



**Euroopan unioni**  
Euroopan aluekehitysrahasto

## Loppuraportti

Kestävää kasvua ja työtä 2014 - 2020  
Suomen rakennerahasto-ohjelma



### Viranomaisen merkintöjä

Saapumispäivämäärä	Diaarinumero EURA 2014/7179/09 02 01 01/2018/PPL
Käsittelijä	Puhelinnumero
Hankekoodi A74752	Tila Keskenäinen

### 1 Hankkeen perustiedot

Hankkeen nimi Kuusamon lentokentän vaikutusalueen matkailun kehittäminen (Gateway to Land of National Parks)	
Alkamispäivämäärä 1.5.2019	Päätymispäivämäärä 31.8.2022
Toimintalinja 1. Pk-yritystoiminnan kilpailukyky	
Erityistavoite 2.1. PK-yritysten kasvun ja kansainvälistymisen edistäminen	
Tukimuoto Alueellinen kehittämistuki: kehittämishanke	
Kustannusmalli Flat rate 15 %	

### 2 Tuensaajan perustiedot

Tuensaajan nimi Koillis-Suomen kehittämissyhtiö Naturpolis Oy	
Y-tunnus 1940705-4	Hankkeen WWW-osoite <a href="http://www.naturpolis.fi">http://www.naturpolis.fi</a>
Yhteyshenkilön nimi Kirsi Kuosku	
Yhteyshenkilön sähköpostiosoite kirsi.kuosku@naturpolis.fi	Yhteyshenkilön puhelinnumero 0400 375 930

### Muut tuensaajat (osatoteuttajat)

Tuensaajan nimi Ruka-Kuusamo Matkailu ry	Y-tunnus 1791616-2
Tuensaajan nimi Metsähallitus (Pohjanmaan-Kainuun Luontopalvelut)	Y-tunnus 0116726-7
Tuensaajan nimi Oulun yliopisto	Y-tunnus 0245895-5
Tuensaajan nimi Kajaanin Ammattikorkeakoulu Oy	Y-tunnus 2553600-4
Tuensaajan nimi Sallan kunta	Y-tunnus 0192936-4
Tuensaajan nimi Syötteen Matkailuyhdistys ry	Y-tunnus 2023194-9
Tuensaajan nimi Suomussalmen kunta	Y-tunnus 0189925-7
Tuensaajan nimi Posion kunta	Y-tunnus 0191908-6

### 3 Tiivistelmä

#### 3.1 Hankkeen toiminnan ja tulosten tiivistelmä

Kuusamon lentokentän vaikutusalueen matkailun kehittäminen (Gateway to Land of National Parks) -hankkeen päätoteuttajana toimi Naturpolis Oy ja osatoteuttajina Ruka-Kuusamo Matkailu ry, Metsähallitus, Oulun yliopisto, Kajaanin ammattikorkeakoulu (KAMK), Syötteen matkailuyhdistys, Suomussalmen kunta, Sallan kunta ja Posion kunta. Hanke kokosi yhteen kaikki Kuusamon lentokentän vaikutusalueella olevat matkailualueet tekemään yhteistyötä lentokentän matkustajamäärien lisäämiseksi ja ympärivuotisen matkailun kehittämiseksi. Laaja matkailualueiden välinen yhteistyö mahdollisti mm. isot markkinointikampanjat sekä monipuolisen joukon muita toimenpiteitä, joilla edistettiin koko alueen kansainvälisen matkailun kehittymistä – ympärivuotisesti. Laaja- alainen hankeyhteistyö loi pohjan myös syventyneelle yhteistyölle hankealueen destinaatioiden kesken nyt ja tulevaisuudessa. Hankkeen toteutusaika oli 1.5.2019-31.8.2022.

Hankealueen matkailualueet ovat lähtökohdiltaan ja toiminnallisesti hyvin erilaisia, mikä on rikkaus, jota hankkeessa tuettiin monin tavoin. Osatoteuttajakohtaiset toimenpiteet mahdollistivat kunkin destinaation kyvyn tarttua juuri heitä koskeviin kehitystarpeisiin. Lisäksi Metsähallitus,

Hankkeen nimi: Kuusamon lentokentän vaikutusalueen matkailun kehittäminen (Gateway to Land of National Parks)  
Viranomainen: Pohjois-Pohjanmaan liitto

Oulun yliopisto sekä KAMK pystyivät omista työpaketeistaan hyödyntämään ydinosaamistaan koko Kuusamon lentokentän vaikutusalueen matkailun kehittämiseksi: kansallispuistoihin liittyvä kehitystyö, vastuullisuustyö sekä matkailualueiden uudistumisen tukeminen eri toimenpitein. Hankkeen kaikki eri työpaketit muodostivat moninaisen kokonaisuuden, joka piti sisällään lähes kaikki mahdolliset tavat kehittää ympärivuotista kansainvälistä matkailua matkakohteissa, joissa luonnolla on erityinen rooli vetovoimatekijänä sekä puitteiden tarjoajana. Hankkeen aikana toteutettiin lukuisia markkinointikampanjoita, neuvotteluja lentoyhtiöiden kanssa, matkanjärjestäjien tutustumismatkoja (FAM trip) sekä media- ja vaikuttajamatkoja, kehitettiin digitaalisia jakelukanavia sekä matkailijan ostopolkua, konseptoituihin tapahtumia, kehitettiin tuotteita, kirkastettiin kohderyhmiä, uudistettiin brändejä, osallistuttiin markkinointitilaisuuksiin eri puolilla maailmaa sekä virtuaalisesti kotitoimistoilta, kehitettiin matkakohteiden vastuullisuutta selvitysten ja työpajojen kautta sekä tehtiin selvityksiä ja tutkimuksia useista eri aiheista. Eri kampanjoiden sekä media- ja somenäkyvyyksien ansiosta Land of National Parks -alue näkyi kymmenille miljoonille ihmisille erityisesti saksankielisen Euroopan alueella, mihin useat toimenpiteet kohdistuivat. Lisäksi useat kymmenet matkanjärjestäjät saivat tutustua hankealueen matkailutarjontaan fyysisesti paikan päällä (FAM tripit).

Valtava arsenaali erilaisia toimenpiteitä toteutettiin erikoisena maailmanaikana, jolloin koronaviruspandemia valtasi maailman. Keväällä 2020 jouduimme pohtimaan monenlaisia asioita, joita kukaan meistä ei ollut ennen kohdannut: Miten käy kansainvälisen matkailun? Kohtaammeko paikallisella tasolla yritysten konkurssiaallon? Elpyykö kansainvälinen matkailu? Jos elpyy, niin milloin? Miten matkailutoimiala muuttuu pandemian aikana ja sen jälkeen? Täytyykö hanke keskeyttää? Muun muassa näiden kysymysten keskellä hankehenkilökunta venyi uusiin suunnitelmiin ja digiloikkaan esimerkiksi online-markkinointitapahtumien muodossa. Pandemiasta johtuen hankkeessa ei pystytty toteuttamaan tehtyjä suunnitelmia täysin alkuperäisen suunnitelman mukaan. Olihan maailma muuttunut hyvin paljon siitä hetkestä, kun hankesuunnitelma oli kirjoitettu. Useiden hankesuunnitelman muutosten ansiosta pystyimme suuntaamaan toimintaamme paremmin uutta normaalia vastaavaan tilanteeseen. Tämä joustavuus ja hyvä yhteistyö rahoittajan kanssa edesauttoivat kriittisellä tavalla hankkeen toiminnan onnistumista. Hankeajakaan mahtui korona- ja lisäksi myös geopoliittinen kriisi, kun Venäjä hyökkäsi Ukrainaankin alkuvuodesta 2022. Myös tällä kriisillä oli vaikutusta hankkeen toteuttamiseen kansainvälisessä matkailukentässä. Näihin globaaleihin kriiseihin ja niiden merkittävään negatiiviseen vaikutukseen hanketoteutuksessa ei kukaan meistä ollut osannut varautua.

Globaaleista kriiseistä huolimatta Gateway-hankkeen aikana saadut tulokset tulevat palvelemaan Kuusamon lentokentän vaikutusalueen ympärivuotista matkailua pitkän aikaa. Syntyneet verkostot matkanjärjestäjiin ovat vuosien mittaisia kumppanuuksia, kampanjat ovat jättäneet kuluttajille muistijäljen kansallispuistojen maasta ympärivuotisena matkakohteena, vastuullisen matkailun kehitys jatkuu, digitaalisen ostopolon osalta on otettu elintärkeitä kehitysaskelaita ja tuotetut markkinointimateriaalit palvelevat destinaatioita monipuolisesti. Ilman pandemiaa ja sitä seurannutta saavutettavuuden heikentymistä hankkeen tulokset olisivat mitä todennäköisimmin nykyisiä tuloksia konkreettisemmät ja suuremmat. Olosuhteet olivat kuitenkin sellaiset, mihin meillä ei ollut mahdollisuutta vaikuttaa. Yksi pitkäaikaisimmista tuloksista tulee kuitenkin olemaan hankkeen osatoteuttajien välille muodostunut yhteistyö, joka tulee olemaan tulevaisuudessa lähtökohtana monelle hyvälle idealle ja laajemmalle kehittämiselle matkailun saralla.

Tämä loppuraportti kerää yhteen toimenpiteet ja tulokset osatoteuttajakohtaisesti. Jokainen osatoteuttaja toimitti päätoteuttajalle omat raporttinsa, joista tämä yhteinen loppuraportti on koostettu.

### 3.2 Hankkeen toiminnan ja tulosten englanninkielinen tiivistelmä

Gateway to Land of National Parks Project was managed by Naturpolis Ltd (principal actor). The Subordinate actors were Ruka-Kuusamo Tourist Association, Metsähallitus, University of Oulu yliopisto, Kajaani University of Applied Sciences (KAMK), Syöte Tourist Association, Suomussalmi municipality, Salla municipality and Posio municipality. The project collected all six tourism destinations together, that are served by Kuusamo Airport. The project created a setup for the actors to do collaboration in order to increase the number of flight passengers and to develop year-round tourism in the area. This wide collaboration made possible to implement big marketing campaigns and a large variety of other actions, which played an important role in developing the area's year-round international tourism. The project brought actors closer to each other and created good collaboration opportunities during the project and also after it. The project was executed from 1 May 2020 to 31 August 2022.

The destinations within the project area are all very different. This diversity is an asset that the project supported in many ways. Individual work packages that all actors had, made it possible to develop their own needs. In addition to this Metsähallitus, University of Oulu and KAMK used their own expertise in order to develop the project region as a whole: national parks, sustainable traveling and supporting new development steps. All work packages in this project built a large set of tools that were used in developing the international, year-round tourism of the project area. During the project for example these actions were carried out: marketing campaigns, negotiations with airlines, FAM trips, press and influencer trips, developing digital channels, concepting new events, product development, renewing target groups and brands, participating in marketing events, developing sustainability in the destinations, and making research of different topics. Through these actions Land of National Parks area was seen by tens of millions of people especially in DACH area, which was the main market in many actions. Large group of international tour operators and agencies visited the area during FAM trips.

The project and its' actions were carried out during a strange time in the world, during the Corona pandemic. In spring 2020 we faced questions that none of us had ever thought before: What will happen to international tourism? Will there be lots of bankruptcies in local businesses? Will tourism industry recover? If yes, then when? How will travelling behavior change after the pandemic? Do we have to stop this project? Under these questions the project personnel had to create new plans and take a big step in the digital world in order to adapt into the new situation. Because of the pandemic, many plans mentioned in the project plan could not be done according to the original plan. After several changes in the project plan, we were able to adjust our plans to the new situation. This flexibility and cooperation with the funder were crucial for us to carry out the project in a successful way. After the pandemic we faced also a geopolitical crisis when Russia attacked Ukraine. Also, this crisis had its' effect in the project. None of us were prepared for these kinds of global crises and their large, negative effect on the project.

