

Loppuraportti

Food & Travel – yritysryhmähanke

2011–2013



Sisälllys

1. Hankkeen tiedot ja taustatiedot.....	1
2. Yhteenveto hankkeesta.....	1
3. Hankkeen tavoitteet	2
3.1 Tuotteistaminen, paketointi, hinnoittelu ja tuotekehitys.....	3
3.2 Kansainvälisen markkinoinnin ja myynnin kehittäminen	3
3.2.1 Laadukas markkinointimateriaali eri kohderyhmille	3
3.2.2 Sähköinen kaupankäynti.....	3
3.2.3 Markkina-, kohderyhmä- ja matkanjärjestäjäkohtaiset toimenpiteet	4
3.3 Koulutukset, opintomatkat, verkkoutuminen	4
4 . Hankkeen toteutus	4
4.1 Hankkeen resurssit ja toteutuksen organisaatio.....	4
4.2 Toteutetut toimenpiteet.....	5
4.2.1 Tuotekehitys, paketointi ja hinnoittelu.....	5
4.2.2. Kansainvälisen markkinoinnin ja myynnin kehittäminen.....	5
4.2.3 Koulutukset, opintomatkat ja verkkoutuminen.....	7
4.3 Toteutusaikataulu	8
4.4 Budjetit ja rahoitus.....	8
4.4 Raportointi ja seuranta	10
5. Yhteistyökumppanit.....	10
6. Hankkeen tulokset ja vaikutukset.....	10
6.1 Toteutuneet taloudelliset tulokset	10
5.2 Hankkeen vaikutukset yritysten mielestä	11
7. Jatko-toimenpiteet	14

1. Hankkeen tiedot ja taustatiedot

Hankkeen toteuttaja
Hankkeen nimi ja tunnus

Koillis-Suomen kehittämissyhtiö Naturpolis Oy
Food & Travel yritysryhmähanke 2011–2013

Dnro 1779/3580–2011

Tämä hanke pohjautuu seuraaviin edeltäviin hankkeisiin:

- alueelliset kehittämishankkeet vuosilta 1995-2000
- Kuusamon maaseutumatkailualueen kehittämishankkeen ja Ruoka Kuusamo II hankkeen yhteistyöhän vuosilta 2001-2003
- maaseudun matkailuyritysten ja elintarvikejalostajien yhteiseen vuosina 2004-2006 toteuttamaan Kuusamo Food & Travel hankkeeseen sekä
- Kuusamo Food & Travel yritysryhmähankkeeseen 2008-2011

Koillis-Suomen kehittämissyhtiö Naturpolis Oy:n hallinnoima Food & Travel Yritysryhmähanke II on yksi Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelman 2007–2013 tukea saaneista yritysryhmähankkeista. Sitä edeltänyt Kuusamo Food & Travel yritysryhmähanke 2008-2011 oli laajin Pohjois-Pohjanmaan Työ- ja Elinkeinokeskuksen maaseutuosaston rahoittama yritysryhmähanke, joka oli pilottina monessa prosessin vaiheessa.

Kuusamo Food & Travel-yritysryhmähankkeessa 2008-2011 tavoitteena on ollut kehittää maaseutumatkailua elinkeinotoimintajan ja parantaa yritysten toimintaedellytyksiä, liikevaihtoa ja toimintaympäristöä sekä edistää maaseutumatkailuyrittäjien verkostoitumista ja kehittää maaseudun elinkeinorakennetta monipuolisemmaksi ja entistä kansainvälisemmäksi.

2. Yhteenveto hankkeesta

Tämän yritysryhmähankkeen tavoitteena on ollut kehittää maaseutumatkailua elinkeinotoimintana ja parantaa yritysten toimintaedellytyksiä, liikevaihtoa ja toimintaympäristöä sekä edistää maaseutumatkailuyrittäjien verkostoitumista ja kehittää maaseudun elinkeinorakennetta monipuolisemmaksi ja kansainvälisemmäksi.

Yritykset ovat lähtötasoltaan olleet erilaisia, mutta ne ovat kuitenkin hyvin toteuttaneet tavoitteiden mukaisia eri toimenpiteitä. Yritykset ovat aktiivisesti tuotteistaneet sekä omia että hankeyritysten yhteisiä tuotteita, osallistuneet yhteisesti koti- ja ulkomaan markkinointiin mm. eri messuilla ja workshoppeissa.

Tuotekehitystä kansainvälisille markkinoille on tehty ruoka- ja kalastusmatkailu- ja hyvinvointipalvelujen tuotteissa sekä luonto- ja muissa ohjelmalveluissa niin yhdessä kuin yrityskohtaisestikin. Tuotetestauksia on tehty ainakin kalastusmatkailutuotteissa ja hyvinvointituotteissa.

Yritykset ovat järjestäneet aktiivisesti kansainvälisiä matkanjärjestäjä- ja mediavierailuja yhdessä Ruka-Kuusamon Matkailuyhdistyksen, St. Lapland -vientirenkään ja muiden hankkeiden sekä mat-

kailuorganisaatioiden kanssa sekä kahdenkeskisiä tapaamisia eri maiden matkanjärjestäjien kanssa.

Laadukasta markkinointimateriaalia kansainvälisille markkinoille on tuotettu käännättämällä olemassa olevia esitteitä ja nettisivuja tai tekemällä uusia. Kohdennettua tuotemarkkinointia on tehty osallistumalla ilmoitteluun MEK:in ja muissa kansainvälisissä julkaisuissa ja kampanjoissa. Lisäksi on laajaa julkisuutta saatu kansainvälisten nettitelevisioiden ja TV-yhtiöiden kuvausmatkojen ja vierailujen kautta tehdyissä ohjelmissa ja julkaisuissa. Sähköistä kaupankäyntiä on myös tehostettu mm. kääntämällä nettisivustoja, tekemällä hakusanaoptimointia ja kehittämällä online-kauppaa sekä hankkimalla uusia varausjärjestelmiä

Hankkeeseen liittyvät yritykset ovat verkkoutuneet hyvin. Ne ovat esiintyneet yhteismessuilla ja tehneet yhteisiä myynti- ja benchmarkingmatkoja. Lisäksi jotkut yritykset ovat kouluttautuneet ja hankkineet osaamistaan erilaisten hankittujen asiantuntijapalvelujen kautta. Yhteistyötä on tehty Matkailun Edistämiskeskukseen ja muiden matkailualan toimijoiden kanssa.

Yrityksryhmähanke on osoittautunut erittäin onnistuneeksi välineeksi verkostoitumisessa, tuotekehityksessä ja näkyvyyden lisäämisessä sekä kotimaan että kansainvälisessä markkinoinnissa. Yritykset ovat kokeneet, että juuri tällainen yhteistyömuoto hyödyttää yrityksiä kaikkein eniten, kun tarvittavat toimenpiteet voidaan räätälöidä juuri oman yrityksen tarpeiden mukaisesti.

3. Hankkeen tavoitteet

Kuusamon maaseutumatkailu on tärkeä osa Ruka Kuusamon matkailualueen matkailutarjontaa. Laadukkaat palvelut ja tuotteet ovat valtakunnallisesti ja kansainvälisesti kiinnostavia sekä helposti varattavissa ja ostettavissa. Yrityksryhmä paketoit sekä myy palveluitaan ja tuotteitaan tehokkaasti alueen KV (kansainvälistä) -strategiaa noudattaen.

Hankkeen tavoitteena oli toimenpiteiden avulla kehittää maaseutumatkailua elinkeinotoimintana ja parantaa yritysten toimintaedellytyksiä, liikevaihtoa ja toimintaympäristöä sekä edistää maaseutumatkailuyrittäjien verkostoitumista ja kehittää maaseudun elinkeinorakennetta monipuolisemmaksi ja entistä kansainvälisemmäksi.

Yrityksissä on tehty menestyksekkäästi pohjatyötä yrityksen tunnetuksi tekemisessä ja kasvattamisessa. Maaseudun matkailuyritykset tunnetaan nyt alueella luotettavina ja potentiaalisina yhteistyökumppaneina. Tällä hetkellä yritysryhmähankkeessa mukana olevat yritykset toimivat ammattimaisesti ja tekevät jo jonkin verran yhteistyötä keskenään. Aitoja yhteistyöverkostoja on olemassa ja niiden pohjalle on hyvä rakentaa uusia, tiiviimpiä ja laajempia verkostoja.

