki-Vantaan lentoaseman neuvonnan digitaalisuus -pilottiin ja myynti- ja markkinointimahdollisuuteen. Nämä ovat isoja kokonaisuuksia, jotka liittyvät kaikki toisiinsa. Tourism Network -osahankkeen budjetissa DMS -tilaisuuteen ja kiinnostuksen kartoituksen konsultointiin on varattu 7000€.

Tavoite on realistinen, yhteisen myynti- ja markkinointialustan kartoittaminen toteutuu vuoden 2013 aikana.

6. Eteläisen Suomen saavutettavuutta on parannettu lentoyhteismarkkinointitoimenpiteellä ja rakennettu yhteistoimintamalli.

Toimenpidettä on sivuttu kaupunkien matkailutahojen tapaamisissa (mm. Helsinki-Vantaa lentoaseman neuvontapisteen rahoittavien tahojen tapaamisessa 19.12.2012). Yhteisestä lentoyhteismarkkinointitoimenpiteestä keskustellaan 6.2.2013 sovitussa tapaamisessa.

Saavutettavuusyhteistyömallin (eli rahoitusmallin) luomiseksi voidaan käyttää konsultin palveluita. Samaa rahoitusmallia voisi soveltaa mahdollisesti myös neuvontayhteistyössä.

Tavoite on todella korkealla ja tavoitteen saavuttamisessa tulee aikataulullisesti kiire. Nämä ovat isoja kokonaisuuksia, joiden hahmottamisessa, kartoituksissa, toimijoiden kokoamisessa ja konsensukseen pääsemisessä menee aikaa.

7. Hki-Vantaan neuvontayhteistyö on laajennettu Etelä-Suomessa ja palveluja kehitetty digitaalisimmiksi käyttäjäystävällisin menetelmin.

Erityisesti tämän toimenpideteen digitaalisuutta varten on Tourism Networks -osahankkeessa perustettu digitiimi, joka koostuu Culminatum Innovationin alan asiantuntijoista; ensimmäisessä alustavassa tapaamisessa 16.11.2012 mukana olivat matkailutiimin lisäksi Digisisällöt osaamiskeskuksen ohjelmajohtaja Lari Lohikoski, Digibusiness osaamisklusterin liiketoimintajohtaja Taina Tukiainen sekä projektipäälliköt Mikko Honkakorpi ja Petri Allekotte. Digitiimin tarkoituksena on neuvoa ja antaa vinkkejä digitaalisten toimenpiteiden toteuttamisessa.

Helsinki-Vantaan lentoaseman neuvontapisteen rahoittajatahojen (Helsinki, Espoo, Vantaa, Uudenmaan liitto) kanssa on myös järjestetty tapaaminen 19.12.2012 ja alustettu sekä kartoitettu toimenpidettä.

Tapaamisessa sovittiin yhteisesti, että on löydettävä mahdollisimman kustannustehokas ja helppokäyttöinen ratkaisu kaikille käyttäjäosapuolille asiakkaasta yrittäjään. Ratkaisun tulee olla sellainen, joka ei vaadi www-sivujen yhteensovittamista. Kaiken keskiössä on sisältö, sen jälkeen tulee tekniikka. Digitalisointiin liittyvän sisällön tunnistettiin jakautuvan karttapohjaan ja verkkokaupparatkaisuun. Mikä tärkeintä, toimijat totesivat, että hankkeessa tehtävät toimenpiteet liittyen lentokentän digitalisointiin eivät koske pelkästään lentokenttää vaan tärkeintä on markkinointiyhteistyö. Toimijat näkivät, että lentokenttä on pilotti, johon kokeilu tehdään hankkeen rahoilla, mutta sisällön tulee olla kuitenkin siinä muodossa, että jokainen Etelä-Suomen matkailuneuvonta pystyy hyödyntämään hankkeessa tuotettua sisältöä. Digitaalisen sisällön tuottaminen kaikkien hyödynnettäväksi Etelä-Suomen alueella on ensimmäinen askel, joka yhtenäistää matkailuneuvontoja. Seuraava tapaaminen tähän tavoitteeseen ja toimenpiteisiin liittyen on Tourism Networks -johtoryhmän kokous 6.2.2013. Silloin mukana ovat Länsi-Uudenmaan, Itäisen Uudenmaan, KUUMA-kuntien, pääkaupunkiseudun ja Uudenmaan liiton edustajat.