Despite of these global crises, this project achieved many goals that will serve the project area and the development of international tourism for a long time. Building up tour operator networks, marketing campaigns have left a trace in consumers' minds, development for more sustainable tourism continues, digital development steps will serve customers and marketing material will be useful for a long time. It is clear, that without the pandemic and the crucially declined accessibility to the project area, the project would have achieved bigger numbers and more concrete goals. But the worldwide circumstances were something that we could not have influenced in. Nevertheless, one of the biggest and lasting results of this project is the good collaboration between the project partners. The collaboration will feed many good ideas and development actions in the future.

This final report sums up the actions and results made in this project. Every actor delivered their report to the main actor, who finalized the report based on them.

## 4 Hankkeen tarve, toteutus ja tulokset

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

Hankkeen keskeisenä kehittämistarpeena oli hankealueen ympärivuotisen matkailun kehittäminen sesonkivaihteluiden tasaamiseksi. Ympäri vuoden matkailun kehittyminen tulee lisäämään mahdollisuuksia uusiin investointeihin sekä matkailuyöllisyyden parantumiseen. Tähän kehittämistarpeeseen vastattiin Työpaketissa 1, joka oli kaikkien hankepartnerien yhteinen. Sen toimenpiteet etsivät ratkaisua hankealueen vetovoiman lisäämiseen keskeisimmillä kv-markkinoilla matkustajamäärien lisäämiseksi matalasesonkien aikaan. Yksi keskeinen mittari tässä työssä oli Kuusamon lentoaseman käyttöasteen lisääminen etenkin lumettomana aikana (toukokuu-lokakuu). Laajaa hankealuetta yhdistävä Land of National Parks -teema sekä samankaltaiset vetovoimatekijät (luontomatkailu ja kansallispuistot) nostettiin työpaketin yhteisten toimenpiteiden myötä kv-markkinoiden tietoisuuteen mm. markkinointikampanjojen avulla. Yhteismarkkinoinnin toteuttaminen destinaatioiden kesken edellytti tiivistä alueorganisaatioiden välistä yhteistyötä. Tässä kehittämistarpeessa hanke onnistui hyvin. Hankeajana osatoteuttajien välinen yhteistyö muodostui avoimeksi ja aktiiviseksi. Yhteishenki oli hyvä. Tästä kertoo esimerkiksi se, että kaikki hankkeen osatoteuttajat haluavat jatkaa alueorganisaatioiden välistä yhteydenpitoa hankkeen päättymisen jälkeenkin, ja tarttua pian seuraaviin mahdollisuuksiin hankeyhteistyön tekemisen suhteen.

Yhteisten toimenpiteiden lisäksi hankkeessa oli keskeistä hankealueen destinaatioiden erilaisuuden vaaliminen. Jokaisella alueella on omat vahvuutensa ja kasvun painopisteet, mitä haluttiin tukea osatoteuttajakohtaisilla työpaketeilla. Erilaisuuden vaalimisen ja hankeajana toteutuneen kehityksen myötä alueiden muodostama kokonaisuus näyttyy entistä monipuolisempaan, vaihtelevampaan ja mielenkiintoisempaan kohteena, joka tarjoaa laadukkaita ja ympäristöystävällisiä mahdollisuuksia lomanviettoon. Osatoteuttajakohtaiset tavoitteet ja toimenpiteiden vaikutukset on kuvattu tarkemmin hankeraportin kohdassa 4.2. sekä liitteessä 4.

Destinaatioiden toteuttamien työpakettien lisäksi hankkeen kehittämistarpeille toi lisäarvoa Metsähallituksen, Oulun yliopiston ja Kajaanin ammattikorkeakoulun asiantuntijuus. Hankkeen yhtenä kehittämistarpeena oli hankealueen valmiuden lisääminen omatoimimatkailun lisääntymiseen ja kestävään matkailuun liittyen. Näiden teemojen osalta keskeisiksi teemoiksi nousivat digitaalisten kanavien kehittäminen (esim. opastus, liikkumispalvelut ja palveluiden löydettävyyttä sekä saatavuus), matkailutuotteiden ja -palveluiden laadun parantaminen sekä asiakkaiden ohjaaminen kestävään matkailukäyttöön. Näiden teemojen osalta Metsähallitus ja Oulun yliopisto tekivät toimenpiteitä kestävä matkailun kehittämiseksi mm. maasto-opastein, tutkimustyötä ja selvityksiä tehden sekä teemapäivien ja materiaaliuutannon avulla. Tavat lisätä alueen toimijoiden sekä alueella vierailevien matkailijoiden kestävää toimintatapaa olivat moninaiset. Kestävyysosaamisen lisääminen yritys- ja alueorganisaatiotasolla sai hyvää lisätukea myös Visit Finlandin puolelta, kun hankeajana lanseerattiin Sustainable Travel Finland -ohjelma kestävä matkailun lisäämiseksi. Kajaanin AMK:n asiantuntijuus tuotekehityksen, tuotteistamisen sekä reittikehityksen osalta konkretisoiti monen destinaation kohdalla työpajojen ja selvitysten muodossa, minkä avulla alueet saivat välineitä laadukkaampien ja kansainvälisempien tuotteiden kehittämiseen sekä erityisesti omatoimimatkailijoita palvelevan sähköisen reittipalvelun (Outdoor Active) tehokkaampaan hyödyntämiseen. Digitaalinen kehitys oli keskeisesti mukana myös destinaatioiden työpaketeissa sisältäen mm. digitaalista markkinointia, digitaalisten kanavien kehitystä ja digitaalisen osaamisen kehittämistä.

Matkailun kestäväan kasvuun liittyneiden tavoitteiden toteutumisen

- Lentomatustajamäärien 10 % vuotuinen kasvu Kuusamossa: Hankkeen aikana ei tavoitettu 10 %:n vuotuisesta kasvua lentomatustajien määrässä. Vuonna 2019 kasvuprosentti edellisvuoteen nähden oli +0,4 %. Elokuussa 2019 lentoasema oli lähes koko kuukauden suljettuna kiitotieremontin takia, mikä osaltaan vaikutti kasvuprosenttiin. Seuraavana vuonna (2020) kasvuprosentti oli reilusti miinusella koronapandemian takia. Matkustusrajoitusten vuoksi koko lentoliikenne Kuusamon lentoasemalla pysäytettiin huhti-elokuuksi 2020. Näin ollen vuoden 2020 kehityksen suunta oli -37,8 % edellisvuoteen nähden. Vuonna 2021 kasvuprosentti ylsi jälleen plussalle edellisvuoteen nähden, +4,6 %. Koronapandemian aika sekä sitä seurannut Venäjän hyökkäyssota Ukrainaan ovat olleet kovia iskuja kansainväliselle matkailulle. Ne ovat heikentäneet LONP-alueen lentoteitse tapahtuvaa saavutettavuutta merkittävästi, sillä reittilento-yhteydet Euroopasta Helsingin kautta Kuusamoon ovat heikentyneet radikaalisti. Hanketoimenpiteiden mukaisesti Ruka-Kuusamon kv-asiantuntija on käynnynyt lentoyhtiöiden kanssa neuvottelua tavoitteenaan vaikuttaa lentoyhteyksien positiiviseen kehitykseen (lentojen määrä, kapasiteetti ja aikataulut). Valitettavasti lentoyhtiöiden oma taloustilanne sekä strategiset valinnat ovat kuitenkin ohjanneet tilanteen kehitystä Kuusamon lentoaseman näkökulmasta katsottuna negatiiviseen suuntaan. Tästä syystä aktiivinen vuoropuhelu lentoyhtiöiden kanssa ja kehitystyö lentoliikenteen kehittämisen saralla tulee jatkua vastaisuudessaakin parempien yhteyksien varmistamiseksi ympärivuotisesti.

- Kv-yöpymisten 8–12 % vuotuinen kasvu (kuntakohtaiset tavoitteet): Koronapandemiasta ja myöhemmin Ukrainan kriisistä johtuen hankealueen destinaatiot eivät päässeet kv-yöpymistä koskevaan vuotuisen kasvutavoitteeseen. Liitteessä 1 näkyy Ruka-Kuusamon, Sallan ja Syötteen (Pudasjärvi) kv-yöpymisten kehitys diagrammina 2019–2022 (elokuuhun asti). Tämä diagrammi havainnollistaa hyvin kehitystä koronaa edeltävän ja sen jälkeisen ajan välillä. Liite 4 avaa tarkemmin kuntakohtaista kehitystä.

- Lentokentän vaikutusalueen matkailuyritysten liikevaihdon ja matkailuyöllisyyden kasvu: Tämän tavoitteen toteutumista pyrittiin seuraamaan hankeajana, mutta valitettavasti sen luotettava mittaaminen osoittautui erittäin hankalaksi. Vertailukelpoisen tiedon keräämistä hankaloitti mm. yritysten toimintakausien erilaisuus ja poikkeaminen kalenterivuodesta, sekä tiedon kerääminen erillisillä kyselyillä tai puhelinsitoilla, joihin yritysten osallistumisaktiivisuus oli vähäistä. Näistä syistä johtuen luotettavaa ja systemaattista tietoa ei ole pystytty keräämään hankeajana. Koronapandemialla on ollut ilmeinen ja väistämätön vaikutus liikevaihdon ja matkailualan työpaikkojen negatiiviseen kehitykseen. Hanke ei ole voinut toimenpiteillään vaikuttaa tähän laajaan, heikentävään vaikutukseen – mutta toimenpiteillään se on voinut tukea matkailuelinkeinon kehittymistä pitkällä tähtäimellä (esim. matkanjärjestäjäsuhteet, markkinointimateriaalit jne.).

Lue seuraavista aiheista lisää liitteestä 4: LONP alueen kansallispuistojen aluetaloudellisten vaikutusten kasvu 4–5 % (2017vs.2021), LONP-alueen luontokohteiden kävijämäärä kasvu 3 % (2017vs.2021), Kestävä kehitys tiiviimmäksi osaksi matkailuyritysten toimintaa ja laatutekijäksi, kestävyysuunnitelman tehneiden yritysten määrä kaksinkertaistuu hankeajana, Matkailijoiden sitouttaminen alueen kestävä matkailun periaatteisiin, Ympäri vuoden matkailun kehittämiseen liittyvien tavoitteiden toteuttaminen, Matkailupalveluiden aukiolo kesäkautena matkailukeskuksissa, Uusia palveluita ja toimintamalleja lumettoman ajan matkailun edistämiseksi, LONP-alueen tunnettuuden kehittäminen

Yhteenvetona hankkeen tavoitteiden onnistumisesta voidaan todeta, että hanke ei tavoittanut monia sille asetettuja numeerisia tavoitteita. Synny tähän ei ollut hankehenkilökunnan epäonnistuminen työn tekemisessä tai yhteisen sävelen puutteessa. Sen sijaan koko LONP-hanke vietiin läpi koronapandemian tuoman poikkeusajan keskellä: uudenlaisessa maailman ajassa, johon kuuluivat liikkumis-, kokoontumis- ja matkustusrajoitukset, epävarmuus matkailutoimialan selviämisestä ja pelko paikallisten matkailuyritysten konkurssiaallosta. Hankeajana sisältyi hankepartnerien

Hankkeen nimi: Kuusamon lentokentän vaikutusalueen matkailun kehittäminen (Gateway to Land of National Parks)  
Viranomaisen: Pohjois-Pohjanmaan liitto

ennenkuulumatonta digiloikkaa sekä vaatimus koota hyvät, romuttuneet suunnitelmat uudeksi, uuteen normaaliin sopiviksi kokonaisuuksiksi. Hankehenkilökunta sekä osatoteuttajien välinen yhteistyö osoitti voimansa poikkeusaikoina, minkä ansiosta LONP-hanke sai aikaan monia hyviä asioita ja tuloksia kansainvälisen matkailun saralla. Ilman pandemiaa ja Ukrainan kriisiä tulokset olisivat tällä porukalla olleet todennäköisesti huimamat, mutta niitä kohti voimme pykiä tulevaisuudessa – maailmantilanteen niin salliessa. Rahoittajan tuki ja joustavuus poikkeusaikana konkretisoitui mahdollisuutena tehdä useita muutoksia hankesuunnitelmaan. Ilman näitä hanke olisi jäänyt toteutukseltaan erittäin vaillinaiseksi. Muutosten myötä samme hankkeelle esim. jatkoaikaa, minkä mahdollisti hanketoimenpiteiden tehokkaan loppuunsaattamisen intensiivisimmän korona-ajan jälkeen.