Yritysten täytyy kuitenkin pystyä kehittämään toimintaansa mahdollisimman tehokkaasti ja monipuolisesti nykyhetken vaatimusten pohjalta tulevaisuus huomioiden. Yritykset tarvitsevat myynnin- ja markkinoinnin tueksi työkaluja, tuotteistamista, paketoitua.

Myös myyntiä ja markkinointiosaamista pitää jatkuvasti kehittää. Osaamisen lisäämisellä ja suunnitelmallisuudella luodaan pohja yritysryhmähankkeen muiden toimenpiteiden tehokkaalle toteuttamiselle.

Tarkemmiksi tavoitteiksi määriteltiin:

3.1 Tuotteistaminen, paketointi, hinnoittelu ja tuotekehitys

Tuotekehityksen perustana on yhteistyöketjujen kartoitus ja muodostaminen, erikoistuotteiden esille nostaminen sekä nykyisten tuotteiden uudistaminen, tuotteiden kuvaus ja vetovoimaisuuden kasvattaminen. Tuotekehityksellä pyritään kasvattamaan asiakkaiden viipymää yrityksessä sekä tekemään yrityksestä houkuttelevampi uusille kotimaisille ja kansainvälisille asiakkaille sekä ta- saamaan kausivaihteluita.

3.2 Kansainvälisen markkinoinnin ja myynnin kehittäminen

3.2.1 Laadukas markkinointimateriaali eri kohderyhmille

Pienille yrityksille täsmämarkkinointi on tehokkain tapa hankkia lisää asiakkaita. Tuotekehityksellä rakennetaan sopivia tuotteita valituille kohderyhmille, kansainvälisille markkinoille. Markkinointi ja myynti kohdistetaan yhdessä juuri näihin matkanjärjestäjiin ja asiakkaisiin. Pienille yrityksille täsmämarkkinointi on tehokkain tapa hankkia lisää asiakkaita.

Osiassa toteutetaan seuraavia toimenpiteitä:

- yritysten markkinointisuunnitelmien laatiminen
- asiakashallinnan kehittäminen markkinoinnin tehostamiseksi - ostopalveluna
- myynnin tehostaminen asiantuntijapalveluiden avulla
- jakeluverkoston ja -tien kehittäminen ja ylläpito - yhteisten asiakkuuksien hallinnointi ja pelisäännöt
- www-sivujen kehittäminen ja muokkaaminen sähköisiä jakelukanavia ja kansainvälisiä portaaleja varten sekä uuden teknologian hyödyntäminen, markkinointimateriaalin kieliversiot ja käännökset
- tuoreen kuvamateriaalin tuottaminen markkinoinnin ja myynnin tarpeisiin eri kohderyhmille
- painotuotteiden suunnittelu ja koemarkkinointia varten
- laajempaa näkyvyyttä yritysryhmälle: valtakunnalliset matkailuportaalit (esim. webinfo, ruka.fi, lomasuomi.fi ja gofinland.net), printtimedia matkailujulkaisuissa (Alma Media, Loma Suomi, Matka- lehti, Ruka News).

3.2.2 Sähköinen kaupankäynti

Sähköisen markkinoinnin ja myynnin on liityttävä saumattomasti yritysten toimintaan, jotta myynti ja kapasiteetin käyttö voidaan sitoa toisiinsa. Vanhoja markkinointi- ja myyntityövälineitä uudistetaan ja kehitetään sekä uusia markkinointi- ja myyntivälineitä otetaan käyttöön, koska asiakkaiden ostotottumukset muuttuvat. Sähköisen liiketoiminnan hyödyntämisellä pystytään kasvattamaan asiakasmääriä sekä parantamaan yrityksen kilpailukykyyn kehittymistä

3.2.3 Markkina-, kohderyhmä- ja matkanjärjestäjäkohtaiset toimenpiteet

- koemarkkinointia workshopien yhteydessä - sekä ulkomailla että kotimaassa
- matkanjärjestäjien vierailut – tuotekehitys
- paketoitujen erikoismatkanjärjestäjille koottujen tuotteiden markkinoinnin ja myynnin toimintamallin kehittäminen
- markkina-alueet määritellään yrityskohtaisesti sekä maittain että tuotteiden perusteella

3.3 Koulutukset, opintomatkat, verkkoutuminen

Koulutuksilla, opintomatkalla ja verkkoutumisella luodaan uusia toimintatapoja, tehostetaan toimintaa ja parannetaan kannattavuutta.

4 . Hankkeen toteutus

4.1 Hankkeen resurssit ja toteutuksen organisaatio

Koillis-Suomen kehittämissyhtiö Naturpolis Oy (os. Nuottatie 6 A, 93600 Kuusamo) vastasi hankkeen hallinnoinnista. Hankkeen vastuullisena johtajana toimi toimitusjohtaja Jari Hentilä.

Rahoittaja

Pohjois-Pohjanmaan ELY-keskus, Maaseutuosasto

Rahoittajan nimeämä yhteyshenkilö Kalevi Hiivala, maksatustarkastaja Pirjo Tuomikoski.

Hankeyritykset / toteuttajat

Koillis-Suomen kehittämissyhtiö Naturpolis Oy:n hallinnoimaan Kuusamo Food & Travel -yritysrühmähankkeen toteuttamiseen on osallistunut 11 pk-yritystä, joista Weturi Oy erosi kesällä 2013.

Suurin osa on maaseutumatkailuyrityksiä ja ne sijaitsevat Kuusamossa, Rukan matkailukeskusalueen ulkopuolella, mutta sen vaikutusalueella

IG-Services Oy

Iivaaran Eräkartano Oy

Isokenkäisten Klubi Ay

Kuusamon Lopotti Ky

Nordic Holidays Services Ltd

Oivangin Lomakartano Oy

T:mi Tuomo Ollila

Rent House Ruka Oy

Sami Vihermaa

Tiina Tiermas

Sirpa Kämäräinen ja Katja Vira

Hannu Tuovila

Matti Pohjola

Heikki ja Tuula Kilpelänaho

Tuomo Ollila

Harri Heiskanen

Tundra Ceramics & Gastronomy
Pro Loma Oy
Weturi Oy

Jarmo Pitkänen
Voitto Pitkänen/Virpi Pirttijärvi
Hans Weber

Hankehenkilöstö

Aluksi hankevetäjänä toimi projektipäällikkö Piritta Liikka, Naturpolis Oy, kokopäivätoimisena 15.8.2011–30.10.2012 ja osa-aikaisena 2.1.2013 saakka ja loppuajan Mirja Markkanen 17.12.–31.12.2013.

Hankesihteerinä toimi Elsi Riihelä, Naturpolis Oy 15.11.2011–31.12.2013.

4.2 Toteutetut toimenpiteet

Aluksi jokainen hankeyritys laati budjetin lisäksi toimintasuunnitelman jaoteltuina hankesuunnitelman mukaisiin toimenpiteisiin.

Hankkeessa on toteutettu yritysten omia ja yritysten yhteisiä toimenpiteitä. Yritysten yhteisiä toimenpiteitä on suoritettu myös yhteistyössä eri hankkeiden kanssa.

4.2.1 Tuotekehitys, paketointi ja hinnoittelu

Yrittäjät ovat tuotteistaneet ja tuotekehilleet asiakaslähtöisiä tuotteitaan joko itse tai yhdessä toisten yrittäjien ja eri yhteistyöhankkeiden kanssa. Edellisen Food & Travel hankkeen aikana on tuotteistettu, paketoitu ja hinnoiteltu ST. Lapland -tuotteita, joissa on ollut mukana useimmat hankeyritykset.

Tuotteistusta, paketointia ja hinnoittelua on tehty talvituotteissa, kalastusmatkailussa, kokous- ja incentivetuotteissa, ruokatuotteissa, metsästystuotteissa ja muissa ohjelmapalveluissa sekä hyvinvointituotteissa eri yrityksissä erikseen ja yhteistyössä eri moduleita kuten majoitusta, ruokailuja ja/tai ohjelmapalveluja yhdistäen.