Tavoite on realistinen, mutta sen toteuttamisen kanssa tulee kiire; kilpailutus tulee saada heti käyntiin kun on konsensus siitä mitä halutaan.

8. Matkailun tulo- ja työllisyystutkimus on tehty Uudellemaalle matkailuliiketoiminnan vaikutusten selvittämiseksi.

Haaga-Helia ammattikorkeakoulun koordinoima Matkailun innovaatiot -osahanke toteuttaa tulo- ja työllisyystutkimuksen Uudenmaan alueella. Sitä koordinoi Eva Holmberg Porvoon yksiköstä. Vuoden 2012 loppuun mennessä osahankkeessa on perehdytty aikaisemmin alueella tehtyihin matkailun tulo- ja

työllisyys selvityksiin ja arvioitu niissä käytettyjä menetelmiä sekä oltu yhteydessä vastaavia tutkimuksia tehneisiin. E. Holmbergin johdolla on myös käyty sidosryhmä keskusteluita mm. tutkimuksen tavoitteista ja kehitetty menetelmää vuoden 2009 Itä-Uudellamaalla tehdyn tutkimuksen pohjalta. Osahankkeeseen on rekrytoitu osa-aikainen projektikoordinaattori 1.12.2012 alkaen sekä opiskelijoita haastattelijoiksi 1.1.2013 alkaen. Haastatteluita helpottamaan on tilattu kolme iPadiä. Osahankkeessa on myös osallistuttu konferenssimatkalle Kanadaan, jossa tutustuttiin vastaaviin tutkimuksiin Vancouverissa ja British Columbiassa sekä käytiin menetelmä- ja käsitteiden määrittelykeskusteluja kansainvälisten matkailututkijoiden kanssa.

Tulevia toimenpiteitä ovat mm. haastattelulomakkeiden kääntäminen venäjäksi (nyt suomeksi, ruotsiksi ja englanniksi), tarkennetun aineistonkeruusuunnitelman tekeminen kesäksi ja tutkimuslupien hakeminen sisätiloissa tapahtuvaa aineistonkeruuta varten. Aineistonkeruu alkaa 1.1.2013 matkailijahaastatteluilla. Tavoite on realistinen ja tavoitteiden toteutumisen kannalta ollaan aikataulussa.

9. Länsi-Uudellamaalla on pilotoitu matkailukoordinaattorimalli alueyhteistyön kehittäjänä. Länsi-Uudenmaan matkailun aluekoordinaattorina toimii Jukka Punamäki, joka aloitti työnsä 1.10.2012. Hän on tutustunut alueen matkailun toimintaympäristöön yrittäjiä ja muita toimijoita tapaamalla sekä perehtymällä materiaaleihin ja tutkimuksiin. J. Punamäki on osallistunut alueen matkailun kehittämistyöhön mm. matkailustrategiatyötä organisoimalla ja kokouksissa sihteerinä toimimalla, koordinoimalla matkailuyhteistyön pilotointia MEK:n Venäjäkampanjan osalta sekä ollut mukana myynti- ja markkinointiyhtiö Lumon kehittämisessä. Länsi-Uusimaa ja matkailukoordinaattori ovat saaneet huomiota myös medialta. J. Punamäki on ollut mm. Yle:n Uudenmaan alueuutisissa 13.12.2012, Yle Uudenmaan radiolähetysessä 23.11.2012 ja lukuisissa lehdissä.

Länsi-Uudellemaalle ollaan toteuttamassa uutta matkailun myynti- ja markkinointiyhtiötä (Lumo). Yhtiön tarkka toimintasuunnitelma ja osallistujatahot ovat vielä työn alla ja varsinkin jatkossa koordinaattori osallistuu yhä tiiviimmin suunnitelmien tekoon. Lumon käynnistäminen ja matkailustrategian tekeminen linkittyvät tiiviisti yhteen.

Länsi-Uusimaa on mukana MEK:n järjestämässä Venäjälle suuntautuvassa kampanjassa. Alue vastaanottaa 30 venäläistä matkailijaa viikoksi 4-10.3.2013. Mukana on useita yrityksiä ja kolme kuntaa (Lohja, Raasepori, Siuntio). Ohjelman toteuttaminen on erinomainen tilaisuus alueen yrittäjille harjoitella yhteistyötä, matkailupalveluiden tuotteistamista sekä venäläisten matkailijoiden palvelua.