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

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

- Sähköinen suunnitteluytötila osatoteuttajien käyttöön sekä osatoteuttajien yhteinen työryhmä: Hankkeen alussa Naturpoliksen toimesta hankkeelle otettiin käyttöön Trello-niminen sähköinen työtila, jota käytettiin aktiivisesti koko hankkeen ajan. Hankkeen päättymisen jälkeen työkalu arkistoidaan Naturpolikselle. Lisäksi osatoteuttajilla oli työryhmä, joka kokoontui 11 kertaa hankkeen yhteisiin tiimpäiviin joko kasvotusten tai etänä. Lisäksi hankehenkilökunta ja destinaatioiden edustajat kokoontuivat yhteen tarpeen mukaan työstämään yhteistyösuunnitelmia TP1:een liittyen.

- Neuvottelut ja yhteistyö lentoyhtiöiden kanssa lentoliikenteen kehittämiseksi Kuusamon lentokentälle (toimijoiden kontakteja, tapaamisia ja alueen esittelyä): Ruka-Kuusamo Matkailun kv-asiantuntija tapasi hankeajana säännöllisesti Finnairin, Lufthansan ja charter-toimijoiden edustajia tuoden esille Kuusamon lentokentän vaikutusalueen kuulumisia, tilannetta ja toiveita lentoliikenteen kehittämiseen liittyen.

- Markkinointikampanjat lentoyhtiöiden kanavissa, erityisesti ympärivuotisuuden kehittämiseksi: LONP-alue toteutti hankeajana useita markkinointitoimenpiteitä, joiden avulla tuotiin esille aluetta kokonaisuutena. Käytössä oli laaja joukko erilaisia toimenpiteitä ja kanavia. Toimenpiteet kohdistuivat erityisesti Saksaan, joka on koko hankealueelle keskeinen kohdemarkkina.

Trip Advisor -kampanja 2020: 2M näyttökertaa, 700 000 katsojaa, 4945 klikkausta

Nordis Magazin -lehden näkyvyys Saksassa 2020

Vaikuttajamarkkinointikampanja Saksaan, maastopyöräilyteema 2021: 4,6M näyttökertaa, 1,1M katsojaa, 50 000 reaktiota julkaistuihin sisältöihin, Saksan kesäkampanja kuluttajille kohdistuen 2022; 120M näyttökertaa (monikanavainen toteutus), 100 000 reaktiota/klikkausta

kampanjamateriaaleihin

Media- ja vaikuttajamatkoja kesään kohdistuen 2022

Kesänäkyvyys ranskalaisessa online-mediassa, Yonder 2022: 1M näyttökertaa, 383 585 katsojaa

LONP-alueen yhteinen FAM trip, kesä 2022: 14 eri matkanjärjestäjää Euroopan markkinoilta tutustui kolmessa eri ryhmässä LONP-alueen matkailupalveluiden tarjontaan.

- Yhteistyö Älyliikenne 2020 -hankkeen kanssa matkailualueiden liikkumispalveluiden edistämiseksi, sekä yhteistyö Itä- ja Pohjois-Suomen lentoliikenne -hankkeen kanssa: LONP-hanke osallistui projektipäällikön toimesta aktiivisesti Älyliikenne-hankkeessa käytävään keskusteluun ja toimivien ratkaisujen etsimiseen. Hanke päättyi vuoden vaihteessa 21-22. Projektipäällikkö sekä hankealueen destinaatioiden edustajia osallistui aktiivisesti lentoliikennehankkeen tapaamisiin. Hanke päättyi keväällä 2021. Sen jälkeen Kuusamon lentokentän vaikutusalueen työryhmä on jatkanut kokoontumistaan LONP-hankkeen projektipäällikön kooleksumana. Työryhmä kokoontuu n 3krt/v. Ryhmään kuuluu edustajat Gateway-hankkeen destinaatioista (Ruka-Kuusamo, Salla, Syöte, Posio, Taivalkoski ja Suomussalmi; alueorganisaation edustaja ja/tai yritys edustaja) sekä Kuusamon lentoasemalta ja Naturpolikselta. Työryhmä aiotaan pitää aktiivisena Gateway-hankkeen päättymisen jälkeenkin, minkä osalta selvitetään käynnissä olevien ja tulossa olevien hankkeiden hyödyntämismahdollisuutta vetovastuun hoitamisessa.

2. Työpaketti: Land of National Parks – Vetovoimaista ja kestävää luontomatkailua (Metsähallitus)

TP 2.1. Digitaalisuuden avulla vetovoimaa kansallispuistojen tuotteisiin:

- Hankesuunnitelman mukaisesti Metsähallitus toteutti työpaketin 2.1:ssä LONP kärkiaktiviteetti oppaat digitaalisina (20 kpl, englanniksi)

- Uusia reittiesittelyvideoita 7 kpl (englanniksi)

- Land of National Parks -travel page Outdooractiveness sekä uusia reittikuvauksia (20 kpl) sivustolle. Tässä kohtaa hankesuunnitelmaan oli kirjattu tavoite liittyen LONP matkansuunnitteluovelluksen jatkokehitykseen. Tätä toimenpidettä ei työstetty eteenpäin sellaisenaan, koska nähtiin Outdoor Activen LONP travel page ajavan samaa asiaa. Outdoor Active on valmis reittisovellus, jossa kaikki LONP-alueen destinaatiot ovat aktiivisesti mukana. Se tarjoaa varsinkin omatoimimatkailijalle työkalun tutustua koko alueeseen ja sen reitti- sekä palvelutarjontaan. Tästä syystä ei nähty tarpeelliseksi ja kustannustehokkaaksi perustaa uutta, omaa matkansuunnitteluovellusta.

TP 2.2. Brändin mukaista viestintää asiakkaille ja kiinnostavaa ja ajantasaista tietoa sidosryhmille

- Kansallispuistotietoisuus videomuodossa: Matkailijan etiketti -piirrosvideoit 5 kpl. Toteutettu yhteistyössä Oulun yliopiston ja KAMK:n kanssa

- Kolme tietoisuvideoita kansallispuistojen erityispiirteistä/luonnonsuojelusta.

- Kansallispuistotarinoista tehty podcastjakso sekä neljä videota (englanniksi).

- Kansallispuistojen visuaalisten profiilien mukaisia kuvia hankittu yhteensä 201 kpl

- Uutta digitaalista uutiskirjepohjaa ei luotu, sillä Metsähallituksen konsernilla oli jo oma uutiskirjepohja kehitystyön kohteena. Hankkeessa tehtiin uutiskirjeelle valmis sähköinen taittopohja, jota käytettiin hankkeen uutiskirjeissä (5 kpl).

TP 2.3. Kestävä luontomatkailua

- Uusi kestävyden seurannan menetelmä otettu käyttöön kaikissa Land of National Parks -alueen kansallispuistoissa, jotta pystytään tarkemmin seuraamaan matkailun kestävyttä (ekologinen, taloudellinen ja sosio-kulttuurinen kestävyys) kansainvälisten matkailijoiden määrän kasvaessa.

- Kaksi uutta kävijälaskuria hankittu ja otettu käyttöön. Laskureiden sijoitus Oulangan kanjoni ja Ristikallio (näille kohteille pyritään tasaamaan kävijäpainetta mm. Pieneltä karhunkierrokselta).

- Kävijätutkimukset toteutettu Oulangan ja Syöteen kansallispuistoissa.

- Kestävän matkailun periaatteiden ja kohteiden sääntöjen esiintuominen maasto- ja yritysviestinnässä toteutui seuraavasti: Kestävän matkailun opastekylltien suunnittelu (ohjetaulut, lähtöpaikkaopasteet sekä autiotupataulut). Tilattu 25 kpl ohjetauluja, 26 lähtöpaikkaopastetta ja 18 autiotupataulua. Kestävän matkailun kylttejä ja muita opasteita varten tilattu piirroksia 31 kpl. Kestävän matkailun esitteitä tuotettu sähköiseen käyttöön (1 FI & 1 EN) sekä 12 printtimateriaalia (2 FI, 2 EN, 2 DE, 2 ES, 2 FR, 2 RU).

Työpaketeissaan Metsähallitus onnistui toteuttamaan kaikki hankesuunnitelman mukaiset toimenpiteet, joista iso osa oli materiaalien tuottamista. Hankkeen aikana koronapandemia esti kansainvälistä matkailua merkittävästi, joten tehdyt materiaalit eivät päässeet täysin käyttöön. Materiaalit

Hankkeen nimi: Kuusamon lentokentän vaikutusalueen matkailun kehittäminen (Gateway to Land of National Parks)  
Viranomainen: Pohjois-Pohjanmaan liitto

eivät ole kuitenkaan tiukasti aikaan sidottuja, joten niitä voi hyvin käyttää myös hankkeen päättymisen jälkeen. Hankkeen konkreettiset tulokset (eli tuotetut materiaalit) ovat käytettävissä LONP-alueen matkailutoimijoille (mm. yritykset, yhdistykset, kunnat).

Lue lisää työpaketeista 3, 4 ja 5 liitteestä 4.

Yhteenvetona hanketoimenpiteiden vaikuttavuudesta voidaan todeta, että Gateway-hanke auttoi Kuusamon lentokentän vaikutusalueella kehittymään vetovoimaisena luontomatkailukohteena sekä luomaan kiinnostusta ja matkustushalukkuutta laajoissa kansainvälisissä kohderyhmissä. Tässä työssä tärkeää olivat erilaiset kehittämistoimet, työpajat ja selvitykset asiantuntijaorganisaatioiden (Oulun yliopisto, KAMK ja Metsähallitus) sekä ulkopuolisten kumppanien johdolla. Lisäksi lukuisat matkanjärjestäjäyhteistyöt, markkinointikampanjat ja monikanavainen näkyvyys eri kohdemarkkinoilla toi koko aluetta kansainvälisten kohderyhmien tietoisuuteen. Pitkäjänteisellä työllä tämä tietoisuus konkretisoituu tulevaisuudessa kasvaneisiin matkustajamääriin koko hankealueella. Lisäksi hankkeessa tuotettiin iso määrä erilaista materiaalia, joka auttaa destinaatioita mm. markkinoinnissa. Sallan kansallispuiston perustaminen on yksi tärkeä hankkeen saavutus, joka tulee palvelemaan etenkin sallalaisia, mutta myös koko laajempaa aluetta, tuoden paljon hyvää vuosikymmeniksi eteenpäin. Gateway-hankkeen toimenpiteet muodostavat vaikuttavan kokonaisuuden, mikä palvelee alueen seuraavia kehitysaskelita matkailun kehittämisen saralla.

Gateway-hanke vietiin läpi erittäin haastavissa olosuhteissa, keskellä pandemiaa ja sen jälkeistä Ukrainan kriisiä. Hankesuunnitelman mukaisesti toteutettujen toimenpiteiden vaikuttavuus jäi siksi tietyiltä osin vajaaksi asetettuihin numeerisiin tavoitteisiin nähden. Esimerkiksi toimenpiteet eivät konkretisoituneet toivotulla tavalla lentomatkustajamäärien kasvuna tai lisääntyneinä kansainvälisinä rekisteröityinä yöpymisinä. Kansainvälisten matkustusrajoitusten, ja näin ollen kv-matkailijoiden puuttumisen, lisäksi matkailutoimiala muuttui pandemia-aikana muutenkin. Muun muassa kansainvälinen matkanjärjestäjäkenttä muuttui, kun toimijat supistivat henkilöstöään ja monet alueellemme tutut kontaktit vaihtoivat työnsä muille aloille. Tästä johtuen olemassa oleva kontaktiverkostomme supistui ja verkostoja olemassa oleville markkinoille täytyi rakentaa uudelleen. Koronapandemian seurakusena myös Kuusamon lentokentän vaikutusalueen saavutettavuus heikkeni merkittävästi. Esimerkiksi kesällä 2022 lentoyhteydet Euroopasta Kuusamoon (Helsingin kautta) olivat erittäin huonolla tasolla (mm. todella pitkät vaihtoajat Helsingissä). Heikentyneeseen tilanteeseen syynä on Finnairin muuttuneet strategiset painopisteet sekä yrityksen taloudellinen tilanne, joka sain ison kolauksen korona-aikana sekä Ukrainan kriisin seurauksena.