Laajamittaista kalastustuotteiden tuotekehitystä ja testausta tehtiin kesällä 2012 eri kalastusmuodoissa järvi- ja jokikalastuksen kohdalla Suomessa, Venäjällä ja Norjassa samoin kuin myös talvituotteiden tuotekehitystä talvikaudella 2012–2013.

4.2.2. Kansainvälisen markkinoinnin ja myynnin kehittäminen

4.2.2.1 Markkinointimateriaalit ja sähköinen kaupankäynti

Markkinoinnin ja viestinnän asiantuntijapalvelut ja markkinointimateriaalien tekijät kilpailutettiin puitekilpailutuksena. Markkinoinnin asiantuntijapalvelujen tuottajiksi valittiin Nordic Holiday Services Ltd, Pohjolan Mylly, Davas Oy ja IG-Services. Markkinointimateriaalien toteuttajiksi valittiin

Ajatus Oy, Davas Oy, Pohjolan Mylly, Markit ja Focus Flow. Pienemmät, yksittäisiä yrityksiä koskevat hankinnat yrittäjät ovat kilpailuttaneet itse. Laskujen liitteenä ovat kilpailutusasiakirjat.

Laadukkaan ja houkuttelevan monikielisen myynti ja markkinointimateriaalinen työstäminen on ollut edellytyksenä kansainvälisiin markkinointi- ja myyntitapahtumiin osallistumiselle. Edellisen Food & Travel hankkeen aikana on aloitettu yhteistyö St. Lapland -vientirenkaan kanssa tuotteistuksessa, paketoinnissa ja hinnoittelussa. Tämän hankkeen aikana vuonna 2011 on tehty yhteistyössä St. Lapland -vientirenkaan kanssa englanninkielinen talviesite ja kesäesite kuluttajille. Niissä on mukana kahdeksan hankeyrityksen erilaiset kausituotteet kuluttajille. Lisäksi vuonna 2013 tehtiin englannin ja venäjänkielisinä MICE-esite, jossa on ollut mukana yhdeksän hankeyritystä kokous- ja ohjelmapalvelutuotteilla. Myös teemapohjaisten tuotteiden esitteitä on syntynyt tämän hankkeen aikana kuten kalastusmatkailutuotteet majoituksineen ja muine yhdistelmätuotteineen. Yhteismarkkinointitoimenpiteitä tehtiin myös yhteistyössä Kalastusmatkailun kehittäminen Koillis-Suomessa 2012–2013 -hankkeen kanssa toteuttamalla mm. Kuusamon kesä- ja talvikalastusinfoesitteet kolmella eri kielellä eli suomeksi, englanniksi ja venäjäksi vuosina 2012–2013. Lisäksi yritykset osallistuivat Ruka-Kuusamon imago- ja tuoteryhmäkohtaisiin esitteisiin, joita laadittiin useilla eri kielillä.



Lähde: Artic Flavours at Kuusamo Lapland winter 2013-2014

St. Lapland -vientirenkaan kanssa yhteistyössä tehtiin tuotekortteja, foldereita, seinäkalenteri. Lisäksi yritykset teetättivät omia yrityskohtaisia esitteitään ja erilaisia painotuotteita eri kielillä. Yritykset ovat yhdessä tai erikseen osallistuneet kansainvälisiin julkaisuihin mainoksillaan. Myös yhteisiä tuotekuvauksia ja videoita on teetätetty kansainvälisiä markkinoita varten. Vuonna 2013 osa yrityksistä on osallistunut Artic Flavours tuotteiden tuotteistamiseen ja teetättäneet englanninkieliset Artic Flavours at Kuusamo Lapland talvi- ja kesäesitteet 2013–2014.

Sähköinen markkinointi ja myynti ovat tulleet entistä tärkeämmäksi myös kansainvälisessä kaupassa. Yhteistä näkyvyyttä haettiin sekä aluetta yleisesti esittelevistä portaaleista kuten ruka.fi -

sivustolta ja eri tuoteryhmiä yhteisesti esittelevistä portaaleista kuten kalastusta esittelevä internet-sivusto uistin.net, joihin on koottu alueen ko. palvelut ja niitä tuottavat yritykset. Lisäksi osa hankeyrityksiä osallistui hyvinvointituotteiden nimen, logon ja ilmeen suunnitteluun, joka annettiin toimeksi mainostoimistolle. Sen perustella tehtiin hankkeen puitteissa Saunatour-tuoteryhmää esittelevä internetsivusto <http://wellbeinginwilderness.fi/en/slow-silent/>. Yritykset osallistuivat Kuusamoa ja sen hankeyrityksiä esitelevään St. Lapland sivustoon:

<http://www.stlapland.fi/mice-2/>

Alueen yritykset ovat lisäksi osallistuneet

Edellisten lisäksi useimmat yritykset ovat parannelleet omia nettisivujaan ja käännättäneet niitä eri kielille – etenkin englanniksi ja venäjäksi. Lisäksi on kehitetty sähköisiä myyntijärjestelmiä ja otettu online-varausjärjestelmän käyttöön omilla internetsivuilla. Joku yritys on myös aloittanut sähköisen verkkokaupan kehittelyn. Lisäksi useat yritykset ovat tehneet myös hakukoneoptimointia.

4.2.2.2 Markkina-, kohderyhmä ja matkanjärjestäjäkohtaiset toimenpiteet

Kohdennettua markkinointia on tehty Venäjälle ja Keski-Euroopan maihin kuten mm. Saksaan ja Hollantiin, Puolaan ja Espanjaan. Yhteistyötä on tehty suurten sekä suurten matkanjärjestäjien että pienten special interest -tuotteita myyvien toimistojen kanssa.

Yrittäjät ovat joko yksin tai yhdessä muiden yrittäjien tai yhteistyökumppanien kanssa osallistuneet Suomen lisäksi eri maiden messuille, workshoppeihin ja lisäksi tehneet omia markkinointimatkoja mm. eri puolille Venäjää, Saksaan ja Puolaan. Matkoista on yhteenveto liitteessä 1.

Matkanjärjestäjä- ja mediavierailuja sekä toimittajien ja kuvausmatkoja on tehty runsaasti vuosina 2011–2013. Niitä on tehty mm. Venäjältä eri kaupungeista, Saksasta, Sveitsistä, Belgiasta, Puolasta ja Espanjasta. Tehdyt matkat on lueteltu erillisessä liitteessä 2.

4.2.3 Koulutukset, opintomatkat ja verkostoituminen

Hankeyritykset ovat verkkoutuneet hyvin toistensa kanssa, kun Food & Travel yhteistyötä näiden yritysten kesken on tehty jo vuodesta 2004 lähtien. Yritykset tuntevat hyvin hankeyritysten lisäksi myös alueen muut toimijat. Moni hankeyrityksistä on mukana myös muissa hankkeissa ja on siten verkkoutunut niiden yritysten ja muiden matkailualan toimijoiden ja organisaatioiden kanssa. Lisäksi verkkoutumista on tapahtunut eri maiden matkanjärjestäjien ja myyntiorganisaatioiden kanssa.

Opinto- ja tutustumismatkoilla on käyty matkanjärjestäjien kutsumana ja omatoimisesti tai yhdessä muiden yrittäjien kanssa. Matkoja on tehty mm. yhteistyökumppanien kanssa kuten esimerkiksi St. Lapland -vientirenkään mukana Voigitiin kutsumana Amsterdamiin ja Brysseliin matkanjärjestäjätaapaamisiin. Tuotetestaushankkeita on tehty paljon kalastusmatkailun puitteissa ja ne ovat olleet omalta osaltaan eräänlaisia opintomatkoja. Myös myyntimatkat ulkomaille ja workshopit ulkomaisille matkanjärjestäjille ovat lisänneet molemminpuolista tuntemusta ja osaamista ja toimineet siten ikään kuin opintomatkoina.

Yhteisistä koulutustilaisuuksista mainittakoon mm. Saunayoga International Oy:n järjestämät kaksi saunajoogaohjaajakoulutustilaisuutta hyvinvointipalveluja tarjoaville yrityksille.