Tavoite on realistinen ja tulee toteutumaan. On myös alueen yrittäjistä kiinni, kuinka yhteistyöhaluisia ovat ja kuinka paljon hyötyä alueen matkailukoordinaattori -pilotista saavat.

MATKAILULIIKETOIMINNAN KEHITTÄMINEN:

1. Uudenmaan matkailuyritysten Venäjä -liiketoimintaosaamista on kehitetty Tourism Networks -osahankkeessa tullaan järjestämään Uudenmaan matkailutoimijoille tarkoitettava Venäjä -koulutuskokonaisuus. Tilaisuudet järjestetään neljällä alueella Uudellamaalla (itäisellä Uudellamaalla, läntisellä Uudellamaalla, KUUMA-seudulla ja pääkaupunkiseudulla). Koulutussisältöihin on suunniteltu kolme asiakokonaisuutta 1) asiakkaan tuntemus ja ymmärrys, 2) tuotteet ja palvelut valituille segmenteille, 3) markkinointi ja myynti. Kilpailus toteutetaan vuoden 2013 alussa ja koulutukset järjestetään huhti-

toukokuun 2013 aikana.

Samalla sisällöllä tullaan toteuttamaan myös Kiina-aiheiset koulutusjaksot samoilla alueilla syksyllä 2013. Tavoite on realistinen ja tavoitteiden suhteen ollaan aikataulussa.

2. Etelä-Suomen matkailuyritysten vastuullisuutta on lisätty

Turku Touringin koordinoima Sustainability in Tourism -osahankkeessa on toteutettu vastuullisuustyöpajat Turussa (27.10.2012 ja 7.11.2012) ja Helsingissä (31.11.2012 ja 14.11.2012). Turun työpaja oli suunnattu varsinaissuomalaisille matkailun toimijoille ja Helsingin työpaja koko Etelä-Suomen matkailutoimijoille. Työpajojen vetäjäksi valikoitui kilpailuksessa Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Työpajojen sisältö oli sama sekä Turussa että Helsingissä; sisällöt olivat; 1) ympäristövuoluullisuus, 2) sosiaalinen vastuu ja kulttuurin kestävyys, 3) taloudellinen vastuu, hankintaverkot ja logistiikka, 4) oman vastuullisuuden kartoittamisen välineet ja yritysverkostokohtainen sparraus. Kouluttajat tuottivat kuhunkin työpajaan koulutusmateriaalin, joka postitettiin jälkikäteen vielä kaikille osallistujille. Osallistujia oli Turussa keskimäärin 12 ja Helsingissä keskimäärin 9.

Osahanke järjesti Etelä-Suomen vastuullisen matkailun teemapäivän Helsingissä 13.12.2012. Osallistujia oli paikalla 45. Seminaarissa vastuullista matkailua lähestyttiin erilaisten case-esittelyjen (mm. Scandic Hotels, Kaleva Travel, GreenEvent) ja laajempien näkökulmien kautta (esim. taloudellinen ja viestinnällinen näkökulma). Ohjelmassa esiteltiin myös Uudellamaalla (lähinnä pääkaupunkiseudulla) toimivaa Ekokompassi -järjestelmää, jonka toiminta-alueita toivottiin laajennettavan koko Uudenmaan alueelle. Osahanke toteutti koulutuksissa ja seminaarissa olleille yrityksille sunnatun kyselyn, jonka tavoitteena oli kerätä tietoa siitä, miten matkailun toimijat näkevät vastuullisen matkailun, millaista apua he tarvitsevat oman vastuullisuutensa lisäämiseen ja millaisin toimenpitein vastuullista matkailua voitaisiin edistää. Vastaajia oli ainoastaan 12. Vastausten vähäisyyttä selittänee varmaan myös se, että vastuullinen matkailu on yrityksille yleisesti ottaen uusi asia, ja joihinkin avoimiin kysymyksiin saattoi tässä vaiheessa olla vielä vaikea vastata. Kyselyyn vastanneiden koulutusta ja seminaaria koskevan palautteen mukaan osahankkeessa pystyttiin välittämään yrityksille hyödyllistä ja mielenkiintoista tietoa. Seminaarissa syntyi myös hyvää vuoropuhelua tutkijoiden, yrittäjien ja matkailun kehittäjien välille.