Haastavista olosuhteista huolimatta Gateway-hankkeen toimenpiteillä pystyttiin edesauttamaan monenlaisia konkreettisia edistysaskelita hankealueen ympärivuotisen kv-matkailun kehittämiseksi. Gateway-hanke mahdollisti monia toimia, joiden avulla saavutettiin tärkeitä kehitysvaiheita ja luotiin pohjaa tulevaisuuteen. Esimerkiksi lentoliikenteen kehittämiseksi hankeaikana tehtiin lukuisia toimenpiteitä aina neuvotteluista kampanjoihin asti. Ne ovat omalta osaltaan olleet auttamassa kansainvälisen matkailun elpymistä ja tunnettuuden lisääntymistä Kuusamon lentokentän vaikutusalueen kohteista nyt, kun matkustaminen on jälleen vapaampaa.

**4.3 Miten hakemuksen kohteena olevaa toimintaa jatketaan ja tuloksia sekä kokemuksia hyödynnetään hankkeen päättymisen jälkeen?**  
Koska hanke oli hyvin laaja ja monialainen, myöskin sen aikaan saama toiminta tulee jatkumaan monella tapaa hankkeen päättymisen jälkeen.

Metsähallitus:

- Land of National Parks -brändin ylläpitämiseksi ja vahvistamiseksi sekä kansallispuistoja koskevan viestinnän vahvistamiseksi on tehty julkaisusuunnitelma 9/2021–9/2022. Julkaisusuunnitelman toteutuminen on viestinnästä vastaavien henkilöiden vastuulla. Yhteistyöyrityksiä kannustetaan jatkossakin julkaisusuunnitelman mukaisiin julkaisuihin ja Land of National Parks -materiaalien hyödyntämiseen.
- Land of National Parks -travel page Outdoor Active -sivustolla vahvistaa brändiä jatkossakin. Sivusto on sisällöltään melko staattinen, mutta silti sivuston ajantasaisuudesta pidetään huoli. Matkailualueille mahdollistetaan sivun hyödyntäminen yhteisten online-kampanjoiden laskeutumissivuna.
- Kestävän matkailun ohjeistuksia pystyy hyödyntämään ja soveltamaan vastauksena jatkossa ilmeneviin ongelmiin. Piirrosmateriaali on monikäyttöistä ja se on kaikkien Metsähallituksen työntekijöiden saatavilla. Uusilla kävijälaskureilla saadaan tarkempia kävijätietoja hiljaisemmilta kohteilta ja kävijäpainetta pystytään jatkossakin ohjaamaan näille kohteille viestinnän keinoin.
- Hankkeessa tehdyt kävijätutkimukset (Oulangan ja Syöteen kansallispuistot) on julkaistu Metsähallituksen kanavissa, ja ovat julkisia ja kaikille halukkaille käytettävissä.
- Kestävän matkailun materiaalien (sisältäen matkailijan etiketin) jakaminen uusille yhteistyöyrityksille on tärkeää. Ne toimivat perehdytysmateriaalina ja yritykset voivat hyödyntää materiaalia omassa asiakasviestinnässään. Myös muut Land of National Parks -materiaalit (esim. tarinavideot) toimivat perehdytysmateriaalina sekä tuotteistamisen tukena yhteistyöyrityksille.

Oulun yliopisto:

Monet tuotetuista asioista, kuten kohderyhmän tarpeiden mukaisesti tuotetut Matkailijan etiketti ja Hiiliopas jäävät alueelle (ja laajemminkin) käyttöön hankkeen päättymisen jälkeen. STF-selvitystä tehdessä kävi myös ilmi, että alueen yritysten välinen yhteistyö kestävyysasioissa on lisääntynyt. On toivottavaa, että tämänkaltaiset käytänteet, kuten kestävyyskysymysten ratkominen yhteistuumin jäävät pysyviksi käytänteiksi.

KAMK

4.1 Kuusamo: Kesämatkailun kehittäminen

Luotua kyselyä ja raportointipohjaa tullaan hyödyntämään tulevina vuosina eri tapahtumissa. Pienen muutoksen kysely ja raportointipohja on käytettävissä eri tapahtumissa. Kysely mahdollistaa aluetaloudellisten vaikutusten arvioinnin.

4.2 Syöte: Matkailijatutkimuksen tekeminen

Kansainvälisistä matkailijoista tehtyä selvitystä tullaan hyödyntämään alueen ja sen matkailutuotteiden kehittämisessä.

4.3 Suomussalmi: Talvimatkailun kehittäminen

- Talvimatkailun asiakasprofilointeja ja muuta aineistoa tullaan hyödyntämään alueen matkailun kehittämisessä ja yritysten tuotetarjonnan paremmassa kohdentamisessa.

- Matkailun aluetaloudellisten vaikutusten arviointi antaa kuvan toimialan merkityksestä, auttaa esimerkiksi tulevaisuusskenaarioiden luomisessa ja toimii tukena tulevissa investointipäätöksissä. Toistuvalla seurannalla nähdään toimialan kehityksen suunta ja siksi olisi tärkeää tulevaisuudessa toistaa selvitys säännöllisesti ja samalla menetelmällä toteutettuna.

4.4 Taivalkoski

Hankkeen nimi: Kuusamon lentokentän vaikutusalueen matkailun kehittäminen (Gateway to Land of National Parks)  
Viranomais: Pohjois-Pohjanmaan liitto

- Lumettoman ajan palvelutarjonnan esiin nostamisen osalta yritysten tuotteiden arviointia tullaan hyödyntämään tuotekehityksessä, vetovoimaisuuden kasvattamisessa, ostettavuuden kehittämisessä, näkyvyyden parantamisessa ja markkinoinnissa. Yrityskohtainen osio auttaa näkemään kunkin yrityksen kehittämistä kaipaavat seikat.
- Outdooractiveen tuotettua sisältöä tullaan hyödyntämään monin tavoin markkinoinnissa ja tuotekehityksessä. Kaikki sisältö voidaan edelleen sisällyttää mille tahansa Internet-sivulle ilmaisen koodin avulla. Järjestettyyn työpajaan osallistuneet yritykset saivat laajan kuvan järjestelmän hyödynnettävyydestä.
- Taivalkosken luonto- ja liikuntamatkailun kehittämissuunnitelma – Taivalkosken kansainvälisen matkailun kehittämistä palvelevien ulkoilureittien kunnostuksen ja ylläpidon toimintamalliehdotus -raportti auttaa pidemmällä tähtäyksellä aluetta kehittämään reittiverkostoa ja sen ylläpitoa.

#### 4.5 Posio

- Yritysten tuotteiden arviointia tullaan hyödyntämään tuotekehityksessä, vetovoimaisuuden kasvattamisessa, löydettävyyden kehittämisessä, näkyvyyden parantamisessa ja markkinoinnissa. Yrityskohtainen osio auttaa näkemään kunkin yrityksen kehittämistä kaipaavat seikat. Laadittu video ei ole hetkeen sidottu, vaan toimii useamman vuoden.
- Posio matkailun aluetaloudellisten vaikutusten arviointi antaa kuvan toimialan merkityksestä, auttaa esimerkiksi tulevaisuusskenaarioiden luomisessa ja toimii tukena tulevissa investointipäätöksissä. Toistuvalla seurannalla nähdään toimialan kehityksen suunta ja siksi olisi tärkeää tulevaisuudessa toistaa selvitys säännöllisesti ja samalla menetelmällä toteutettuna.

#### 4.6 Oulun yliopisto: Kestävän matkailun kehittäminen

- Hanketoimenpiteinä suunniteltiin ja toteutettiin kestävän matkailun videoita yritysten ja alueiden käyttöön. Tuotetut videot ovat olleet Land of National Parks -alueen matkailutoimijoiden jaettavissa heti valmistumisen jälkeen. Ne löytyvät Metsähallituksen luontopalveluiden Youtube-kanavalta. Videoita on jaettu myös hankealueen ulkopuolella. Samankaltaisia haasteita kohdataan laajemmalla alueella. Piirrosvideot ovat aika ajattomia, joten niitä voidaan hyödyntää usean vuoden ajan. Videoista voidaan myös ottaa koostesivun osalta erillisiä tulosteita, joita tullaan hyödyntämään monissa paikoin (esim. majoitusyritysten huonekansiot).

#### 4.7 Salla

- Sallan matkailun aluetaloudellisten vaikutusten arviointi antaa kuvan toimialan merkityksestä, auttaa esimerkiksi tulevaisuusskenaarioiden luomisessa ja toimii tukena tulevissa investointipäätöksissä. Toistuvalla seurannalla nähdään toimialan kehityksen suunta ja siksi olisi tärkeää tulevaisuudessa toistaa selvitys säännöllisesti ja samalla menetelmällä toteutettuna.

#### Työpaketti 5: Ruka-Kuusamo, Salla, Syöte, Suomussalmi, Taivalkoski ja Posio:

Yhteisesti hankealueen destinaatioiden osalta voidaan todeta, että hanketoimenpiteiden tulokset ja anti jäävät elämään monella tapaa hankkeen päättymisen jälkeen. Hankeajana luodut kontaktit kansainvälisiin matkanjärjestäjiin on suhde, joka vaatii jatkuvaa yhteydenpitoa ja asiakassuhteiden syventämistä uutiskirjeiden, tutustumismatkojen ja markkinointitapahtumien avulla. Lisäksi FAM triippien kautta saatu palaute on jalkautettu alueen toimijoille, mahdollistaen tuotekehitystyön, jotta saadaan tuotteet paremmin sopimaan eri markkinoiden tarpeita vastaaviksi. Destinaatiossa kehitystyön painopiste on vahvasti edelleen ympärivuotisuuden kasvattamisessa. Hankeajana tuotetut markkinointimateriaalit ovat tärkeässä roolissa tulevissa markkinointitoimenpiteissä, joissa tarvitaan houkuttelevaa, ympärivuotista kuvamateriaalia sekä digi- että printti-kanavissa tapahtuvaan markkinointiin. Hankeajana aloitettu ja syvennetty vastuullisuus työ tulee olemaan jatkossakin tärkeä teema koko LONP-alueella. Näin ollen hankeajana tuotetut materiaalit sekä työpajojen myötä lisääntynyt ymmärrys ovat tärkeässä roolissa kehityksen suunnassa ja tahdissa. Digitaalisen kehittämisen osalta hankkeessa tuotetut uudet alustat, kehittyneemmät sivustot sekä tehdyt päivitykset (esim. kieliversiot) palvelevat etenkin alueelle suuntaavia kansainvälisiä omatoimimatkailijoita.

Tässä vielä muutama käytännön esimerkki hanketulosten hyödyntämistavoista hankkeen päättymisen jälkeen:

Hankeajana Ruka-Kuusamossa konseptoiduista tapahtumista toimiviksi osoittautuivat Kitka MTB, UpNorth Festival, Solstice Festival sekä Downhill Swim. Näiden tapahtumien tuottamista ja kehittämistä jatketaan hankkeen päättymisen jälkeen. Majoitusvuorokausia pyritään kasvattamaan kunkin tapahtuman konseptin sekä infran sietokyvyn rajoissa. Hanketoimenpiteinä konseptoitujen tapahtumien kansainvälisten osallistujien määrää pyritään nostamaan vuosittain.

Sallassa reittien markkinointi esim. somenostoilla tulee jatkumaan Matkalle Sallaan ry:n toimesta. Kansallispuiston perustaminen vaikuttaa tulevaisuudessa eniten matkailuun ja kunnan elinkeinoelämään: se tuonee mukanaan kasvavan määrän asiakkaita ja uusia palvelutarpeita ja -tuottajia. Salla markkinoi ja hyödyntää jatkossakin Kuusamon lentokenttää ryhmien ja individuaalimatkailijoiden saapumiskenttänä, koska sieltä on lyhin matka alueelle ja kuljetukset ovat järjestettävissä ainakin osittain. Lentokenttäkuljetusten joustavaan järjestämiseen tullaan aktiivisesti etsimään ratkaisua.