4.3 Toteutusaikataulu

Hankehakemus lähetettiin 6.5.2011 Pohjois-Pohjanmaan Ely-keskukseen, jossa se kirjattiin saapuneeksi 11.5.2011. Lokakuun alkupuolella toimitettiin vielä täydennysosa, joka oli kirjattu Ely-keskuksessa saapuneeksi 19.10.2011. Rahoituspäätös Pohjois-Suomen Ely-keskukselta saatiin päivättynä 15.11.2011 ja kirjattuna diaarinumerolla 1779/3580–2011.

Hankkeen kokonaisbudjetiksi hyväksyttiin 398.000 € ja toteutusajaksi merkittiin 31.12.2013 mennessä. Budjetista julkisen rahoituksen osuus oli 75 % ja yksityisen rahoituksen osuus 25 %. Yrityskohtaiset budjettijakautumat selviävät kohdasta 4.4. Budjetit ja rahoitus.

Hankkeesta on tehty kolme maksatushakemusta seuraavilta ajanjaksoilta:

1. maksatushakemus 11.5.2011–30.4.2012 ja
2. maksatushakemus 1.5.2012–31.5.2013
3. maksatushakemus 1.6.201–31.12.2013

Muutoshakemuksia on tehty kaksi toukokuussa ja elokuussa 2013.

Ensimmäistä projektipäällikköä haettiin 17.8.–30.8.2011 ehdollisena, jos saadaan myönteinen rahoituspäätös. Projektipäällikkö Piritta Liikka aloitti työnsä 15.8.2011 ja toimi kokopäiväisenä projektipäällikkönä 31.10.2013 saakka. Sen jälkeen projektipäällikkönä toimi Mirja Markkanen toimii 17.12.–31.12.2013

4.4 Budjetit ja rahoitus

Hankkeessa mukana ovat olleet seuraavat Kuusamossa sijaitsevat maaseutumatkailuyritykset taulukossa olevilla yrityskohtaisilla budjeteilla. Alkuperäisessä rahoitushakemuksessa ei ollut hallintokustannuksia, mutta heti perään tehdyn muutoshakemuksen mukaan yrityskohtaiset budjetit olivat seuraavat:

Yritys	Omarahoitus	Yrityksen budjet- ti	Hallinto ja koordinointi	Toimenpiteet (x)
IG-Services	6760	25 000	510	27039
Iivaaran Eräkartano	4326	16 000	326	17304
Isokenkäisten Klubi	6490	24 000	489	25957
Loma Lopotti	59450	22 000	448	23793
Nordic Holidays	8652	32 000	652	34609
Oivangin Lomakartano	8111	30 000	611	32446
Ollilan Lomamajat	8652	32 000	652	34609
Pro Loma	9463	35 000	710	37850
Ruka Adventures	10815	40 000	815	43261
Rukan Salonki	8652	32 000	652	34609
Studiosravintola Tundra	10815	40 000	815	43261
Weturi Oy	10815	40 000	815	43261
Yhteensä	99500	368 000	7495	398000

(x) =yritysrahoitus+tuki

Yllä olevaan alkuperäiseen budjettiin tehtiin kaksi muutoshakemusta. Muutokset tehtiin ke-
säkuussa 2013 ja elokuussa 2013. Kesäkuussa tehtiin budjettimuutokset, kun osalla yrityk-
siä näytti jäävän budjettia käyttämättä ja osalla taas budjetti tuntui ylittyvän. Seuraava muu-
tos tehtiin elokuussa, kun Weturi Oy jäi pois yritysryhmähankkeesta. Alla on viimeisen muu-
toksen mukainen budjetti.

Lopulliset yrityskohtaiset budjetit ja rahoitusosuudet – hyväksytty muutoshakemuksessa

Yritys	Omarahoitus	Yrityksen budjetti	Hallinto ja koordinointi	Toimenpiteet (x)
IG-Services	12 170	45 000	3 670	48670
Iivaaran Eräkartano	2 430	9 000	730	9730
Isokenkäisten Klubi	10 000	37 000	3 010	40010
Loma Lopotti	3 140	11 570	950	12520
Nordic Holidays	10 220	37 810	3 080	40890
Oivangin Lomakartano	2 600	9 620	780	10400
Ollilan Lomamajat	8 650	32 000	2 610	34610
Pro Loma	10 540	39 000	3 180	42180
Ruka Adventures	17 580	65 000	5 300	70300
Rukan Salonki	11 360	42 000	3 430	45430
Studiosravintola Tundra	10 810	40 000	3 260	43260
Weturi Oy				
Yhteensä	99 500	368 000	30 000	398000

4.4 Raportointi ja seuranta

Hankkeella ei ollut ohjausryhmää. Maksatus-, budjettimuutos yms. asioissa on asioitu suoraan hankeyritysten kanssa. Projektipäällikkö ja -sihteeri ovat seuranneet taloudellista tilannetta ja projektin etenemistä ja tiedottaneet siitä hankeyrityksille.

5. Yhteistyökumppanit

Tärkeimmät yhteistyökumppanit hankkeessa olivat: Visit Finland, MEK ja sen hallinnoimat matkailuhankkeet, kuten Outdoors Finland, sekä Ruka-Kuusamon matkailuyhdistys ja asiantuntijapalveluita tuottavat hankeyritykset.

Yhteistyötä on tehty myös eri hankkeiden kuten St Lapland, Kuusamo Lapland matkailuviennin koordinoitihanke ja Kalastusmatkailun kehittäminen Koillis-Suomessa -hankkeet sekä lentoyhteyksien ja matkanjärjestäjäyhteistyön kehittämishankkeiden kanssa. Lisäksi on tehty yhteistyötä Ruka-Kuusamon matkailuyhdistyksen hallinnoiman Venäjän vientihankkeen ja Saksan vientihankkeen sekä Lapland the North of Finland imagomarkkinointihankkeen kanssa. Hankkeiden kautta on osallistuttu erilaisiin yhteismarkkinointiponnistuksiin kuten messuille, workshoppeihin ja esittelymateriaaleihin.

6. Hankkeen tulokset ja vaikutukset

6.1 Toteutuneet taloudelliset tulokset

	Budjetti	Toteuma	Erotus	tot % budjetista
Iivaaran eräkartano	9730	4 463,66	5 266,34	45,88 %
IG-Services	48670	48 005,23	664,77	98,63 %
Isokenkäisten Klubi	40010	34 228,93	5 781,07	85,55 %
Loma Lopotti	12520	9 309,69	3 210,31	74,36 %
Nordic Holiday Services Oy	40890	43 570,51	-2 680,51	106,56 %
Oivangin lomakartano	10400	9 239,38	1 160,62	88,84 %
Ollilan lomamajat	34610	34 700,64	-90,64	100,26 %
Pro Loma Oy	42180	37 165,90	5 014,10	88,11 %
Ruka Adventures	70300	70 102,14	197,86	99,72 %
Koneyhtymä Vesa ja Jouni Määttä	45430	36 723,11	8 706,89	80,83 %
Studioravintola Tundra	43260	42 532,48	727,52	98,32 %
Weturi Oy		0,00	0,00	
Yhteensä	398000	370 041,67		

Hankkeen aikana on työllistetty kolme uutta henkilöä.

5.2 Hankkeen vaikutukset yritysten mielestä

Yrittäjiltä kerättiin tiedot hankkeen yrityskohtaisista tuloksista ja vaikutuksista yrityksen toimintaan ja mielipiteet toimintasuunnitelman toteutumisesta. Alla yrityskohtaiset tiedot:

Studioravintola Tundra:

Studioravintola Tundran tavoitetaso työllistämisessä on ollut 1, mutta uusia ei ole työllistetty. Suurimpina investointeina koettiin sijoitukset sähköiseen mediaan ja kansainvälisen näkyvyyteen. Tärkeimpiä toimenpiteitä kansainvälisen markkinoinnin ja myynnin kehittämiseksi ovat olleet venäjänkieliset nettisivut, verkkokaupan kehittäminen kotisivuille, ruokakuvaukset kansainvälistä myyntiä varten ja ranskankielisen imagoesitteen teko.