Tavoite on realistinen ja siihen liittyvät toimenpiteet on jo toteutettu. On kuitenkin harmi, että harva yrittäjä osallistui varsinaisiin koulutuksiin. Tulevaisuudessa vastuulliset näkökulmat tulevat vaikuttamaan yhä enemmän matkailijoiden ostopäätöksiin globaaleilla matkailumarkkinoilla. Vastuullisuustietouden jakamiseen ja yritysten sitouttamiseen tulisi jatkossakin kiinnittää huomiota Etelä-Suomen matkailussa.

3. Uudenmaan matkailuyritysten kasvua on tuettu rahoittaja-yrittäjä tapaamisilla.

Matkailuyrittäjä -rahoittaja -tilaisuudet järjestetään neljällä alueella Uudellamaalla (itäinen Uusimaa, läntinen Uusimaa, KUUMA-seutu ja pääkaupunkiseutu). Tilaisuudet on aikataulutettu järjestettäväksi syksyllä 2013. Tapaamisia aletaan valmistelemaan alkuvuodesta 2013.

Tavoite on realistinen ja toteutunee aikataulussa.

4. Päijät-Hämeen matkailuyrityksiä on etabloitu Venäjän markkinoille

Venäjämarkkinoille etabloituminen -osahankkeeseen on rekrytoitu vientiassistentiksi venäjänkielentaitoinen Anna Kuusela, joka aloitti tehtävässä 12.11.2012. Hän on marras-joulukuun aikana

tutustunut alueen matkailun toimijoihin, projektiin jo mukaan lähteneisiin yrityksiin sekä erityisesti hakenut mukaan uusia yrityksiä. Vuoden loppuun mennessä projektiin mukaan on ilmoittanut jo yli 20 yritystä. Projektiin rekrytoitavan vientipäällikön (projektipäällikön) toimintamallin käynnistäminen ja organisoiminen on aloitettu. Hän vastaa projektin operatiivisesta suunnittelusta sekä projektin seurannasta ja raportoinnista projektin hallinnoijan suuntaan.

Päijät-Hämeen keskeinen strateginen matkailun kasvualue on suur tapahtumien haku alueelle sekä tapahtumien käytäntöjen kehittäminen. Lahti Travel Oy:n edustaja Tiina Kallio osallistui Sport Accord -tapahtumaan Quebecissä 20.-28.5.2012. Tapahtuman yhteydessä verkostoiduttiin kansainvälisten urheilu-, liikunta- sekä arvokisatapahtumien järjestäjien kanssa ja esiteltiin Suomea tapahtumien järjestämismaana. Mukana kongressi- ja messutapahtumassa oli Lahden ohella Tampere ja Helsinki.

Lahden seudun toimijat (Lakes/hyvinvointiklusteri ja Lahti Travel Oy) toteuttivat yhteisprojektina mittavan Midnight Sun Workshop -tilaisuuden Lahden seudulla 21.-23.5.2012. Yhteistyöprojektissa tuotiin Lahden seudulle 28 kansainvälistä matkanjärjestäjää 20 maasta tutustumaan hyvinvointimatkailupalvelutarjontaan sekä verkostoitumaan seudun matkailutoimijoiden kanssa. Workshop onnistui erinomaisesti ja matkanjärjestäjille pystyttiin esittelemään Lahden seudun osalta sekä Suomen vesistöjä (Lakeland) että luontoa (Silence) MEK:n teemojen mukaisesti.

Lahti Travel Oy toteutti yhteistyössä Lakes Oy:n kanssa lehdistö- ja tiedotustilaisuuden kesän 2012 tapahtumista Pietarin Suomi-talossa.

Lahti Travel Oy on ostanut asiantuntijapalveluna TAK:lta tilaston venäläisten matkailijoiden määrästä Päijät-Hämeessä. Tilastoa hyödynnetään jatkossa mm. tuotekehitykseen sekä sidosryhmien tiedottamiseen ja projektin tulosten arviointiin.

Tavoite on realistinen, sillä yrityksiä on saatu hyvin mukaan hankkeen toimintaan.