Posiolla hankkeen myötä olennaisesti kehittyntä matkailumarkkinointia jatketaan suunnitelmallisesti Posiolapland-kanavissa, Outdoor Activessa sekä matkailun esitteissä. Aluetaloudellisten vaikutusten tutkimus sekä kansainvälistymiskriteerit tarjosivat hyvät eväät matkailutuotteiden kehittämiseen kansainvälisille matkailijoille.

Lisäksi, Gateway-hankkeen myötä osatoteuttajat tutustuivat toisiinsa sekä organisaatio- että henkilökohtaisella tasolla. Hyväksi muodostunut yhteistyö ja yhteydenpito tulee jatkumaan hankkeen päättymisen jälkeen Naturpoliksen koolle kutsumissa Kuusamon lentokentän vaikutusalueen työryhmässä. Työryhmä kokoontuu noin 3krt/v. Lisäksi päättyneet hanke- ja sisältöosaamisen parantumisen myötä ruokkinut osatoteuttajien halua sekä kykyä hakea uusia hankerahoituksia matkailun kehittämiseen liittyen. LONP-alueella on vahva halu jatkaa destinaatioiden välistä yhteistyötä myös tulevaisuudessa. Yhteistyön muoto ja tavat riippuvat käsillä olevista resursseista sekä tulevien hankkeiden sisällöistä.

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

Hanke toteutui aiotulla maantieteellisellä alueella ja alue säilyi samana koko hankkeen ajan (maakunnat, seutukunnat, kunnat).

Hankkeen kohderyhmänä oli kansainväliset matkailutoimijat, matkailumediat ja matkailijat. Koska koronan takia kansainvälinen matkailu oli hyvin rajoitettua koko pandemian ajan, kohderyhmää ei pystytty tavoittamaan täysimittaisesti alkuperäisen suunnitelman mukaan. Toimenpiteitä kohdennettiin pääosin Eurooppaan – Aasian ja muiden maanosien (esim. USA) jäädessä vähemmälle huomiolle. Esim. Finnairin Aasian lentojen

Hankkeen nimi: Kuusamon lentokentän vaikutusalueen matkailun kehittäminen (Gateway to Land of National Parks)  
Viranomais: Pohjois-Pohjanmaan liitto

peruuntuminen koronan ja Venäjän hyökkäyssodan vuoksi osaltaan vaikuttivat siihen, ettei Aasian toimenpiteitä juurikaan tehty, koska sitä ei pidetty järkevänä, eikä kustannustehokkaana muuttuneessa maailmantilanteessa (esim. radikaalisti heikentynyt saavutettavuus).

Yritykset kohderyhmänä olivat aktiivisesti mukana hankkeen toimenpiteissä, esim. FAM tripit, mediamatkat ja työpajat. Tiedotuksesta huolimatta sekä muiden samanaikaisten hankkeiden vuoksi yrittäjät eivät välttämättä aina osanneet yhdistää toimenpiteitä ja eri hankkeita toisiinsa. Lisäksi esimerkiksi työpajat olisivat monin paikoin kaivanneen lisää osallistujia hankealueen yrittäjäkunnasta. Tämä kertoo siitä, että työpajojen määrän ja ajankohdan suunnittelussa on tärkeää huomioida alueellinen iso kuva, että vältytään ”työpaja-ähkyltä”.

Osatoteuttajista Metsähallituksen, Oulun yliopiston ja KAMK:n osatoteutusten toimet olivat luonteeltaan sellaisia, että korona-ajan vaikutuksista huolimatta, niitä pystytään hyödyntämään jatkossakin, sitten kun kansainvälinen matkailu elpyy ja on normalisoitunut. Koronapandemian takia materiaalien sisältö muuttui jonkin verran - lisäaspektina tuli terveysturvallisuus.

## 5 Seurantatiedot

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

Alla kerrotaan hankekohtaisten seurantatietojen toteutumisesta hankeaikana. Yleisellä tasolla on tarpeellista todeta, että koronapandemian ja Ukrainan kriisin aiheuttamat seuraukset matkailualalla ja sitä sivuavilla aloilla ovat olleet merkittäviä. Kansainvälinen matkailu on ollut kriisissä. Tästä toimintaympäristön muutoksesta johtuen useisiin seurantatavoitteisiin on ollut mahdoton päästä. Ainoastaan vähähiilisyttä edistävien yritysten lukumäärässä yllettiin asetettu tavoite. Korona-aikana, kun kansainvälinen matkailu hiljeni, yrityksillä oli aikaa kehittää yritysten sisäisiä asioita. Moni käytti tämän ajan yrityskohtaisen kestävyysuunnitelman tekemiseen. Lisäksi on huomioitavaa, että seurantatietoja kerättiin kyselyillä, joihin oli usein vaikea saada vastauksia. Tiedossa on useita yrityksiä, jotka kyllä osallistuivat aktiivisesti hanketoimenpiteisiin, mutta eivät vastanneet seurantakyselyihin. Tältä osin indikaattoriluvut eivät kerro koko totuutta.

- Pk-yritykset, jossa keskeinen tavoite yrityksen kasvu ja kansainvälinen liiketoiminta: Indikaattorin tavoitteena oli osallistaa hankkeeseen 60 yritystä, joiden tavoite oli yrityksen kasvu ja kansainvälinen liiketoiminta. Seurantakyselyn perusteella 42 yritystä osallistui hankkeen toimintaan.
- Pk-yritykset, jotka aloittavat viennin ja laajentavat uudelle vientimarkkina-alueelle: Indikaattorin tavoitteena oli saada 30 yritystä laajentamaan uudelle vientimarkkina-alueelle. Hankkeen toimenpiteiden seurauksena 6 kyselyyn vastannutta yritystä kertoo laajentaneensa uudelle vientimarkkina-alueelle. Koronapandemian aikana yritysten ensisijainen kiinnostuksen kohde oli selviytyminen, ja usealle toimijalle tämä on tarkoittanut liiketoiminnan kehittämistä kotimaisen matkailijan tarpeisiin. Tämä oli selviytymiskeino matkustusrajoitteiden aikana. Pandemian jälkeen kansainvälisen viennin aloittaminen tai laajentaminen tulee uudelleen ajankohtaiseksi.
- Pk-yritykset, joissa merkittävä liikevaihdon tai henkilöstön lisäys: Indikaattorin tavoitteena on ollut synnyttää uutta liikevaihtoa ja lisätä henkilökuntaa 10 yritykseen. Hankkeen toimenpiteiden seurauksena 6 yritystä raportoi synnyttäneensä uutta liikevaihtoa sekä palkanneensa uutta henkilökuntaa hankeaikana. Tähän on vaikuttanut osaltansa pandemian aikainen runsas kotimaan matkailu.
- Uudet tuella aikaansaadut työpaikat yrityksissä: Indikaattorin tavoitteena oli saada 20 uutta työpaikkaa, joista 15 naisia työllistäen. Yritykset raportoivat yhteensä 5 uudesta työpaikasta. Naisten osuus oli 2 uutta työpaikkaa.
- Hanke tavoitteli 5 vähähiilisyttä edistävää yritystä. Hankkeen toimenpiteiden seurauksena 9 yritystä raportoi seurantakyselyissä edistävänsä vähähiilisyttä. Tämän lisäksi voidaan todentaa STF-merkkien ja yritysten saamien vastuullisuussertifikaattien osalta, että alueella oli hankkeen lopussa 27 vähähiilisyttä edistävää yritystä. STF-merkki ja vastuullisuussertifikaatti edellyttävät kestävyysuunnitelman tekemistä.

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

Hankkeelle asetetut numeeriset tavoitteet palvelivat hankkeen toteutusta kohtuullisesti. Tietojen keräys riittävällä tarkkuudella ja yhdenmukaisesti eri alueilta ja eri yrityksiltä koettiin kuitenkin haasteelliseksi. Numeerisen tiedon kerääminen etenkin pienemmiltä matkakohteilta on ollut haastavaa, sillä monilla ei ole käytössä automatisoituja seurantoja (esim. yöpymiset). Lisäksi yrityksille suunnattu seurantakysely ei useimmiten kerännyt kovinkaan paljon vastauksia, mikä puolestaan heikentää kerätyn tiedon luotettavuutta. Jatkossa olisi tärkeä miettiä huolellisemmin kunkin mittarin kohdalla lähtötilanteen mittaaminen sekä konkreettinen prosessi, miten tarvittava tieto tuotetaan yhdenmukaisesti ja mahdollisimman luotettavasti koko hankeaikana.

## 6 Hakijan osaaminen, hankkeen riskiarviointi ja ohjausryhmä

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

Läpileikkaavasti voidaan todeta, että laaja Gateway-hanke loi pohjan uuden opetteluun kaikille osatoteuttajille. Hanke oli positiivinen kokemus useita osatoteuttajia sisältävän hankkeen onnistuneesta ja osaavasta toteutuksesta. Iso hanke kartutti osatoteuttajien hankeosaamista ja hankehallinnon taitoja. Myöskin hankeajan poikkeukselliset tapahtumat (koronapandemia ja Ukraina-kriisi) lisäsivät ymmärrystä hankemuutosten teosta ja syvensi yhteistyötä rahoittajan edustajan kanssa. Koronapandemia taivutti hanketiimin myös digiloikkaan, mikä sekoi aluksi uuden opettelua, mutta lopuksi rutiinia. Hankkeen ansiosta osatoteuttajien aluetuntemus lisääntyi, saimme tutustua uusiin toimijoihin ja muodostaa uusia yhteistyöverkostoja. Tämä kaikki on merkittävä lisä kaikkien hanketyöntekijöiden osaamiseen, mikä palvelee myös tulevaisuuden toimia.

Päätoteuttaja Naturpolis Oy on kokenut projektiorganisaatio, jolla on pitkä kokemus hanketoiminnasta ja erityisesti matkailutoimialan kehittämisestä. Gateway-hankkeen aikana Naturpolis Oy on saanut hyödyllistä kokemusta useamman eri osatoteuttajan hankkeessa päätoteuttajana toimimisesta. Yhteistyötä helpottamaan otettiin käyttöön sähköinen työtila sekä säännölliset tiimipäivät, jotta tarvittava tieto kulkisi osatoteuttajien välillä myös hankehallinnon näkökulmasta katsottuna. Projekti-sihteerin vahva ammattiosaaminen tuki erinomaisella tavalla hankkeen toteutumista.

Metsähallitus on hallinnoinut useita eri rahoituslähteiden hankkeita monien vuosien aikana. Hankkeen ansiosta Metsähallitukselle on kertynyt uutta ajanmukaista osaamista liittyen hankkeessa tuotettuihin materiaaleihin, mm. kansallispuistoihin ja luontomatkailuun liittyvät uudenlaiset digitaalisten AV-sisältöjen tuotannot, kestävää luontomatkailua tukevat viestintämateriaalit ja kansainvälisille matkailijoille suunnatut materiaalit.

Oulun yliopiston hanketyöosaaminen kasvoi ja tutkimuksellinen osaaminenkin lisääntyi, kun kestävyysaiheita päästiin tarkastelemaan tarkemmin ja erilaisten toimijoiden näkökulmasta. Erityisesti viestinnällinen osaaminen kehittyi mm. Matkailijan etiketin työstämisen aikana.

Hankkeen nimi: Kuusamon lentokentän vaikutusalueen matkailun kehittäminen (Gateway to Land of National Parks)  
Viranomais: Pohjois-Pohjanmaan liitto

KAMK:lla on vuosien aikana rakentunut vahva hankeosaaminen. Tämä hanke oli osatoteuttajien määrässä suuri ja hankkeen projektiryhmässä mukana olleet kehittivät laajassa verkostossa toimimisen osaamista. Hankkeen teemat olivat tuttuja projektiryhmälle, joten niihin oli helppo tarttua, mutta aluekohtainen tuntemus ja ymmärrys koko LoNP-alueen toimijoiden osalta kasvoi.