Uusia tuotteita on syntynyt yhteistyössä alueen muiden yritysten kanssa. Artic Flavours -paketointi aloitettiin v. 2011 yhteistyössä Isokenkäisten Klubin ja Rukan Salongin kanssa räätälöiden 5 vrk:n majoitus- ja ravitsemuspaketti ulkomaisille markkinoille. Kokemusten perusteella tuotteistoa muutettiin kuluvan vuonna 7 vuorokauden yhteispaketiksi. Jatkuvalle tuotekehittelyllä on vaikutusta laadun paranemiseen ja kilpailukykyyn, mutta se tulee paremmin esille viipymällä. Matkanjärjestäjävierailuilla alueelle on ollut minimaalinen hyöty, koska Studioravintola Tundralla ei ole majoitusta. Matkanjärjestäjäyhteistyö olisi pitänyt kohdistaa tiettyihin Special Interest -toimistoihin, jolloin hyöty olisi ollut parempi. Matkanjärjestäjätapaisissa ja messuilla on oltu vain vähän mukana, koska ”yhden miehen yrityksissä” on vaikea irrottautua lähtemään. Tärkein yhteistyökumppani alueella on ollut Rukan Salonki, jonka kanssa on tehty em. tuotteistamis- ja markkinointiyhteistyötä. Alueen ulkopuolella ei vakiintuneita yhteistyökumppaneita. Koulutukset ja opintomatka ovat olleet hyödyllisiä lähinnä tiedonhakumielessä. Hanketta on pystytty hyvin hyödyntämään kaikissa toimintasuunnitelman mukaisissa osa-alueissa. Nettikaupasta on ensimmäinen versio työn alla ja sekin saadaan vietyä loppuun hankkeen. Suurin haaste hankkeen aikana on ollut omarahoitusosuus sekä kilpailutuksen raskassoutuisuus. Yleisarvosanaksi asteikolla 1-5 annettiin 4.

Oivangin Lomakartano:

Yhtään uutta ei ole työllistetty. Uusia tuotteita on Saunatour -tuoteperheeseen kuuluvat saunayoga ja muut yrtti- ja hyvinvointituotteet. Tuotekehittelyn vaikutusta kilpailukykyyn tai asiakkaiden viipymään ei ole vielä havaittavissa. Kansainvälisistä markkinointimateriaaleista on oltu mukana St. Lapland yhteisesitteissä. Englanninkielisistä nettisivuista ja markkinointimateriaaleista on saatu hyvää palautetta. Matkanjärjestäjävierailut alueelle eivät ole poikineet mitään uutta. Ulkomaisille messuille ja myynninedistämismatkoihin ei ole osallistuttu. Hankkeen aikana tärkein yhteistyökumppani on ollut Ruka Safaris hyvinvointituotteiden kanssa. Ei ole osallistuttu koulutuksiin ja opintomatkoihin tähän mennessä. Toimintasuunnitelma on toteutunut suurin piirtein suunnitelman mukaisesti. Hanke on kaiken kaikkiaan vahvistanut alueen yrittäjien yhteistyötä ja antaa siten pohjaa tulevien hankkeiden ponnistuksille.

Pro Loma:

Uusia työpaikkoja ei syntynyt ja entiset pysyneet ennallaan. Uutena investointina on varausjärjestelmä, joka ei ole paikkaan sidottu, vaan työtä voi tehdä missä vain. Uusia tuotteita ei ole syntynyt. Tärkeimmistä kansainvälisistä markkinointimateriaaleista mainittakoon englanninkielinen esite ja internetsivut. Uudella varausjärjestelmällä on suurin vaikutus kansainväliseen myyntiin. Matkanjärjestäjävierailuilla alueelle ei ole ollut merkitystä, kun niihin ei ole osallistuttu. Sen sijaan matkanjärjestäjätapaisilla, messuilla ja myyminen distämismatkoilla on ollut positiivista vaikutusta – aina on helpompi tehdä kauppaa, kun tuntee asiakkaat. Hankkeen aikana hankitut tärkeimmät yhteistyökumppanit ovat Rio Tula, Moskova ja Travel Company Geo, Pietari. Koulutuksilla ja opintomatkalla on ollut positiivista vaikutusta kilpailukykyyn mm. siten, että uuteen kulttuuriin tutustuminen auttaa ymmärtämään asiakkaita paremmin. Toimintasuunnitelma toteutui pääsääntöisesti. Yritysrhythman hanke on siitä hyvä, että toimenpiteet voi kohdistaa juuri omaan yritykseen sopivaksi.

Isokenkäisten Klubi:

Uusia työpaikkoja ei ole syntynyt. Suurimmat investoinnin ovat St. Laplandin markkinointitoimenpidekokonaisuus ja nettisivujen ja esitteiden kieliversiot (englanti ja venäjä). Hankkeen aikana on paketoitu uusia tuotteita St. Lapland: Artic Flavours, Countryside extreme -seitsemän vuorokauden yhteispaketti eri yrittäjien kanssa, hyvinvointipaketti, ruokaviikko-ohjelma ja kotakokkausohjelma. Tuotekehittelyllä, erityisesti hyvinvointituotteilla, uskotaan tulevaisuudessa olevan positiivista vaikutusta kilpailukykyyn. Uusilla markkinointimateriaaleilla ja sähköisen kaupan kehittämisellä ei ole vielä havaittavissa vaikutusta kansainvälisen myynnin lisääntymiseen, mutta tulevaisuudessa kyllä. Matkanjärjestäjävierailuja on ollut Venäjältä, Saksasta, Hollannista, Belgiasta, Sveitsistä, Englannista ja Italiasta. Niiden perusteella on tullut jonkun verran asiakkaita. Matkanjärjestäjätapaisiin ja messuille on osallistuttu kahdesti Hollantiin, kerran Belgiaan, kerran opintomatkan yhteydessä Murmansiin ja kerran Saksaan sekä saksalaisten matkanjärjestäjien tapaamiseen Haltia-workshopissa Helsingissä kerran. Niiden perusteella on saatu asiakkaita. Tärkeimmät ulkomaiset yhteistyökumppanit ovat olleet matkatoimisto Kon-Tiki Tours ja Voigit, joiden kanssa yhteistyö on laajentunut. Tärkeimmät kotimaiset yhteistyökumppanit ovat alueen muut matkailuyrittäjät, joiden kanssa mm. pelisäännöt ovat selkeytyneet vuosien mittaan. Opintomatkalle on osallistuttu Murmansiin Ruka-Kuusamon matkailuyhdistyksen kautta ja oman yrityksen puitteissa Sodankylään hyvinvointipalveluja tarjoavaan yritykseen. Niiden antina on ollut uusien ideoiden saanti, tuote ja yritystuntemus. Toimintasuunnitelma on toteutettu pääpiireittäin eli tärkeimmät asiat toteutettu. Toivomuksena tulevia hankkeita kohtaan on se, että hankevetäjä pitäisi sitouttaa rekrytointivaiheessa koko hankkeen ajaksi.

Loma Lopotti:

Uusia työpaikkoja ei ole syntynyt hankkeen aikana, mutta entiset on säilytetty. Uusia tuotteita ei ole syntynyt. Markkinointitoimenpiteissä on osallistuttu lähinnä St. Lapland yhteispainotuotteiden ja messujen kustannuksiin. Matkanjärjestäjävierailuihin alueelle tai messuihin ei ole osallistuttu. Toimintasuunnitelmaa on toteutettu vain osin, ostopalvelubudjetista käytetty vajaa puolet. Oma aktiivisuus herpaantunut, kun eläkeikä hämmöittää ja toiminnalle ei ole tiedossa jatkajaa.