MATKAILUINNOVAATIOT JA ENNAKOIMINEN:

1. Matkailun innovaatioverkosto on kartoitettu Etelä-Suomessa ja linkitetty Itämeri-yhteistyöhön. Matkailun innovaatioverkostossa hyödynnetään Etelä-Suomen matkailualueiden profiloimisessa saatavia aineistoja haastatteluista ja kyselyistä. Aktiivisimmat toimijat kartoitetaan ja linkitetään Itämeren alueen toimijoihin. Itämeren alueen innovaatio toimijoiden kartoittamisessa hyödynnetään Culminatum Innovationin Pertti Vuorelan asiantuntemusta ja kontakteja Baltian alueella. Tavoitteena kartoittaminen on realistista, mutta linkittämisen konkreettiseksi tekeminen on haastavaa hankeaikataululla. Matkailun innovaatio toimijoiden verkostojen hyöty toivottavasti konkretisoituu tulevaisuudessa matkailuyhteistyöllä Itämeren alueen matkailullisen merkityksen kasvaessa ja sitä kehitettäessä.
2. Matkailuinnovaatiokilpailu on järjestetty ja tuotokset tuotu protomoihin jälkityöstöön. Toimenpide toteutetaan yhteistyössä Haaga-Helian ja Culminatum Innovationinkanssa. Toimenpiteen tarkemmat suunnitelmat tehdään vuoden 2013 alussa.
3. Matkailuyritysten ennakkointiosaamista on kehitetty. Hankkeessa järjestetään China Consumer Trends -signaalisessio 12.2.2013 Helsingissä. Syksyllä 2013

järjestetään matkailutoimijoille myös ennakointityöpaja.

Tavoite on realistinen ja aikataulussa.

10. PROJEKTIN INNOVATIIVISUUS

Sustainability in Tourism -osahankkeen teeman voidaan katsoa olevan innovatiivinen. Vaikka vastuullisesta matkailusta on puhuttu jo muutamia vuosia, niin vasta nyt voidaan oikeasti esittää myös konkreettisia lukuja siitä, millaista liiketaloudellista etua kestäväällä / vastuullisella matkailulla voidaan saavuttaa.

Digi-matkailu -matchmaking toimenpiteet ovat myös innovatiivisia, sillä tilaisuuksissa kohtaavat kahden erilaisen alan osaajat ja toimijat. Molemmat alat hyötyvät toiminnasta; digiyrittäjät saavat uusia ideoita millaisia tuotteita/palveluita matkailualalle voisi kehittää ja matkailuyrittäjät puolestaan saavat digialalta omaan liiketoimintaansa ja sen kehittämiseen uusia ideoita. Myös taloudellisesta näkökulmasta katsottuna kaikki voittavat.

11. PROJEKTIN TASA-ARVOVAIKUTUKSET

Projektilla ei ole tasa-arvo vaikutuksia.

12. PROJEKTIN VAIKUTUKSET KESTÄVÄÄN KEHITYKSEEN

Hanke on suhteellisen ympäristöneutraali, eikä aiheuta merkittäviä ympäristövaikutuksia. Hankkeen toiminnassa kuitenkin pyritään aina huomioimaan vaikutukset ympäristöön sekä toimimaan vastuullisesti.

Hankkeessa edistetään vastuullista toimintaa matkailuyrityksissä ja hankkeessa on mm. järjestetty koulutuspäiviä Turussa ja Helsingissä vastuullisuuteen liittyen matkailualalla. Hankkeessa järjestettiin myös Etelä-Suomen vastuullisen matkailun päivä -seminaari, jossa asiaa käsiteltiin sekä hyvien esimerkkien että informatiivisten esitysten pohjalta.

13. HYVÄT KÄYTÄNNÖT

Hyviä käytänteitä on vielä vaikea arvioida. Yhteistyötä kuitenkin tehdään mm. Vetovoimaa ja kestäväää laatua ympärivuotiseen matkailuun Etelä-Suomessa -hankkeen kanssa vaihtamalla tietoa mm. Venäjä -toimijoista. Osallistumme myös toistemme ohjausryhmän toimintaan. Yhteistyötä alueen (Etelä-Suomen) eri matkailuhankkeiden kanssa voisi olla enemmänkin. Alueen matkailuhankkeille olisi hyvä olla yhteinen säännöllinen foorumi, esim. kaksi kertaa vuodessa järjestettävä tapaaminen, jossa käytäisiin läpi mitä missäkin hankkeessa tapahtuu ja voitaisiin yhdessä miettiä mahdollisia synergia etuja.

14. TOIMINNAN JATKUVUUS

Toiminnan jatkuvuus huomioidaan hankkeen toiminnassa kaikilla osa-alueilla.

Päiväys ja allekirjoitus

31.01.2013



Marja-Liisa Niinikoski

toimitusjohtaja