Muilla osatoteuttajilla (Ruka-Kuusamo Matkailu, Sallan kunta, Syötteen matkailuyhdistys, Suomussalmen kunta ja Posion kunta) hanke syvensi hankeosaamista – sekä kokeneilla että kokemattomilla alueilla. Hankkeen sisällöt kartuttivat matkailualueiden osaamista esim. digimarkkinoinnissa, matkanjärjestäjien kanssa tehtävässä yhteistyössä ja oman alueen kehitystarpeiden syvemmissä tuntemisessa. Gateway-hanke on lisännyt osatoteuttajien kykyä nähdä hankkeen mahdollisuuksia eri kehittämistarpeissa ja madaltanut kynnystä hakea omia, uusia hankkeita.

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

Riski hankehenkilöstön toimimattomasta yhteistyöstä ei toteutunut hankkeen aikana. Päin vastoin, yhteistyö oli erittäin aktiivista ja tiivistä. Säännölliset tiimpäivät ja muut yhteistyöpalaverit edesauttoivat yhteyden muodostumista ja säilymistä. Lisäksi hanketoimijat pitivät muutoinkin yhteyttä yhteisiin toimenpiteisiin ja tiedottamiseen liittyen. Hyväksi muodostunut yhteistyö on hankkeen yksi tärkeimmistä tuloksista, joka kantaa myös hankkeen päättymisen jälkeen.

Riski osatoteuttajien välisen yhteistyön heikosta tuloksellisuudesta tai yhteisymmärryksen puutteesta yhteisissä toimenpiteissä ei toteutunut. Tiimpäivät, toimenpidekohtaiset palaverit ja sähköinen työtila Trello edesauttoivat yhteisten asioiden hoitamista. Projektipäälliköllä oli vahva rooli asioiden koordinoimisessa ja sisäisessä viestinnässä. Eriäviä mielipiteitä ja näkökulmia kuunneltiin ja kaikkiin tilanteisiin löydettiin kaikkia osapuolia miellyttävä ratkaisu. Ajoittain osatoteuttajilta oli vaikea saada vastauksia ja kommentteja yhteisiin materiaaleihin (esim. kampanjamateriaalit), mutta aktiivisella otteella ja muistuttamisella asiat saatiin hoidettua. Yhteiset toimenpiteet (esim. markkinointikampanjat) olivat opettavaisia ja tulokset hyviä. Toimijat olivat sitoutuneita omien ja yhteisten toimenpiteiden toteutukseen.

Riski digitalisaation hyödyntämiseen ja uusien ratkaisujen kehittämisen epäonnistumiseen liittyen ei toteutunut, vaikkakin siihen liittyi joitakin haasteita. Matkailualueet tekivät omissa työpaketeissaan monenlaista digitaalista kehittämistä, ja asiassa päästiin hyvin eteenpäin. Sen sijaan osatoteuttajien välinen yhteistyö digikehittämisessä olisi voinut olla syvempää. Tässä haasteena oli hankealueen matkailualueiden kehitysvaiheiden erilaisuus. Osa työstä perusasioita kuntoon, kun taas toiset olivat selvästi pidemmällä. Tämä konkretisoitui mm. koko hankealueen yhteisessä TripAdvisor-kampanjassa, jossa hyöty satoi pidemmällä olevien destinaatioiden laariin, koska pienimmillä destinaatioilla ei ollut juurikaan digitaalisia sisältöjä ko. alustalla. Alueen sisäiset eri kehitystasot olisi pitänyt huomioida paremmin kampanjasuunnittelussa. Hankkeessa tuotetun digitaalisen aineiston (esim. videot, Outdooractive-sisällöt) hyödyntäminen yrityksissä jäi hankeaikana vielä ohueksi.

Riski, ettei alueiden työpaketeissa löydetä uusia ratkaisuja ja koko alueen palvelu- ja laatutason kohottamista edesauttavia asioita, ei toteutunut. Koronapandemian seurauksena hanketoimenpiteitä ei pystytty toteuttamaan täysimittaisesti alkuperäisen suunnitelman mukaan. Olosuhteisiin ja muuttuneeseen toimintaympäristöön nähden hanke kuitenkin onnistui hyvin toteuttamaan kirjatut toimenpiteet. Osatoteuttajat joutuivat keksimään työpaketeissaan uusia, alkuperäisestä suunnitelmasta poikkeavia toimintatapoja hanketoimenpiteiden toteuttamiseksi. Hanketiimin välinen yhteistyö ja yhteydenpito autoivat suunnitelmien uudistamisessa ja toteuttamisessa. Muuttuneesta toimintaympäristöstä johtuen hankkeen aikana toteutettiin useita hankesuunnitelman muutoksia. Niiden turvin hankesuunnitelmaa pystyttiin suuntaamaan paremmin muuttunutta toimintaympäristöä vastaavaksi. Yksi tärkeimmistä muutoksista oli hankkeelle myönnetty jatkoaika. Se mahdollisti toimenpiteiden järkevät toteuttamisen, ja tuki alueen kv-matkailun elpymistä koronan jälkeisenä aikana.

Riski kestävän matkailun aluekohtaiseen kehittämiseen ja pitkäjänteiseen sitoutumiseen liittyen ei toteutunut, mutta vaihtelua alueiden välillä oli. Destinaatiosta riippuen osassa paikoista kestävän matkailun toimenpiteissä päästiin todella pitkälle. Esim. Posiolla saavutettiin hankeaikana destinaatiotason STF-merkki ensimmäisenä kohteena koko Suomessa. Muillakin alueilla yritykset osallistuivat työpajoihin ja työstivät yrityskohtaisia STF-merkkejä (sis. kestävyysuunnitelman), vaikka Posion lisäksi muita destinaatiotason STF-merkkejä hankealueella ei saavutettu. Kestävyteen liittyvä työ on laaja ja se vaatii pitkäjänteistä työtä alueorganisaatioiden toimesta, jotta yritykset näkevät asiaan panostamisen tärkeäksi nyt ja tulevaisuudessa.

Muita tunnistettuja, toteutuneita riskejä olivat hankehenkilöstön vaihdokset sekä globaalit kriisit.

Henkilöstövaihdokset aiheuttivat osalla osatoteuttajista haasteita, joihin ei oltu etukäteen varauduttu. Henkilön vaihtuessa paljon hankkeeseen liittyvää tietotaitoa valui hukkaan. Uusien henkilöiden oli hypättävä mukaan ”liikkuvaan junaan”. Pääosin tämä sujui hyvin, mutta se on vaatinut uusilta työntekijöiltä paljon vaivaa ja sitoutumista. Projektipäällikkö perehdytti omalta osaltaan uudet työntekijät hankkeen sisältöihin. Henkilövaihdoksia tapahtui Naturpoliksen, Ruka-Kuusamo Matkailun, Oulun yliopiston, Suomussalmen ja Syötteen osatoteutuksissa. Hankkeen loppupuolella Taivalkoskella ei enää ollut omaa hanketyöntekijää, edellisen lähdettyä toisiin tehtäviin. Tämä vaikeutti Taivalkosken toimenpiteiden tehokasta loppuun saattamista hankkeen viimeisen kolmen kuukauden aikana. Myös hankkeen projektipäällikkö vaihtui kesken hankkeen toteutuksen. Vaihto sujui kuitenkin ongelmitta.

Alimitoitettu henkilöresurssointi oli riski, jota ei oltu huomioitu hankesuunnittelussa. Useissa destinaatioissa hankehenkilöstö joutui työskentelemään yksin, tai muuten vähäisin resurssein, ison työmäärän kanssa. Tämä on tärkeä huomioida tulevissa hankesuunnitelmissa, että suunniteltuja toimenpiteitä varten mitoitetaan riittävästi henkilöresursssia.

Globaalit kriisit oli riski, jonka toteutumista ei oltu huomioitu hankesuunnittelussa. Koronapandemian ja Ukrainan kriisin vaikutus hankkeen toimenpiteisiin ja siten asetettuihin tavoitteiden saavuttamiseen oli todella suuri. Nämä kokemukset ovat osoittaneet, että globaalit ja paikalliset tapahtumat voivat vaikuttaa hyvinkin nopeasti matkailun kehitykseen ja siten niillä voi olla merkitystä jopa yksittäisen hankkeen käytännön toimenpiteisiin. Suunnitelmien uudistaminen söi paljon työaikaa ja hankaloitti hankesuunnitelmassa pysymistä. Tähän tilanteeseen hankesuunnitelman muutokset toivat helpotusta. Globaalien toimintaympäristön kriisit ja geopolittiset riskit on jatkossa tärkeää arvioida hankesuunnittelussa.

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

Hankkeen ohjausryhmä oli iso ja siinä hanketta on katsottu yhtenä kokonaisuutena. Kun osatoteuttajia on yhdeksän ja ohjausryhmän jäseniä saman verran, ei kokouksissa menty kovin yksityiskohtaisesti osatoteuttajien hanketoteutuksiin. Ne toki esiteltiin aina tiiviisti jokaisessa kokouksessa osana hankkeen tilannekatsausta (ks. liitteet). Koko hankkeen ajan ohjausryhmä on antanut kiitosta hankkeen toiminnasta, myös vaikean korona-ajan keskellä, joka uhkasi vesittää monia hankkeen päätavoitteita. Ohjausryhmän jäsenet olivat positiivisella mielellä erityisesti toimenpiteiden laadusta



Hankkeen nimi: Kuusamon lentokentän vaikutusalueen matkailun kehittäminen (Gateway to Land of National Parks)  
Viranomainen: Pohjois-Pohjanmaan liitto

ja määrästä, sekä hyväksytyistä kuluista. Koko hankkeen läpi maksatuksista tuli vain vähän tai ei ollenkaan hylättyjä kustannuksia, mitä voidaan pitää osoituksena hanketyöntekijöiden osaamisesta ja hankesuunnitelman mukaisesta toiminnasta Tietylnaista rauhaa epävarmuuden keskellä toi rahoittajan edustajan aktiivinen osallistuminen kokouksiin: hän kommentoi ja keskusteli mielellään ohjausryhmän kanssa. Hankkeella on koko ajan ollut ohjausryhmän vahva tuki.

Ohjausryhmä luonnehti hanketta seuraavasti: Hanke on ollut erittäin laaja kokonaisuus, joka on tukenut hyvin Pohjois-Pohjanmaan matkailustrategiaa. On ollut hyvä, että hanke on tuonut yhteen laajan joukon alueellisia toimijoita ja muita käynnissä olleita hankkeita. Land of National Parks -brändi on ollut alueille hyvä tukibrändi, joka on tuonut lisänäkökulmaa alueiden Unique Selling Point -valikoimaan. Hankkeen tulokseksi voidaan nostaa myös se, miten pienemmät toimijat ovat tämän hankkeen myötä rohkaistuneet toimimaan hankkeissa ja hakemaan myös omia, uusia hankkeita. Vaikuttavuuden mittaaminen on tulevaisuudessa asia, jota tulisi kehittää. On tärkeää, että työn vaikuttavuutta voidaan mitata selkeästi. Tulevaisuuden osalta tällaiset laajan toimijajoukon yhteiset, isot hankkeet nähdään mahdollisuutena vaikuttavaan matkailukehitykseen.

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

Hankkeen ensisijaiset kohderyhmät olivat kansainväliset matkanjärjestäjät, mediat ja matkailijat sekä hankealueen matkailuyritykset. Matkanjärjestäjien kanssa tehdyn yhteistyön ja Fam trippien kautta kerätyn palautteen perusteella voidaan todeta, että kiinnostus pohjoista luontoa ja sen matkakohteita kohtaan on suuri. Kiinnostus myös lumettoman ajan matkailua kohtaan on noussut etenkin keskieuropalaisten matkanjärjestäjien keskuudessa. Median edustajilta saatu palaute on ollut positiivista. Tietoisuus hankealueen eri destinaatioista ympärivuotisina matkakohteina on medianäkyvyyden myötä kasvanut merkittävästi.