Pohjolan Pirtti:

Uusia työpaikkoja ei ole syntynyt, mutta säilytetyt työpaikat ovat suunnitellun mukaisesti: Miehet yksi ja naiset kolme. Tuettujen investointien lukumäärä on kolme, yhteissummaltaan 8.000 €. Investoinnin koskevat lähinnä nettisivustoa ja sähköistä kaupankäyntiä. Uusia tuotteita ovat lähinnä

Iglutuotteet, päivällistuote maalaiskartanossa, päivällistuote joulupukin ja muorin kanssa ja joulupukkia etsimässä (englantilaisille matkanjärjestäjille). Tuotekehittelyn vaikutus: Iglutuotteilla on ollut heikko kysyntä, joulupukkia etsimässä on otettu hyvin vastaan ja se on myynyt hyvin. Kansainvälisen markkinoinnin ja myynnin kehittämisessä on keskitytty erityisesti sähköiseen kaupan käyntiin ja viime vaiheessa myös yhteistyökumppanin Fin Travelin kanssa yhdessä. Sähköinen varausmahdollisuus parantaa matkanjärjestäjien mahdollisuuksia tehdä varaukset reaaliajassa. Tällöin kilpailukyky nousee. Vaikutuksia kaupankäyntiin ei vielä havaittavissa. Vuosina 2012–2013 on hoidettu kymenkunta vierailua; pääosin Venäjän lähialueilta ja regionaaleista (Jekatenbuerg, Kazastan, Samara ja Kiova). Vierailut vahvistavat asemaa markkinoilla ja lisäävät tuottavuutta. Joulutuotteet ovat aiheuttaneet kasvua reilut +10 % ja kasvu on tullut pääasiallisesti Venäjältä. Matkanjärjestäjätapaamisilla, messuilla ja myynninedistämismatkoilla, joita on tehty uusille alueille Venäjälle kuten Ukrainan kierrokset ja Volgan kierrokset, on luotu uusia kontakteja ja tunnettua yrityksestä ja sen toiminnasta sekä laajennettu jakeluverkostoa. Opintomatkoja ei ole tehty.

Toimintasuunnitelma on toteutunut pääosin muutoin paitsi opintomatkat ja verkostoituminen muiden matkanjärjestäjien kanssa on jäänyt vähän huonommalle tasolle.

Tällainen hanke on yrittäjän mielestä rahoitusinstrumenttina hyvä, kun se mahdollistaa yrityskohdattaiset toimenpiteet sekä yritysryhmän kanssa tehdyt yhteiset toimenpiteet. Samalla se lisää verkostoitumista ja yhdessä tekemistä.

Ruka Adventures:

Uusia työpaikkoja on syntynyt yksi. Suurimaat matkailuinvestoinnit koskevat markkinointitutkimuksia ja uusia markkinointimateriaaleja. Uusia tuotteita on syntynyt kymmenkunta ja ne ovat: erilaisia ohjelmapalvelutuotteita, revontulisafareita ja pilkkiohjelmia. Tuotekehittely on vaikuttanut erityisesti kalastustuotteiden kysyntään nousevasti. Uusia markkinointimateriaaleja on tehty venäjän, saksan ja englanninkielillä ja niiden myötä kansainvälien myynti on kasvanut. Matkanjärjestäjätapaamisia, messuja ja myynninedistämismatkoja on tehty Saksaan, Belgiaan, Venäjälle, Englantiin ja Espanjaan ja ne ovat omalta osaltaan vaikuttaneet positiivisesti kansainvälisen myynnin kasvuun. Uudet, tärkeimmät yhteistyökumppanit ovat paikalliset ja alueelliset majoitus ja ravitsemuspalveluyritykset, joiden kanssa on tehty mm. tuotteiden yhteismarkkinointia. Ulkomaisista yhteistyökumppaneista mainittakoon espanjalainen Katai.

Rukan Salonki:

Uusia työpaikkoja on syntynyt kaksi hankkeen aikana. Hankkeen aikana on uusia tuotteita syntynyt 6-10 kpl ja ne ovat: Artic Flavours -yhteistuotteet, Saunatour- ja muut hyvinvointipalvelut sekä erilaisia majoituspaketteja. Tuotekehittelyllä on ollut suuri vaikutus etenkin Belgian ja Saksan markkinoilla. Uudet markkinointimateriaalit ja -menetelmät ovat vaikuttaneet etenkin kansainvälisetä sähköistä kauppaa kasvattavasti. Matkanjärjestäjävierailut alueella ovat edistäneet kaupankäyntiä. On helpompi tehdä kauppaa, kun tuntee asiakkaat henkilökohtaisesti. Mm. kesän 2013 MEK:in Keski-Euroopan vierailun perusteella tulossa on Finntouringin kautta 18 incentive-asiakasta. Hankkeen aikana tärkeimpinä yhteistyökumppaneina ovat toimineet hankeyritykset ja MEK: Koulutuksista on osallistuttu jäänveistokurssiin, jonka antina on ollut se, että on itse pystytty tuotteistamaan jäätuotteita. Toimintasuunnitelmassa on toteutettu kaikki oleellinen. Kokonaisajatuksena hankkeesta on se, että aikapula on ollut koko ajan.

IG-Services:

Uusia työpaikkoja ei ole syntynyt. Kalastukseen liittyviä tuotteita ja tuotepaketteja on syntynyt hankkeen aikana kaiken kaikkiaan 20. Tuotekehittelyn vaikutuksena on liikevaihdon kasvaminen, laadun paraneminen ja asiakasmäärän kasvaminen. Uusien markkinointimateriaalien ja menetelmien vaikutus kansainväliseen myyntiin ja yrityksen tulokseen on ollut positiivista. Hankkeen aikana on teetätetty mm. englanninkielinen esite ja venäänkielinen yhteisesite Ruka Adventureksen kanssa. Matkanjärjestäjävierailut alueelle ovat vaikuttaneet kaupankäyntiä piristävästi samoin kuin matkanjärjestäjätapaamiset kohdemaihin ja messuille. Hankkeen aikana hankitut uudet ja tärkeimmät yhteistyökumppanit ovat tämän hankkeen hankeyritykset.

Iivaara:

Iivaara ei ole työllistänyt yhtään uutta, vaan työpaikat on säilytetty 0,5 naisella ja 0,5 miehellä. Suurin matkailuinvestointi on uusi majoitusrakennus. Uusia tuotteita on syntynyt kaksi ja ne ovat saunatour- tuote sekä majoituspaketti. Uusien/parannettujen markkinointimateriaalien ja -menetelmien vaikutusta kansainväliseen myyntiin tai yrityksen tulokseen ei ole vielä havaittavissa. Matkanjärjestäjävierailuilla alueelle, matkanjärjestäjätapaamisilla ja messuilla ei ole vielä ollut vaikutusta yöpymisvuorokausiin. Yhteenvetona toimintasuunnitelman toteutumisesta yrityksen mielestä paljon jäi toteuttamatta

Ollila:

Ei vastattu kyselyyn.

7. Jatkotoimenpiteet

Tälle hankkeelle ei ole tulossa jatkohanketta, joten yritysten kannattaa jatkaa hyvin jatkanutta yhteistyötä sekä toisensa että hankittujen yhteistyökumppanien kanssa. Kansainvälistyminen vaatii aikaa ja paljon pitkäjänteistä työtä, jota ei pidä keskeyttää oikeiden partnerien ja yhteistyökumppanien kanssa.

Maaseudulla toimivien yritysten liiketoiminta ja kannattavuus on edelleen pientä ja kausiluonteista, joten asiakkaita tulee saada lisää ja parantaa ympärivuotisuutta. Yritysten tulee tehdä oikeita markkinavalintoja, löytää sopivimmat kansainväliset partnerit ja kehittää heidän haluamiaan palveluja.

Kansainvälisessä markkinoinnissa tulee painopistettä siirtää entistä enemmän sähköisten kanavien kehittämiseen ja hyödyntämiseen. Palvelujen saatavuus mahdollisimman helposti vaikka verkko-kaupan tai muun varauskanavan kautta ovat ensiarvoisen tärkeitä nykyajan kaupankäynnissä.