Hankeaikana yrittäjät ovat saaneet mahdollisuuden syventää osaamistaan ja lisää työkaluja kestäväyteen liittyen. Markkinointitoimet on otettu vastaan positiivisesti. Heillä on ollut mahdollisuus osallistua järjestettyihin matkanjärjestäjätapaamisiin sekä esitellä yritystään Fam trippien ja mediamatkojen yhteydessä. Nämä ovat useimmille heistä tärkeitä mahdollisuuksia, joita ei pystyisi toteuttamaan pelkästään yritysvetoisesti pienillä resursseilla. Alueille tuotettu markkinointimateriaali on ollut monella tapaa paikallisten yrittäjien tukena heidän omassa markkinointityössään. Yrittäjille hanketietoa on jaettu destinaatioiden omien uutiskirjeiden ja viestintäryhmien kautta sekä matkailuyhdistysten kokouksissa. Fam trippien ja mediamatkojen järjestelyt ovat sujuneet pääosin hyvin. Ajoittain yrittäjien kanssa on käyty keskustelua panostuksen ja hyödyn tasapainosta osallistuvalla yrityksellä.

Hankkeen päättymisen jälkeen hankealueen yrittäjille tehtiin lyhyt palautekysely. Kysely keräsi vain 13 vastausta, mikä on vain murto-osa hankkeeseen osallistuneista yrityksistä. 8 vastaajista oli Kuusamosta, 3 Taivalkoskelta ja 2 Suomussalmelta. Muilta hankealueilta ei tullut vastauksia. Otannan ja maantieteellisen edustavuuden perusteella kysely ei ole kovin edustava, eikä anna kovin hyvää kokonaiskuvaa. Vastaajat kuvaavat, että ovat osallistuneet itse hankkeen toimenpiteisiin melko aktiivisesti (ka 3,6 / 5). Vastausten hajonta on suuri osan ollessa todella aktiivisia ja toisten todella passiivisia hankkeen toimenpiteissä. Hankkeen apu yrittäjälle itselleen sekä yritykselle on koettu keskinkertaisina (ka 3,2 / 5), pääpainon ollessa kohdassa "samaa mieltä" (4 / 5). Konkreettisia hyötyjä on ollut mm. Taivalkosken kesämatkailutuotteiden tuotemanuaalin kokoaminen, näkyvyys media- ja vaikuttajatyön kautta, matkanjärjestäjäkontaktien ja liidien saaminen, tuki kestävyysuunnitelman tekemiseen sekä Fam trippit. Hankkeen suorasta tai välillisestä vaikutuksesta yrityksissä on kehitetty osaamista vastuulliseen matkailuun liittyen, verkostoiduttu kansainvälisten toimijoiden kanssa (ml. matkanjärjestäjät) sekä verkostoiduttu muiden yritysten kanssa. Vähiten vaikutusta on ollut uusien työpaikkojen syntymiseen sekä viennin aloittamiseen uudelle markkinalle. Tähän vaikuttanee suoraan koronapandemian aikaansaama toimintaympäristön muutos yrityskehityksessä ja maailman tilanteesta. Tiedotus hankkeen toimenpiteistä onnistui vastaajajoukon mielestä hyvin. Hajontaa vastausten kesken kuitenkin oli jonkin verran. Hankehenkilökunnan ammattiosaamiseen vastaajat ovat olleet pääosin tyytyväisiä. Hanke vastasi vastaajien odotuksia melko hyvin hajonnan jakautuessa laajasti eri vastauskategorioihin. Yli puolet vastaajista haluavat olla jatkossa mukana vastaavissa kehityshankkeissa. Kyselyn vastaukset löytyvät kokonaisuudessaan liitteestä 3.

Hankkeen välilliset kohderyhmät olivat lentoyhtiöt, välillisesti matkailusta hyötyvät tahot, kotimaiset matkailijat, kunnat ja kuntalaiset. Kotimaisia matkailijoita on koronan aikana inspiroinut mahdollisuus matkustaa edes Suomessa ja se onkin tuonut monille alueille paljon uusia matkailijoita, ensikertalaisia ja nuoria perheitä. Näin ollen hanketoimenpiteet palvelivat merkittävästi myös kotimaisia matkailijoita, joita oli alueella poikkeuksellisen paljon korona-aikana.

Sallassa hankkeelle valittiin työryhmä, jonka tehtävänä oli pitää sidosryhmien edustajat tilanteen tasalla hanketoimista, ohjata työntekijöitä tarvittaessa toimien toteutuksessa ja antaa palautetta tehdystä työstä. Työryhmä oli enemmän käytännön hanketyöhön suuntautunut kuin ohjausryhmä ja parhaimmillaan se oli merkittävä apu hankkeelle. Ryhmässä käytiin myös palautekeskustelua toimien onnistumisesta ja palaute oli positiivista: on tärkeää tietää mitä tapahtuu, jolloin voi sovittaa myös eri hankkeiden toimenpiteitä yhteen tai välttää päällekkäisiä toimia, oppii tuntemaan alueen toimijoita, tiedetään, mitkä (isommat) asiat vaikuttavat taustalla yrittäjien työhön ja tuloksiin (esim. kestävä matkailun toimenpiteet, hankkeessa toteutetut moninaiset markkinointikuviot, media- ja matkanjärjestäjävierailut ym.) ja tärkeää on myös tietää, että hankkeessa työskentelee osaavia ihmisiä. Hanketyöntekijöille puolestaan on tärkeää saada palautetta työstään. Yrittäjät arvostivat sitä, että käytettävissä olevalla rahalla saadaan vastinetta eli tehdään oikeita toimenpiteitä. Kauaskantoisemmat kehittämistoimet edistävät alueen matkailua ja erilaiset selvitykset kertovat, millaisia tuloksia tehty työ on tuonut mukanaan ja ovatko ne onnistuneet.

Edellä mainittujen lisäksi Metsähallituksen toimesta hankkeessa tehtiin matkailuyrityksille kysely Metsähallituksen osatoteutuksen loputtua. Kyselyn tuloksia lukiessa on tarpeen ottaa huomioon koronapandemian vaikutukset, ts. se, että materiaalit oli suunnattu kansainväliselle kohderyhmälle, ja ne eivät välttämättä päässeet hankkeen aikana kovin hyvin käyttöön. Kysely lähetettiin Koillismaahan-Kainuun puistoalueen yhteistyöyrityksille sekä Syytteen alueen yrityksille. Samassa kyselyssä pyydettiin mm. tietoja siitä, kuinka paljon yritykset ovat käyttäneet Metsähallituksen ylläpitämiä retkeilyrakenteita ja pyydettiin antamaan vapaamuotoista palautetta Metsähallituksen Luontopalveluiden toiminnasta. Kyselyssä oli kaksi kysymystä liittyen LONP-hankkeeseen, ja niiden johdannossa kerrottiin kysymyksen koskevan LONP-alueen yrityksiä, jotka ovat osallistuneet hankkeen toimenpiteisiin (Huom. Etelä-Kainuun alue ei kuulu LONP-hankkeen alueeseen). Palautekysely lähetettiin noin 150 yritykselle, ja siihen vastasi yhteensä 66 yritystä. LONP-hanketta koskeviin kysymyksiin vastasi 42 vastaajaa (monivalintakysymys) ja 10 vastaajaa (vapaamuotoinen palaute). Väittämän "Olen tyytyväinen LONP-hankkeen vaikutuksiin" vastausten keskiarvo oli 2,4 / 5, ja väittämän "Toivon jatkossa samankaltaisia kehittämishankkeita" vastausten keskiarvo oli 3,4 / 5. Vapaamuotoisen palautteen vastausmäärä oli suhteellisen pieni (10 vastausta), ja osassa vastauksista hankkeesta kerrottiin olleen hyötyä yritykselle, ja osassa vastauksista hankkeen koettiin jääneen etäiseksi, eikä hyötyjä osattu nimetä. Metsähallituksen rooli hankkeen osatoteuttajana oli toimia asiantuntijana ja tuottaa erilaisia materiaaleja matkailutoimijoiden käyttöön. Palautekyselyn tuloksista voikin lukea, että hankkeen suoranaisia hyötyjä ei välttämättä osattu nimetä, mutta on silti mahdollista, että esim. hankkeessa tuotetut materiaalit ovat kuitenkin olleet käytössä. Myös koronan vaikutukset hankkeelle ovat selvät; osa yrityksistä joutui keskeyttämään uusien tuotteiden kehittämisen ja/tai muuttamaan suunnitelmiaan kesken kauden, eikä pystynyt toteuttamaan ennen koronaa tehtyjä suunnitelmiaan. Tällöin kansainväliselle asiakaskunnalle kohdistetut materiaalit eivät ehkä päässeet kovin hyvin käyttöön. Osiossa, jossa kysyttiin

yleistä palautetta Metsähallitukselle, kävikin selvästi ilmi, että koronan on vaikuttanut useiden yritysten toimintaan negatiivisesti. Metsähallituksen hankkeessa tuottama materiaali on kuitenkin hyvin aikaa kestävä, joten todennäköisesti sitä tullaan vielä jatkossa käyttämään.

## 7 Horisontaaliset tavoitteet

### 7.1 Sukupuolten tasa-arvo

	Kyllä	Ei	Perustelu
Hankkeen päätavoite oli sukupuolten tasa-arvon edistäminen		x	Hankkeen päätavoite ei ollut sukupuolten välisen tasa-arvon edistäminen, vaan sukupuolinäkökulma oli valtavirtaistettu hankkeen toimintaan.
Hankkeessa tehtiin toimintaympäristön analyysi sukupuolinäkökulmasta	x		Hankkeen tavoite oli matkailuyritysten kasvun ja kansainvälistymisen tukeminen. Alueen yrittäjistä n. 30 % on naisyrittäjiä, majoitus- ja ravitsemuspalveluiden yrittäjistä naisia on peräti 70 %. Hankkeen toimenpiteillä vaikutettiin näin ollen naisyrittäjyyden tukemiseen ja naisvaltaisen alan työllisyyden kasvuun.
Sukupuolinäkökulma huomioitiin hankkeen toiminnassa (valtavirtaistaminen)	x		Vaikka hankkeen tavoitteena ei ollut erityisesti sukupuolten välisen tasa-arvon edistäminen, hankkeen toteutuksessa kiinnitettiin huomiota naisten yrittäjyyteen ja työpaikkoihin.

### 7.2 Kestävä kehitys

Vaikutuksen kohde	Vaikutusaste		Perustelu
	Välitön vaikutus	Välillinen vaikutus	
<b>Ekologinen kestävyys</b>			
Luonnonvarojen käytön kestävyys	6	8	Hankkeessa panostettiin toimenpiteisiin kestävän kehityksen huomioimiseksi matkailualalla. Hankkeessa lisättiin monin keinoin ympäristötietoisuutta ja -myönteisyyttä matkailutoimialalla eri kohderyhmien keskuudessa. Toimenpiteet olivat keskeisessä roolissa Metsähallituksen ja Oulun yliopiston työpaketeissa, mutta läpileikkaavana mukana koko hankkeessa.
Ilmastonmuutoksen aiheuttamien riskien vähentäminen	3	6	Hankkeessa lisättiin matkailuyrittäjien ja matkailualan ammattilaisten ympäristötietoisuutta mm. vastuullisuusaiheisten työpajojen kautta. Myös matkailijoille suunnattu Matkailijan etiketti -videokokonaisuus palvelee tätä tarkoitusta.
Kasvillisuus, eliöt ja luonnon monimuotoisuus	0	5	Luontoarvoihin perustuvia matkailutuotteita kehittäminen ja ympäristötietoisuuden kasvu hankeaikana edisti tämän tavoitteen saavuttamista. Myös matkailijoille suunnattu Matkailijan etiketti -videokokonaisuus palvelee tätä tarkoitusta.
Pinta- ja pohjavedet, maaperä sekä ilma (ja kasvihuonekaasut)	-2	-1	Kansainvälisen matkailun lisäys aiheuttaa välttämättä haitallisen vaikutuksen ilmakehään lento- ja maaliikenteen päästöjen lisääntyessä. Hankkeessa etsittiin maaliikenteen osalta ratkaisuja ja kehityskohtia yhteistyössä Älyliikenne-hankkeen kanssa. Vastuulliset KV-matkanjärjestäjät suosittelivat asiakkailleen ilmastokompensoituja lentoyhtiöpalveluja. Kohdealueella suojelualueisiin kohdistuvia ympäristövaikutuksia hallitaan Metsähallituksen toimesta. Toisaalta matkailijoita voidaan kasvattaa ja ohjeistaa ympäristövastuulliseen toimintatapaan. Tähän hankkeessa toteutettu Matkailijan etiketti -materiaali on oiva työkalu.
Natura 2000 -ohjelman kohteet	6	8	Hankkeen toiminnan yhtenä painopisteenä oli kehittää luontokohteiden merkitystä matkailukohteina, kuitenkin vaarantamatta niiden luontoarvoja. Hankkeen kohderyhmille luontoarvot ovat tärkeitä, joten niihin kiinnitettiin erityishuomiota osana matkailutuotteiden kehittämistä ja markkinointia. Vastuullisuuteen liittyvillä hanketoimenpiteillä lisättiin tietoisuutta ympäristövastuullisuudesta ja arvostusta luontokohteita kohtaan.
<b>Taloudellinen kestävyys</b>			
Materiaalit ja jätteet	1	5	Digitaalisiin ja sähköisiin toimintamalleihin panostaminen vähensi jätteiden syntymistä.

Vaikutuksen kohde	Vaikutusaste		Perustelu
	Välitön vaikutus	Väiäinen vaikutus	
Uusiutuvien energialähteiden käyttö	0	5	Matkailu-yrityksiä kannustettiin tekemään kestävyysuunnitelmat, joiden yhtenä teimana on uusiutuvien energiamuotojen käyttö.
Paikallisen elinkeinorakenteen kestävä kehittäminen	8	9	Matkailu on merkittävä toimiala syrjäseudun työllistäjänä. Kv-asiakkaille tuotteiden ja palveluiden paikallisuudella ja aitoudella on suuri merkitys. Siksi niiden hyödyntäminen matkailussa on tärkeää. Hankkeen aikana paikallisuus näkyi etenkin FAM- ja mediamatkojen aikana kv-matkanjärjestäjille ja medialle. Yrityksiä kannustettiin hyödyntämään paikallisia teemoja eri teemapäivissä. Pyrkimys lisätä ympärivuotista matkailua ja tasoittaa sesonkivaihtelua auttaa ympärivuotisten matkailuyöpaikkojen muodostumisessa. Tämä oli keskeinen tavoite tässä hankkeessa.
Aineettomien tuotteiden ja palvelujen kehittäminen	8	9	Hankkeessa tavoitteena oli ympärivuotisen matkailun lisääntymisen myötä lisätä matkailuinfrastruktuuria tehokkaampaa käyttöä. Lisäksi digitaalisia palveluja kehitettiin monella tapaa.
Liikkuminen ja logistiikka	-1	3	Hankkeessa kehitettiin edellytyksiä lentoliikenteen lisääntymiseen Kuusamon lentoasemalla sekä maaliikenteen kehittämiseksi hankealueella.
<b>Sosiaalinen ja kulttuurinen kestävyys sekä yhdenvertaisuus</b>			
Hyvinvointi	7	8	Luontomatkailu luo henkistä hyvinvointia ja on merkittävä vetovoimatekijä kansainvälisesti. Tämä oli hankkeen toimenpiteiden ytimessä.
Tasa-arvon edistäminen	2	4	Hankkeen toiminta edesauttoi erityisesti naisten työllisyyden positiivista kehitystä.
Yhteiskunnallinen ja kulttuurinen yhdenvertaisuus	5	5	Kansainvälistyminen lisäsi kulttuurin tuntemusta sekä monikulttuurisuuden ja erilaisuuden hyväksymistä. Hankkeessa järjestettiin infopäiviä uusiin kulttuureihin perehtymiseksi.
Kulttuuriympäristö	5	5	Hankkeen vaikutus kohdistui erityisesti kansallispuistojen nostamiseen kv-matkailussa kärkivetovoimatekijäksi.
Ympäristöosaaminen	9	9	Hankkeessa julkaistiin Matkailijan etiketti -materiaali edesauttamaan matkailijoiden kestävä toimintaa alueella. Lisäksi työpajojen myötä yritykset ja muut aluetoimijat oppivat lisää vastuullisesta matkailusta.

## 8 Julkisuus, tiedottaminen ja yhteydet muihin hankkeisiin

### 8.1 Miten hanke näkyi julkisuudessa? Miten hankkeesta tiedotettiin?

Hankkeesta, sen toimenpiteistä ja tuloksista julkaistiin hankeaikana noin 50 artikkelia ja tiedotetta kotimaisessa mediassa. Hanke oli esillä kotimaisessa radiossa ja televisiossa yhteensä 3 kertaa. Lisäksi hankkeen toimenpiteistä tiedotettiin lukuisia kertoja osatoteuttajien omissa uutiskirjeissä kotimaahan ja ulkomaille kohdistuen, sekä osatoteuttajien sosiaalisen median kanavissa. Hankkeen toimenpiteistä etenkin Sallan kansallispuisto sai laajasti medianäkyvyyttä.

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

Gateway to Kuusamo Lapland (EAKR, A72000, päättyy): Hankkeen hyväksi havaittuja oppeja ja toimintatapoja hyödynnettiin Gateway LoNP-hankkeessa.

Älyliikenne 2020 (EAKR, A74161, päättyy): Gateway-hanke teki läheistä yhteistyötä hankkeen kanssa matkailuliikenteen sujuvoittamiseksi digitaalisten ratkaisujen avulla, ensisijaisesti autottomia omatoimimatkailijoita palvelle.

Pohjois-Suomen kehittyvä lentoliikennehanke (päättynyt): Gateway-hankkeen osatoteuttajat osallistuivat aktiivisesti hankkeen työryhmään, jossa käsiteltiin Kuusamon ja muiden Pohjois-Suomen lentoasemien ajankohtaista tilannetta. Lentoliikennehankkeen päättymisen jälkeen työryhmä jatkoi toimintaansa Naturpoliksen koolle kutsumana.

Attractive Oulu Region (päättynyt): Syötteen Matkailuyhdistys toimi hankkeen osatoteuttajana.

Matkailu-yritykset kestäväälle kehitykselle (Maaseudun kehittämisen maaseuturahasto, 113773, päättyy): Gateway-hanke teki tiivistä yhteistyötä KeMa-hankkeen kanssa vastuulliseen matkailuun liittyen.

Rannikolta tuntureille (116/2020, päättyy): Rannikolta tuntureille -hanke toimi osittain samalla maantieteellisellä alueella Gateway-hankkeen kanssa. Yhteisiä kehittämiskohteita löytyi, esim. kansallispuistojen rooli matkailullisena vetovoimatekijänä.

Metsiin perustuvat matkailun hiilipäästöjen kompensatiomallit - esimerkkinä Koillis-Suomi (MAHIS, käynnissä): Gateway-hanke on tehnyt yhteistyötä hankkeen kanssa koskien kestävä matkailun kehittämistä alueella, esim. kuluttajakyselyiden kommentointi ja jakelu.

Hankkeen nimi: Kuusamon lentokentän vaikutusalueen matkailun kehittäminen (Gateway to Land of National Parks)  
Viranomais: Pohjois-Pohjanmaan liitto

Kansainvälinen Matkailu takaisin kasvuun tielle (EAKR, A77539, käynnissä): Gateway-hanke on tehnyt läheistä yhteistyötä hankkeen kanssa, koska molemmissa osatoteuttajat ovat isolta osin samat. Molempien hankkeiden toimenpiteet loivat laajan toimenpidekokonaisuuden, jonka avulla tuettiin kv-matkailun ympärivuotista kasvua.

Sallan kansallispuistoon valmistautumishanke (6/2021–9/22) A77056: Hankkeen toimenpiteillä edistetään pk-yritysten valmiuksia tarttua kansallispuiston tarjoamiin kasvumahdollisuuksiin. Uuden kansallispuiston perustaminen vaatii myös paikallista koordinaatiota yritysten ja yhdistysten tarpeiden ja toiveiden huomioimisessa uuteen tilanteeseen. Hankkeessa selvitetään uusia liiketoimintamahdollisuuksia, aktivoidaan paikallisia yrityksiä ja yhdistyksiä kansallispuiston perustamisvaiheessa.

Sallan kestävän matkailun digitalisaatio (1.1.2022-28.2.2023) A78633: Hankkeessa kehitetään Sallan kestävän matkailun tiedolla johtamista, edistetään matkailun digitalisaatiota sekä viedään käytäntöön Sallan kestävän matkailun strategian mukaisia toimenpiteitä. Hankkeessa luodaan kestävään matkailuun perustuvia seurantamittaristoja ja toimintamalleja, joiden avulla Sallan matkailua voidaan kehittää ja markkinoida kestävästi ja resurssiä säästävällä tavalla perustuen niin alueellisesti kuin pk-yrityksissäkin. Hankkeessa edistetään vähähiilisyttä ja hiilineutraalisuutta.

Sallan matkailun koronaexit (1.6.-31.12.2020.) A76247: Hankkeen tavoitteena on minimoida koronan vaikutuksia yritysten toimintaympäristössä ja edesauttaa yritysten toiminnan palautumista normaalisti mahdollisimman pikaisesti rajoitusten päättymisen jälkeen.

Elämaan elämysreitit-hanke (1.4.2020-31.12.2021) 114309:

Hankkeen tavoitteena on kehittää Sallan lähipatikkareitistöä ja UKK-reittiä Oulangan kansallispuistosta Sallatunturiin siten, että se on turvallinen ja vetovoimainen kansainvälisen ja luonnosta vieraantuneen kävijän näkökulmasta. Vetovoimaisuutta kehitetään aistipisteiden avulla ja turvallisuutta suunnitteleamalla ja parantamalla lähireitien rakenteita. Tavoitteena on myös huomioida paikallisväestön ja matkailijoiden ikääntyminen ja selvittää kokemusasiantuntijan avulla kehittämistoimenpiteitä reitistön esteettömyyden edistämiseksi.

## 9 Aineiston säilytys

### 9.1 Missä hankkeen aineisto säilytetään tai arkistoidaan? Yhteyshenkilön yhteystiedot.

Naturpolis Oy:n arkisto sijaitsee Kuusamon kaupungin keskusarkistossa, jonne on varattu erilliset hyllytilat yhtiön ja sen hallinnoimien hankkeiden arkistomateriaalia varten (Naturpolis Oy:n hallitus 18.2.2008 § 13).

## 10 Liitteet ja allekirjoitus

### Liitteet

- 1\_Hankkeen tilannekatsaus 31.10.2019
- 2\_Hankkeen tilannekatsaus 18.2.2020
- 3\_Hankkeen tilannekatsaus 16.6.2020
- 4\_Hankkeen tilannekatsaus 27.10.2020
- 5\_Hankkeen tilannekatsaus 11.2.2021
- 6\_Hankkeen tilannekatsaus 3.6.2021
- 7\_Hankkeen tilannekatsaus 20.10.2021
- 8\_Hankkeen tilannekatsaus 17.2.2022
- 9\_Hankkeen tilannekatsaus 8.6.2022
- 10\_Hankkeen tilannekatsaus 29.9.2022

Liite 1 Kansainväliset yöpymiset 2019-2022 (elokuu) Ruka-Kuusamo Salla ja Syöte (Pudasjärvi)

Liite 2 Kansainväliset yöpymiset lumettomana aikana (touko-syyskuu) 2019-2022 Ruka-Kuusamo Salla ja Syöte (Pudasjärvi)

Liite 3 Hankepalautte Gateway to Land of National Parks 2022

Liite 4 Täydetyt vastaukset hankeraportin kohtiin 4.1 ja 4.2

Tuensaaja vakuuttaa tässä loppuraportissa ja sen taustalomakkeissa antamansa tiedot oikeiksi.

### Päiväys ja hakijaorganisaation sähköinen allekirjoitus

22.11.2022 Sulander Anna-Riitta Katriina  
projektipäällikkö

Asiakirja on allekirjoitettu sähköisesti