Liite 1

Food ja Travel yritysryhmähanke

939

TEHDYT MATKAT

20.2.2014

Vuosi 2011	aika	osallistujat	ohjelma	matkaraportti	<i>vierailuun liittyvät laskut</i>
Look at Finland Workshop	3.-5.10.2011	Ruka Adventures Look at Finland Turku		..\Yritysten tekemät matkat\Ruka Adventures\Look At Finland Turku_03_05102011.pdf	800569 800606 800716 800744
Matkanjärjestäjätap, Bryssel	25.-29.8.2012	Ruka Adventures		..\Raportit\Matkaraportit\Ruka Adventures\Matkaraportti 2508_29082011_Bryssel_Monz.pdf	
Corporate Event, Frankfurt	6.9.2011	Jaana Sirkiä / St. Lapland Frankfurt Corporate event		..\Yritysten tekemät matkat\StLapland\Matkaraportti Frankfurt corporate event syys2011.pdf	800581 800632
Pieetari Workshop	8-11-9-2011	Visit Finland		J:\naturpolis\Hankkeet omat\Food&Travel yritysryhmähankkeet\Kuusamo Food&Travel- Yritysryhmähanke 2011-2013\Raportit\Matkaraportit\Nordic Holid	145
Venäjä Region Workshopit	8.-9.10.2011	Nordic Holidays			800719
Venäjä Region Workshopit	24.9.-7.10.11	Nordic Holidays		..\Yritysten tekemät matkat\Nordic Holidays\MATKAR reg ja ukraina.pdf	800591 146 147 800035
Amsterdam, Hollanti	29.9.2011	Jaana Sirkiä Mini Matka myyntitapahtuma ja b2b kampanja Amsterdamissa St. Lapland		..\Yritysten tekemät matkat\StLapland\Matkaraportti Hollanti MiniMatka workshop ja Voigt Lapland Day.pdf	800645 800617
Ski Salon Moskova	20.-24.10.2011	Nordic Holidays Regional kierros			800719 240067 193 800035
Milano Workshop	26.10.2011	Jaana Sirkiä ja Oivangin lomakartano Milanon Workshop		..\Yritysten tekemät matkat\StLapland\Tapahtumainfo 3 Finland Workshop Milano 26 10 2011 (2).pdf	800654
Neiden joki, Norja	5.-8.7.2011	IG Service Neidenin jokikalastus		J:\naturpolis\Hankkeet omat\Food&Travel yritysryhmähankkeet\Kuusamo Food&Travel- Yritysryhmähanke 2011-2013\Laskut\IG	800807
Rent House Ruka / Belgia	26.-27.8.2011	Rent House Ruka matkanjärjestäjävierailut Belgiassa tutustuminen Monzin alueeseen		..\Yritysten tekemät matkat\Ruka Adventures\Matkaraportti 2508_29082011_Bryssel_Monz.pdf	800742
Amsterdam, Holanti	30.9.-3.10.2011	Isokenkäisten Klubi		..\Yritysten tekemät matkat\IKK\Amsterdam 01_031011\Matkaraportti.pdf	800897
Skiexpo - messut Helsinki Helsinki	3.-6.11.2011	Pro Loma			800245
Rent House Ruka / Lissabon	26.-30.11.2011	Lissabon		..\Yritysten tekemät matkat\Ruka Adventures\Raportti Lissabon + lasku.pdf	800856

Portugali		matkanjärjestäjätapaamiset		
VUOSI 2012				
Matka 2012 - messut, Helsinki	18.1.2012	St Lapland yritykset Pro Loma		800754 800756 800121 800254
Ukraina 2012 Messut	13.-15.2.2012	Nordic Holidays / Tanja Pohjola Ukrainan kierros	..\Yritysten tekemät matkat\Nor puuttuu???	800148
Russia + Ukraine workshop Visit Finland Workshop	13.-15.2.2013 ajanjakso???	Pro Loma	..\Raportit\Matkaraportit\Pro Loma\Visit Finland workshop 1302_15022012.doc	800062 800203
Eunique messut Saksa	4.-6.5.2012	Tundra		800208 800237 800427
Visit Finland Workshop Saima	13.-15.5.2012	Tundra	..\Raportit\Matkaraportit\Pro Loma\Visit Finland workshop 1302_15022012.doc	
Matkanjärj.tapaamiset, Lissabon	28.8.2012	Ruka Adventures	..\Raportit\Matkaraportit\Ruka Adventures\Matkaraportti_28_812.pdf	
Amsterdam	12-15.10.2012	IKK	..\Raportit\Matkaraportit\IKK\Amsterdam 1210_15102012.pdf	
Puola Poznan, Puola IG service	24-27.10.2012		..\Raportit\Matkaraportit\IG Service\Puolan messut 24_27102012.doc	
SkiExpo Messut Helsinki	1.-4.11.2012	Pro Loma		800066
VUOSI 2013				
Meet Finlad Workshop Pro Loma	16.-18.1.2013			800766 800109
Ruka Adventures	16.-18.1.2013			800822 800101
Visit Finlad workshop Ylläs	22.-24.4.2013	Pro Loma		800243 800307
		Ruka Adventures		800244 800289
Ukrainan mijoona kaupunkien kierros Kharkiv-Donetsk - Dnepropetrovsk-	30.3.-5.4.2013	Nordic Holidays	ohjelma laskun liitteenä	800425

Odessa				
Haltia Workshop Espoo	16.5.2013	Isokenkäisten Klubi Katja Vira	J:\naturpolis\Hankkeet omat\Food & Travel - yleinen kehittämishanke 2011-2013\Messut ja matkat 2013\16.5.13 Culture nature\ Huom! Raportti yleisen hankkeen puolella, koska sinne osallistui sekä yleisen että yritysryhmähankkeen puolesta edustajat	800415
IMEX- näyttely Frankfurt, Saksa	21.-23.5.2013	Jaana Hänninen	Tehdyt matkat\Imex 21.-23.5.13.pdf HUOM! Tämä yleisen hankkeen puolella käsitelty ohjausryhmän kokouksessa ja failattu myös sinne	800342
Moskovan MITF messut	15.5.-19.5.2013	Nordic Holidays	..\Raportit\Matkaraportit\Nordic Holidays\Moskova toukokuu tatjana.pdf	800393
Matkanjärjestäjätapaamiset Ukrainassa	16.6.-19.6.2013	Ruka Adventures Harri Heiskanen	..\Raportit\Matkaraportit\Ruka Adventures\Matkaraportti Ukraina 16.-19.6.2013.pdf	800410
Samara-Kuusamo chartersarjan lanseeraus, Samara	26.8.- 28.8.2013	Nordic Holidays Joulupukki (Pentti Raivio)	laskun liitteenä ..\Raportit\Matkaraportit\Nordic Holidays\raportti samara.pdf	800595 800506
Murmansk, Ruka-Kuusamon opinto	28.-30.8.2013	Isokenkäisten klubi	..\Raportit\Matkaraportit\KK\Murmansk\Raportti Muurmanskin matkasta.pdf	
Voigit matkanjärjestäjävierailu	13.10.2013	IG-Service	J:\naturpolis\Hankkeet omat\Food&Travel yritysryhmähankkeet\Kuusamo Food&Travel- Yritysryhmähanke 2011-2013\Raportit\Matkaraportit\IG SService\	
Saksa (Leipzig, Chemnitz, Dresden)	11.11.2013 - 15.11.2013	Isokenkäisten Klubi Sirpa Kämäräinen		800616
WTM 2013 Lontoo 4.-7.11.2013	4.11.- 7.11.2013	IG Service	Tehdyt matkat\Matkaraportti WTM IG Service 800747.pdf	800747

Food ja Travel yritysrühmähanke

939 VIERAILUT ALUEELLE

Vuosi 2011	aika	osallistujat	ohjelma
Puolan TV ryhmä ja lehdistövierailu: Kohde: Ollilan Lomamamat	4.7.-12.7.2011	Zbignien Rojek - Taaka Ryba Jerzy Biedrzycki Wiestan Debicki Marek Kozmic - Travel Nord Michal Winiarski	Vierailut alueelle\Puolalainen tv lehdistö FAM 07 2011.pdf
Matkanjärjestäjävierailu Ukrainasta+ Finns Tours/Ulla ja Mikko Gertsch/ Sveitsi	16.-17.8.2011		
Voigt Travel Hollanti/Belgia	27.8.2011		

Vuosi 2012

Matkanjärjestäjävierailun kuljetukset regional FAM Trip pax 6 x, Venäjältä kuudesta eri kaupungista	14.-17.1.2012		Vierailut alueelle\Ohjelma Regional fam trip 14_17012012.pdf
Arctic Flavours mediavierailu Rukan Salonki, Tundra, Ollilan lomamajat	11-15.3.2012		..\Vierailut alueelle\Arctic Flavours mediavierailu maaliskuu 2012\arcticflavours_e.pdf
Matkanjärjestäjävierailu (Ruka-Kuusamo ja Salla) CONTI PLUS , Pietari pax 2	8.-12.6.2012	Alyona Nakshunova Elena Shuliakovksaya	Vierailut alueelle\Ohjelma Conti plus 8_12062012.pdf
Puolan TV ryhmä	1.9.2012	Markek+ 2 kuvaajaa 1 näyttelijä	puuttuu
FAM Trip Kalajoki-Oulu-Kuusamo pax 7	5.-6.9.2012	Conti plus/Natalia Kulikova Uncle Nick/Irina Subbotina Alextour/ Svetlana Malanicheva	

Millenium voyage/Galina Rukavizkina
PAC GROUP/Elena Kharkova,
Vedi Tour/Victoria Kurashinova,
Versa travel/ Johtaja Ilya Kosterin,

Labirint	11.9. - 14.9.2011	puuttuu, myös ajanjakso tarkistettava
----------	-------------------	---------------------------------------

VUOSI 2013

FAM trip PAC Group (Moskova, Samara, Kazan toimistot) pax 7	10.-13.1.2013	Yhteyshenkilö ja matkanjohtaja Irina T.Kim, pääkonttorin Skandinavian osasto, nord@pac.ru Vierailut alueelle\Nordic Holiday Services toteuttamat vierailut.pdf Muut osallistujat: Ekaterina Markova, pääkonttori, vanhempi myyntivirkailija, matkatoimistot Maria Shiraeva, pääkonttori, vanhempi myyntivirkailija, kuluttajat Natalia Mordasova, pääkonttori, päällikkö, filiaaliverkosto Anzhelika Tatarintseva, Samaran toimiston päällikkö Maria Voronova, Kazanin toimiston päällikkö Anastasiia Kolmakova, myyntivirkailija, Kazanin toimisto
Millenium Voyage, Moskova, Venäjä FAM trip agenteille pax 9 Pyhä-Salla-Ruka-Kuusamo	8.-13.1.2013	Yhteyshenkilö ja matkanjohtaja Millenium Voyage, Dmitry Deev, malta2@mvoyage.ru Millenium Voyagen agentit: Olga Grishina, Amigo-tour NN Vierailut alueelle\Nordic Holiday Services toteuttamat vierailut.pdf Ekaterina Ryzhkova, Marina-tour Nadezhda Lepikhova, Aventura-K Tatyana Yurchenko, Azbuka Stchastiya Irina Lyubimova, Apelsin Irina Ageycheva, Hottravel Olga Modina, Servisnoe Bureau Svetlana Cherevichnaya, Tour Company
PRESS Ukraina Avtobusiness Tour- lehti, Kiova, Ukraina pax 2	13.-16.1.2013	Oleg ja Lidia Goncharenko, abtur1@ukr.net Vierailut alueelle\Nordic Holiday Services toteuttamat vierailut.pdf
Visit Finland Regional FAM Trip Ruka-Kuusamo ja Rovaniemi (Arhangelski, Murmansk, Jekaterinburg, Shelyabinsk, Surgut, Magnitogorsk, 2xTyumen) pax 8	17.-19.1.2013	Galina Pashkova (Arkhangelsk, 1001 ways), galinapashkova@bk.ru Natalia Raldugina (Surgut, 1001 ways), nefteygansk@1001tur.ru Lidia Subbotina (Tjumen, TVOG), info@tvog.ru Elena Eran (Tjumen, Vedi Group), vedi45@vedi-ekb.ru Ksenia Titova (Ekaterinburg, Vedi Group), titova@vedi-ekb.ru Tatyana Sherbinina (Chelyabinsk, Aleksandria Tour), aleksandrya-tur@rambler.ru Natalia Vyabova (Magnitogorsk, Palitra Tour), palitratravel@mail.ru

Aleksei Grigoryev (Murmansk, Oceania Tour),toros-murmansk@yandex.ru Vierailut alueelle\Nordic Holiday Services toteuttamat vierailut.pdf			
FAM Trip Kazahstanista (Almaty) pax 7	20.4.2013	Gretchenko Natalya, MariTim Travel Tagirova Luybov, Robinson Madiyeva Madina,Amari Tour Bazhenova Yulia, Premium Travel Company Makulzhanova Akmaral, LLP ITC COMPLETE SERVICE Tastemirova Sofya, Touroperator "KOMPAS" Zolotova Tatyana., Bell Company	Vierailut alueelle\Tosite 800729 FAM Kazahkstan osallistujat.pdf
Matkanjärjestäjävierailu Murmansk	3.4-4.4.2013	Cheklov ?	
Matkanjärjestäjävierailu Catai Tours pax 10	7.4. - 8.4.2013	Vierailut alueelle\Osallistujat ja ohje Vierailut alueelle\Osallistujat ja ohjelma Catai tous 0704_08042013.pdf	
Matkanjärjestäjävierailu Moskova pax 5	2.-5.6.2013	Aerolink – Elena Suleymanova Labirint – Anna Solohina Jazz Tour – Yana Guzovets Alexandra Tour – Olga Belyalova Sodis – Konstantin Samokhin	Vierailut alueelle\Matkanjärjestäjävierailu Moskova 2.-5.6.2013.pdf
Matkanjärjestäjävierailu Pietari pax 6	7.-10.6.2013	Ecotour – Igor Bogdanov Edelweiss – Nikolai Chetvernin Aerotravel – Tatiana Makarova Solvex – Nadezhda Nikiforova Nordica – Alexandra Andreeva Ilmatur – Stanislav Mikhailov	Vierailut alueelle\Ohjelma 7 -10 6 Pietari.pdf
FAM Trip Saksa	13.-16.6.2013	Katia De Vil, Nordic Info bvba, Belgia	Vierailut alueelle\MEK vierailu ohjelma osallistujat_06_2013.pdf

		Birgit von Rymon Lipinski, Skandinavien & Meer, Saksa Andrea Kling, Tuja Reisen, Saksa Peter Foster UK, Those Travel Guys Miranda Vinall UK, Wellbeing Escapes Anu Koski, Visit Finland	
Venäläinen PRESS (Pietari, Moskova, Jekaterinburg) Ekaterina Lipatnikova, Free Time Jekaterinburg Maria Kovaleva, Voyage (Moskova) Maryna Mankevich, E-Finland (Moskova ja Pietari) Margarita Tsibulskaya, Flight Time (Pietari)	12.6.2013		
FAM Trip Murmansk pax 7	19.-21.7.2013	Olga Arkhipova, Travel Agency Geog Irina Temieva, Travel Agency V-LETO.RU Elena Denisova, Sales Manager, Travel Agency Tournavigator Diana Ivanova, Travel Agency Aprel Tatiana Valutskaya, Travel agency Raduga Olga Nazarova, Travel Manager, Travel Agency ACT-Murmansk Aleksandr Zaliiev, Manager, Travle Agency Salma Tour	Vierailut alueelle\Ohjelma Murmansk FAM trip 19_21072013.pdf
FAM trip Inturist	7.-11.8.2013	Alexander Musikhin, Director of St. Sergey Tolchin, Director of Sales, Deputy Director General Ismail Bolyukbashy, Director of Commerce, Deputy Director General Erkki Enkkelä Grigory Kharitidis	Vierailut alueelle\Inturist elokuu 2013 ohjelma ja osallistujat.pdf
FAM trip Keski-Eurooppa	19.-22.9.2013	PPeople / Hollanti Johanna Sabine Dijkema Zonista GmbH / Saksa Carolin Weiler E1 Hiking Tours / Saksa Henry Páll Wulff	Vierailut alueelle\osallistujat 19_22092013 fam tripiin.pdf Vierailut alueelle\Keski-Eurooppa, fam-tripohjelma 19 22 9 2013 (3).pdf
FAM Trip Jekaterinburg	21.9.-26.9.2013		Vierailut alueelle\Vedi Group Jekaterinburg 2109_26092013.pdf Vierailut alueelle\Osallistujat laskuun 800615 IG Service.pdf
FAM Trip Alf tour	6.10.-9.10.2013	osallistujat linkistä	Vierailut alueelle\Alf Tour 0610_09102013.pdf